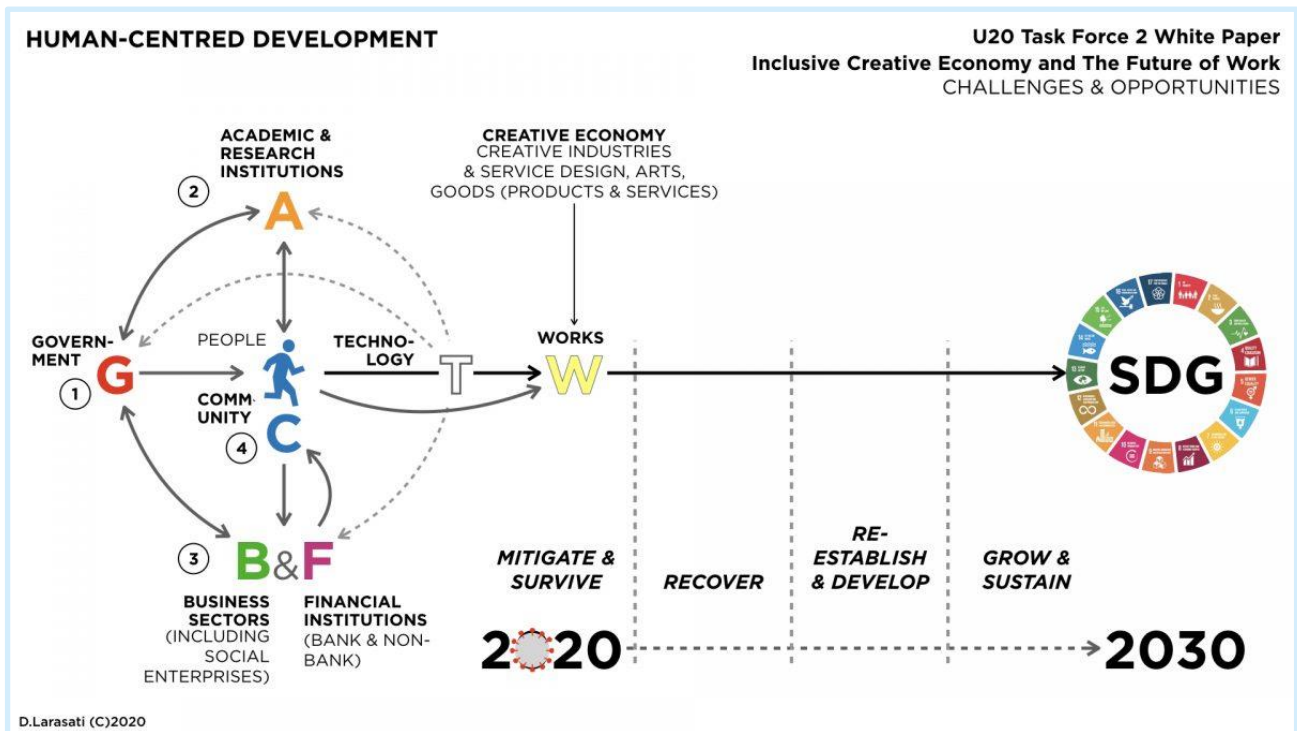
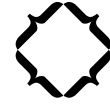


THEMENDOSSIER

# Treiber der Transformation

Die Rolle der Kultur- und Kreativwirtschaft  
in internationalen Strategien und Policies





# Inhaltsverzeichnis

---

<b>1 Einleitung</b>	<b>3</b>
1.1 Thema und Fragestellung	3
1.2 Methodik	3
1.3 Kultur- und Kreativwirtschaft / Creative Economy	3
<b>2 Welt in Krisen</b>	<b>4</b>
<b>3 Aufstieg, Krise, Transformation: Die KKW und COVID-19</b>	<b>7</b>
<b>4 Themenfelder für Policies</b>	<b>9</b>
<b>5 Beispiele</b>	<b>11</b>
5.1 Slowenien	11
5.2 Indonesien	13
5.3 Kolumbien	15
5.4 UK	17
<b>6 Gesamtbetrachtung</b>	<b>19</b>
<b>7 Resümee und Handlungsempfehlungen</b>	<b>21</b>
<b>8 Anhang: Literatur, Interviewpartner</b>	<b>22</b>
8.1 Quellen und Literatur global	22
8.2 Quellen und Literatur länderspezifisch (Auswahl)	24
8.3 Interviewpartner	25
<b>Impressum</b>	<b>26</b>

