

**Rede des Bundesministers für Wirtschaft und Technologie Dr. Philipp Rösler  
anlässlich der Jahreskonferenz der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft**

**[Rede in Auszügen]**

**Datum: 14.12.2012**

**Ort: axica, Berlin**

Sehr geehrter Herr Kollege Staatsminister Neumann,  
lieber Parlamentarischer Staatssekretär Hans-Joachim Otto,  
meine sehr verehrten Damen und Herren,

ich heiÙe Sie herzlich willkommen zur Jahreskonferenz der Initiative Kultur- und  
Kreativwirtschaft 2012.

In der Tat bin ich heute gerne zu Ihnen gekommen, weil Sie eine der wichtigsten  
Branchen sind, die wir in Deutschland haben. Denn hier finden Sie das, was wir in  
allen Branchen brauchen: Kreativität, Unternehmertum, neue, sehr erfolgreiche  
Geschäftsmodelle, eben Innovationen. Auch im Film eben gab es einen kleinen  
Hinweis darauf, wie wichtig das ist in der deutschen Wirtschaft: Innovationen.  
Innovationen, die begeistern – gezeigt wiederum durch ein Produkt der Kultur- und  
Kreativwirtschaft, nämlich durch einen Film.

Ich könnte auch die reinen Kennzahlen vortragen: 244 000 Unternehmen gibt es in  
Ihrer Branche mit einem Umsatzvolumen von 143 Milliarden Euro. Das ist enorm.  
Das zeigt die ökonomische Bedeutung der Branche.

Wir möchten all das, was Sie leisten, viel stärker herausstellen, als es bisher in der  
Öffentlichkeit, auch in der Wirtschaft, wahrgenommen wird. Deswegen werden wir  
heute eine Studie präsentieren, in der all das, was wir in dem einleitenden Film  
gesehen haben, beleuchtet wird.

Wir sollten drei wichtige Felder zur Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland in den Fokus nehmen:

Erstens: Wir brauchen neue Unternehmen, um die Dynamik in der Branche aufrecht zu erhalten. Neugründungen wären damit das erste wichtige Thema.

Zweitens: Die Vernetzung untereinander, miteinander, innerhalb der Branche, aber eben auch mit anderen Branchen, mit anderen Industrien in Deutschland.

Drittens – auch deswegen sind wir alle hier: Eine stärkere Wahrnehmung Ihrer Leistung für die Volkswirtschaft und mehr Anerkennung und Akzeptanz, um erfolgreich mit anderen Branchen zusammenarbeiten zu können.

Das Thema Neugründung ist nicht nur für Ihre Branche, sondern für alle anderen Branchen relevant. Wir unterstützen das mit verschiedenen Instrumenten der Wirtschaftspolitik – vom Gründungskapital bis zu den Gründungsvoraussetzungen. Wir haben gerade zeitgleich im Bundesrat eine Diskussion über Risikokapitalbeteiligung und über steuerliche Behandlung von Streubesitz. Das klingt nach einem trockenen Thema, ist aber wichtig, wenn es um die Gründung neuer Unternehmen geht – gerade für Ihre Branche.

Wir haben eben in dem Vorgespräch mit den Branchenakteuren gefragt: Welche Unterstützung benötigen Sie bei Neugründungen? Da wurde der Wunsch geäußert, dass man die Programme des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie weiter öffnet. Ich denke dabei etwa an das „Zentrale Innovationsprogramm Mittelstand“. Dieses Instrument wollen wir künftig breiter anwenden, nicht nur bei technologischen Innovationen, sondern in jeder Branche und damit natürlich auch in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Lassen Sie uns gemeinsam das Innovationspotenzial, das Gründungspotenzial Ihrer Branche noch besser nutzen. Denn die gute Nachricht ist: Ja, es gibt hier sehr viele Gründungen. Und die Gründungen sind sehr erfolgreich.

Ich habe im Vorgespräch die Kultur- und Kreativpiloten, die wir ausgezeichnet haben, gefragt: Wie viele von Ihnen befinden sich im zweiten Versuch? Wie viele sind schon

einmal gescheitert, wieder aufgestanden und haben neu angefangen? Keiner von denen. Sie haben alle gesagt, sie haben pleite angefangen, sind aber bisher noch nicht pleite gegangen. Das ist schon einmal ein Hinweis. Und auch die allgemeinen Zahlen belegen das. Die Gründungen im Kultur- und Kreativbereich sind wesentlich erfolgreicher als in anderen Branchen. Nach drei Jahren sind 79 Prozent aller gegründeten Unternehmen in Ihrer Branche noch erfolgreich am Markt tätig, in allen anderen Branchen liegt der Durchschnitt bei 66 Prozent.

Meine Theorie ist: Sie sind deswegen so erfolgreich, weil Sie besonders kreativ sind, weil Sie Ideen hervorbringen, die sich am Markt behaupten, also Innovationen. Die schöpferische Kraft ist dann am Ende auch das Geheimnis dieser vielen verschiedenen Geschäftsmodelle, die wir bei den Kultur- und Kreativpiloten gesehen haben.