# 1 Einleitung

---

## 1.1 Thema und Fragestellung

Dieser Bericht geht der Frage nach, welche Rolle die **Kultur- und Kreativwirtschaft** angesichts zunehmender, anhaltender und konvergierender **globaler Krisen** einnehmen kann. Insbesondere sollen **Strategien und Policies** auf internationaler und nationaler Ebene in den Blick genommen werden, die der Kultur- und Kreativwirtschaft eine zunehmend hohe Bedeutung im Rahmen notwendiger wirtschaftlicher und gesellschaftlicher **Transformationsprozesse** zuschreiben und die ihre Potenziale nutzen und entwickeln wollen. In der Gesamtschau globaler Trends und beispielhafter Policy-Ansätze einzelner Länder sollen Hinweise und Empfehlungen für eine mögliche **strategische Weiterentwicklung von Policies** für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland abgeleitet werden.

## 1.2 Methodik

Die Untersuchung stützt sich im ersten Teil (Abschnitt 2 bis 4) auf die Auswertung von **Publikationen** internationaler Organisationen aus den Jahren 2018 bis 2022, die unmittelbar oder mittelbar die Kultur- und Kreativwirtschaft zum Thema haben. Im Wesentlichen betrifft dies Berichte und Beschlüsse

- der Vereinten Nationen (folgend: **UN**),
- der Konferenz der Vereinten Nationen für Handel und Entwicklung (folgend: **UNCTAD**),
- der Organisation der Vereinten Nationen für Bildung, Wissenschaft, Kultur und Kommunikation (folgend: **UNESCO**),
- der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (folgend: **OECD**),
- der Gruppe der zwanzig wichtigsten Industrie- und Schwellenländer (folgend: **G20**) sowie
- der Europäischen Kommission bzw. des Europäischen Parlaments (folgend: **EU**).

Die Auswahl und Darstellung der Länderbeispiele (Abschnitt 5) erfolgte auf Grundlage der Auswertung von **Datenbanken, Forschungsliteratur, nationaler Berichte und Beschlussfassungen** sowie ergänzender **Expertinnen- und Experteninterviews**, die im Zeitraum April bis Mai 2022 durchgeführt wurden. Abschließend wurde auf dieser Grundlage eine qualitative **Gesamtanalyse** vorgenommen, die **Muster und Trends** zusammenfasst sowie **Handlungsempfehlungen** formuliert.

## 1.3 Kultur- und Kreativwirtschaft / Creative Economy

Der Begriff ›Kultur- und Kreativwirtschaft‹ wird in diesem Dossier **synonym** mit dem Begriff ›**Creative Economy**‹ verwendet, wie ihn UN und UNCTAD definieren:

»Creative Economy, known as the ›orange economy‹ in a number of countries, involves, inter alia, knowledge-based economic activities and the interplay between human creativity and ideas, knowledge and technology, as well as cultural values or artistic, cultural heritage and other individual or collective creative expressions [...].«<sup>1</sup> »Creative Economy [...] is a broader concept, which includes interactions with consumers and associations, as well as the contribution of the creative activities, such as Research and Development (R&D), which take place outside the creative industry sub-sector.«<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> UN 2020.

<sup>2</sup> UN/UNCTAD 2022.

## 2 Welt in Krisen

---

»Selten standen die Länder vor einer Herausforderung  
solchen Ausmaßes und solcher Ernstlichkeit.«<sup>3</sup>

UNESCO, 2020

Finanzkrise, Klimakrise, COVID-Krise, Ukrainekrieg, Energiekrise: Nie in ihrer neueren Geschichte war die Menschheit mit einer solchen konvergierenden **Reihung von Krisen** mit systemischen **Risiken und Gefahren** konfrontiert, wie die jüngsten Berichte der großen internationalen Organisationen übereinstimmend feststellen. Zuletzt wurde eindringlich vor der Gefahr eines **globalen Kollapses** gewarnt – ausdrücklich nicht nur bezogen auf Ökosysteme und Biosphären, sondern auch mit Blick auf ökonomische, soziale und gesellschaftliche Systeme<sup>4</sup>. Diese seien zunehmend miteinander verbunden und voneinander abhängig und damit anfällig für kaskadierende Auswirkungen in der komplexen Gemengelage aktueller Risiken und drohender Gefahren.

»Eine kritische Zeit für die Zukunft der Menschheit.«<sup>5</sup>

United Nations Office for Disaster Risk Reduction, 2022

Deutlich wird in allen Berichten formuliert, dass eine **Rückkehr** auf den bisherigen Weg, eine Wiederaufnahme gewohnter Normalität, **keine Option** mehr ist. Die Dringlichkeit der aktuellen Krisensituation wird aber auch als Weckruf und Chance gesehen, die jetzt notwendigen **Transformationsprozesse** zu beginnen. Angesichts der Globalität der Herausforderungen werden die Regierungen aufgefordert, das Silodenken zu überwinden und gemeinsam einen neuen, **gesamtgemeinschaftlichen Ansatz** zu entwickeln.

»Wir haben keine Zeit zu verlieren; Wir müssen jetzt handeln.«<sup>6</sup>

United Nations Office for Disaster Risk Reduction, 2022

Als **Kompass** für diese Neuausrichtung gewinnt die 2015 beschlossene »**Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung**« der UN mehr und mehr an Bedeutung. Mit den darin formulierten 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, folgend SDGs) wurde eine »umfassende, weitreichende und auf den Menschen ausgerichtete Reihe universeller und transformativer Ziele und Vorgaben«<sup>7</sup> verabschiedet, die weltweit der Sicherung einer nachhaltigen Entwicklung auf **ökonomischer, sozialer und ökologischer Ebene** dienen sollen. Sie bilden zunehmend den **Referenzrahmen** für Fortschritts- und Entwicklungsberichte auf internationaler Ebene<sup>8</sup> aber auch für nationale Strategien und Maßnahmen eines Großteils der im Rahmen dieser Untersuchung betrachteten Beispiele.

Vor diesem Hintergrund wird die Kultur- und Kreativwirtschaft in allen ausgewerteten Berichten und Handlungsempfehlungen – selbst in denen der wenig »einschlägigen« Organisationen, wie OECD und G20 – als **Pionierbranche, Modell und Treiber** für die jetzt notwendigen Transformationsprozesse gesehen.

---

<sup>3</sup> UNESCO 2020.

<sup>4</sup> UN/UNDRR 2022.

<sup>5</sup> UN/UNDRR 2022.

<sup>6</sup> UN/UNDRR 2022.

<sup>7</sup> UN 2015.

<sup>8</sup> Vgl. hier z. B. den OECD-Bericht »The Short and Winding Road to 2030: Measuring Distance to the SDG Targets« (OECD 2022b), den letzten Weltkulturbericht der UNESCO, der erstmals die SDGs als »Monitoring Framework« für die periodischen Berichte der Mitgliedsstaaten gesetzt hat (UNESCO 2022) oder die Reihe von Fortschrittsberichten der EU im Kontext der SDGs (zuletzt: EU/UNCTAD: Sustainable development in the European Union. Monitoring report on progress towards the SDGs in an EU context; Luxembourg 2022).

Das von der UN für das vergangene Jahr 2021 ausgerufene ›Jahr der Kultur- und Kreativwirtschaft für nachhaltige Entwicklung‹ hat das Potenzial der Kultur- und Kreativwirtschaft hervorgehoben, »einen **essenziellen Bestandteil der Lösung** im postpandemischen Heilungsprozess für den Planeten, die Wirtschaft sowie die Gesellschaft«<sup>9</sup> zu bilden. Dieses **Wirkpotenzial** umfasst demzufolge alle drei in der Agenda 2030 definierten Dimensionen – **ökonomisch, sozial und ökologisch** –, »unter anderem durch die Förderung von Wirtschaftswachstum und Innovation, die Beseitigung der Armut, die Schaffung von produktiver Vollbeschäftigung und menschenwürdiger Arbeit für alle, die Verbesserung der Lebensqualität und die Selbstbestimmung von Frauen und jungen Menschen und die Verringerung der Ungleichheit innerhalb und zwischen den Ländern«<sup>10</sup>.