Also: erstens Gründungen – da müssen wir auf den Erfolgen aufbauen. Mit klassischen Instrumenten, mit Förderprogrammen, mit einer starken Gründungskultur.

Der zweite Punkt ist die Vernetzung. Ich habe heute hier einige Unternehmen gesehen, die sich untereinander vernetzt haben. Unterschiedliche Akteure haben sich zusammengefunden und pflegen im Netzwerk unternehmerische Gedanken. Warum macht man das, gerade als Unternehmer? Erst einmal liegt ein Grund in der Effizienz. Wenn die Ressourcen an der einen Stelle knapp sind, kann man das durch Zusammenarbeit mit anderen an anderer Stelle kompensieren. Wenn der eine beispielsweise einen Hochleistungsrechner hat, der nicht ständig gebraucht wird, können andere den vielleicht mitnutzen. Im Gegenzug darf der andere etwa das Büro mitbelegen. Aber das ist nur ein Beispiel für den Netzwerkgedanken.

Neben den Kontakten innerhalb der eigenen Branche ist für die Kultur- und Kreativbranche gerade die Vernetzung mit anderen Branchen von großer Bedeutung, zum Beispiel mit den sogenannten klassischen Industrien. Im Automobilbereich geschieht das schon, auch im Maschinenbau oder im Energiebereich. Das würden wir uns noch viel mehr wünschen.

Deshalb unterstützen wir die branchenübergreifende Zusammenarbeit mit unserem Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft. Es hat allein im letzten Jahr über 140 Veranstaltungen durchgeführt, um die einzelnen Partner miteinander zu vernetzen.

Es gibt gute Gründe, Sie mit anderen Branchen zusammenzubringen. Ihre Branche ist besonders kreativ, Ihre Kunden sind besonders offen für neue Ideen, nehmen gerne innovative Dinge und neue Produkte an – und werden deshalb auch „*early adopter*“ genannt. Oder sie regen bei Ihnen selbst neue Formen von Produkten oder der Zusammenarbeit an. Das heißt dann: „*user-generated*“. Andere Branchen, andere Unternehmen können davon lernen. Es geht darum, den Schritt zu schaffen und ihnen diese innovativen Ansätze zu zeigen.

Besonders eindrucksvolle Beispiele für eine produktive Zusammenarbeit sehen wir beispielsweise auch im Telekommunikationsbereich. Hier kann man durch Design einen erheblichen Markt- oder Wettbewerbsvorteil erzielen. Damit stellen sich gleichzeitig auch technische Herausforderungen. Denn Design und Technologie sind nicht zwei Bereiche, die sich fremd gegenüberstehen, sondern die zusammengehören. Die noch viel stärker zusammengehören. Das bringt dann die Markterfolge. Nicht nur in der Telekommunikation, sondern in allen Bereichen.

Es können sich völlig neue Geschäftsmodelle entwickeln, wo die einzelnen Bereiche zusammenarbeiten mit neuen Ideen, die sich wieder am Markt behaupten. Schon sind wir wieder bei dem wichtigen Thema Innovation.

Abschließend – und das ist der dritte Punkt – kommt es auch auf das Wir-Gefühl, das Selbstbewusstsein Ihrer Branche an. Ich habe die Umsatzvolumina von 143 Milliarden Euro bereits erwähnt. Da müssen wir nicht stehen bleiben. Es kann auch weitergehen, das ist mein Wunsch als Bundeswirtschaftsminister.

Den Anteil, den mein Ministerium beitragen kann – gemeinsam mit dem Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien – den werden wir beitragen: Öffnung der Förderinstrumente, Fortsetzung von Ausschreibungswettbewerben wie den „Kultur- und Kreativpiloten“, damit wir auch Vorbilder haben im Bereich der Neugründungen,

Durchführung der Jahreskonferenzen. Daneben geht es auch darum, Sie mitzunehmen zu den anderen Branchen und die anderen mitzunehmen zu Ihnen. Dass wir vielleicht beim nächsten Mal auch Vertreter der Maschinenbauindustrie hier auf der Jahreskonferenz begrüßen können. Wir haben es eben im Film wieder gesehen: Die Frage der Schnittstelle zwischen Mensch und Maschine wird durch Sie gestaltet. Und wenn nicht durch Sie, dann durch keinen anderen.

Deswegen: Finden Sie sich zusammen. Artikulieren Sie sich. Organisieren Sie sich und sprechen Sie die Politik an. Sagen Sie, welche Rahmenbedingungen Ihre Branche braucht, damit Sie vernünftig arbeiten, Unternehmen gründen, sich vernetzen und schöpferische Werte schaffen können. Das ist mein Wunsch, das ist meine Aufforderung. Dafür sind Sie heute hier, dafür sind wir heute hier.

Vielen Dank.