*»Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist der Schlüssel zu einigen der größten globalen Herausforderungen, vor denen die Welt steht.«*

Eliza Easton, Head of Policy Unit, Creative Industries Policy and Evidence Centre, UK

In Bezug auf die **ökonomische Dimension** wird vor dem Hintergrund grundlegender Verschiebungen in der Weltwirtschaft von einem auf natürlichen Ressourcen basierenden hin zu einem auf **Humanressourcen** basierenden System die jetzt schon hohe und perspektivisch stark weiter **wachsende Bedeutung** der Kultur- und Kreativwirtschaft herausgestellt.<sup>11</sup> Den ausgewerteten Berichten nach agiert die Branche cross-sektoral in den Feldern Kultur, Technologie, Wirtschaft und Innovation<sup>12</sup>, ist ein wichtiger **Wirtschaftsmotor**, generiert in bedeutendem Umfang Arbeitsplätze und Einkommen, erzeugt Spillover-Effekte auf die Gesamtwirtschaft und wirkt als **Innovationstreiberin** – auch durch das Hervorbringen und Fördern kreativer Kompetenzen<sup>13</sup>.

*»Kultur- und Kreativschaffende tragen dazu bei, Innovationen in der gesamten Wirtschaft voranzutreiben.«<sup>14</sup>*

OECD, 2022

Im Hinblick auf die **soziale Dimension** wird der Beitrag der kultur- und kreativwirtschaftlichen Unternehmen, Organisationen sowie der Akteurinnen und Akteure für **soziale Innovationen, sozialen Zusammenhalt** und für das **Wohlergehen** der Menschen hervorgehoben – was im Verlauf der COVID-Krise noch einmal deutlicher hervorgetreten ist.<sup>15</sup> Durch das hohe Potenzial in den Bereichen Forschung, Entwicklung und Innovation wird der Branche auch eine starke Bedeutung für die **ökologische Dimension** zugesprochen mit Blick auf die Neuentwicklung, Erprobung und Implementierung von **nachhaltigen Produkten und Verfahren**. Zudem wird der Sektor aufgrund seiner inhärenten **Kommunikationskompetenz** als wichtiger **Partner für Regierungen** gesehen, um in den bevorstehenden Transformationsprozessen vermittelnd und stabilisierend zu wirken und z. B. Verhaltensänderungen hin zu nachhaltigeren Produktions- und Konsumpraktiken zu erreichen.<sup>16</sup>

*»Besonders die jungen Menschen in den Städten wissen, dass eine zukunftsfähige Ökonomie nachhaltig sein muss und dass ein Schlüssel dazu in der Kultur- und Kreativwirtschaft liegt.«*

Dr. Tita Larasati, international advisor for creative industries policy,  
Deputy of Strategic Partnership Indonesia Creative Cities Network

<sup>9</sup> BC/PEC 2021.

<sup>10</sup> UN 2020.

<sup>11</sup> G20/T20 2021.

<sup>12</sup> UN/UNCTAD 2019.

<sup>13</sup> G20 2021a.

<sup>14</sup> OECD 2022a.

<sup>15</sup> EU 2021.

<sup>16</sup> G20 2021a.

Diesen Wirkpotenzialen gegenüber – und teils auch entgegen – steht den Berichten zufolge eine bisher zu **wenig entwickelte Aufmerksamkeit und Anerkennung** der Kultur- und Kreativwirtschaft in nationalen Rahmenstrukturen und Policies.

Festgestellt wird unter anderem eine insgesamt unzureichende Erfassung sowohl ihrer wirtschaftlichen und gesellschaftlichen **Bedeutung** als auch ihrer spezifischen **Struktur** und der damit verbundenen **Bedarfe**<sup>17</sup>, eine mangelhafte Verfügbarkeit und Vergleichbarkeit offizieller **Zahlen und Daten** zur Branche, die lückenhaften und oft aufgrund der raschen Entwicklung der Branche veralteten nationalen **Klassifizierungen** der Wirtschaftsbereiche und Berufsfelder<sup>18</sup> – die zudem international uneinheitlich sind – sowie die unzulängliche Berücksichtigung in bestehenden **Innovationsberichten**<sup>19</sup> und **Innovationsfördersystemen**<sup>20</sup>.

---

<sup>17</sup> UN/UNCTAD 2022.

<sup>18</sup> Vgl. u. a. OECD 2022a und G20/T20 2021.

<sup>19</sup> OECD 2022a.

<sup>20</sup> EU 2021.

### 3 Aufstieg, Krise, Transformation: Die KKW und COVID-19

---

Vor dem durch die Corona-Pandemie verursachten Einschnitt war die Kultur- und Kreativwirtschaft einer der **stärksten globalen Wachstumsmärkte**. Global betrachtet ergeben jüngste Schätzungen der UNESCO eine gesamte Bruttowertschöpfung von 3,4 Billionen US-Dollar im Jahr 2019<sup>21</sup>. Bezogen auf den Wirtschaftsraum der OECD-Länder wuchs nach aktuellen Berechnungen<sup>22</sup> die Unternehmenszahl in den Mitgliedsländern zwischen 2011 und 2018 um 18 % – gegenüber 12 % in der restlichen Wirtschaft; 7 % aller Unternehmen waren dem kultur- und kreativwirtschaftlichen Sektor zugeordnet. Auch die Beschäftigung entwickelte sich zwischen 2012 und 2019 mit einem Plus von 13,4 % **dynamischer als in den anderen Wirtschaftsbereichen** (+ 9,1 %). Jeder 20. Arbeitsplatz wird der Kultur- und Kreativwirtschaft zugeordnet, in den Städten und Hauptstadtregionen sogar jeder zehnte. Die realen Zahlen liegen jedoch vermutlich noch einmal deutlich darüber, da geschätzt 40 % der kreativen Beschäftigung statistisch nicht dem Sektor zugeordnet wird – zum Beispiel im Falle von Industriedesignern in der Automobilindustrie<sup>23</sup>.

Zuletzt jedoch hat – und tut es noch – die **Corona-Pandemie** den Sektor hart getroffen. Geschätzt wird, dass zwischen 2019 und 2020 die globale Bruttowertschöpfung um 21 % oder 750 Milliarden US-Dollar gesunken ist, mindestens 10 Millionen Arbeitsplätze gingen verloren<sup>24</sup> – die indirekten Auswirkungen entlang der nicht dem Sektor zugeordneten Wertschöpfungsketten nicht mit eingerechnet, ebenso wenig wie die Auswirkungen in der informellen Beschäftigung<sup>25</sup>. Damit gehört der Sektor global zu den **am stärksten betroffenen** und hat durch die Pandemie mehr Schaden erlitten als durch jede frühere Krise. Ein Blick in die **Sub-Sektoren** der heterogenen Branche zeigt jedoch **große Unterschiede**. Während Bereiche mit starkem Event- oder Standortbezug besonders betroffen waren und zusätzliche negative Auswirkungen durch rückläufige öffentliche Mittel zu verkraften haben<sup>26</sup>, konnten andere Bereiche durch den während der Pandemie erfolgten Digitalisierungsschub Verluste abmildern oder sogar wachsen<sup>27</sup>.

Die Corona-Pandemie hat erneut verdeutlicht, dass ›die‹ Kultur- und Kreativwirtschaft ein **komplexes Branchenkonstrukt** ist, das von extremer **Diversität und Kleinteiligkeit** der Wirtschaftszweige, Tätigkeiten, Unternehmensformen und -größen geprägt ist, das eine große Bandbreite vorwiegend **immaterieller wirtschaftlichen Güter** mit jeweils **spezifischen Erwerbs- und Beschäftigungsstrukturen** aufweist und zudem in **Produktions- und Wertschöpfungsketten** sowohl ineinander als auch mit anderen Branchen eng verzahnt ist. Diese Charakteristik bildet einerseits den Hintergrund für eine **hohe Entwicklungsdynamik** – andererseits ist der schnell wachsende und weit verzweigte Sektor aufgrund einer bisher **fehlenden Systematik** für eine adäquate, vollständige **Erfassung** seiner wirtschaftlichen Bedeutung, seiner Potenziale und Wirkungsdimensionen sowie eines noch wenig entwickelten politischen Verständnisses seiner besonderen Strukturen und Bedarfe **besonders fragil und anfällig**<sup>28</sup>.

---

<sup>21</sup> UNESCO 2021.

<sup>22</sup> OECD 2022a.

<sup>23</sup> OECD 2022a.

<sup>24</sup> UNESCO 2021.

<sup>25</sup> G20/T20 2021.

<sup>26</sup> UNESCO 2022.

<sup>27</sup> OECD 2022a.

<sup>28</sup> EU 2021.

In der Folge zielten die bisher im Handlungsdruck der Pandemie erfolgten Hilfsmaßnahmen zumeist **an der Branche vorbei**, wie die Berichte feststellen:

»Maßnahmen zur Sicherung von Beschäftigung und Einkommen sind nicht immer zugänglich oder nicht angepasst an die neuen, **atypischen Beschäftigungsformen** (freiberuflich, zeitweilig, hybrid – z. B. in der Kombination von bezahlter Teilzeitarbeit und Freiberuflichkeit), die tendenziell prekärer sind und in der Kultur- und Kreativwirtschaft häufiger vorkommen. Finanzierungsmaßnahmen für KMU könnten ebenfalls besser zugeschnitten werden auf Unternehmen, die sich auf immaterielle Wirtschaftsgüter gründen. [...] **Mainstream-Unterstützung** für Unternehmen ist oft **nicht für die Besonderheiten des Sektors geeignet.**«<sup>29</sup>

Nach Maßnahmen zur kurzfristigen Sicherung des Überlebens zumindest eines Teils der Unternehmen und der Akteurinnen und Akteure der Branche wendet sich erst allmählich die Aufmerksamkeit dem perspektivischen **Wiederaufbau** und einer **Weiterentwicklung** zu<sup>30</sup>. Es wird jedoch davon ausgegangen, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft ihre Position als der am schnellsten wachsende Wirtschaftsbereich wieder zurückgewinnen und sich zukünftig als ein **zentraler wirtschaftlicher Treiber** entwickeln wird<sup>31</sup>: »Kreative Dienstleistungen dürften zu einem der größten **Wachstumsbereiche der Zukunft** werden«<sup>32</sup>. Für die wirtschaftliche Entwicklung wird somit die Herausbildung eines vernetzten **kultur- und kreativwirtschaftlichen Ökosystems** immer wichtiger<sup>33</sup> – und damit auch die Bedeutung für die Politik<sup>34</sup>.

*»Aktuell, post-COVID, findet ein Reframing statt:*

*Die Kultur- und Kreativwirtschaft wird zunehmend als wichtiger Treiber für notwendige ökonomische und gesellschaftliche Transformationsprozesse wahrgenommen.«*

Dr. Tom Fleming, Director TF Creative Consultancy

---

<sup>29</sup> OECD 2022s.

<sup>30</sup> UNESCO 2020.

<sup>31</sup> Deloitte 2021.

<sup>32</sup> UN/UNCTAD 2019.

<sup>33</sup> Deloitte 2021.

<sup>34</sup> UN/UNCTAD 2022.



## 4 Themenfelder für Policies

---

Während der Pandemie wurde die Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft wie auch ihr **Wirkpotenzial** im Rahmen anstehender **Transformationsprozesse** erneut und verstärkt sichtbar. Zugleich zeigte sich jedoch auch die **Vulnerabilität** der Branche in ihren bestehenden Strukturen und Rahmenbedingungen. Eine bloße Wiederherstellung der Situation vor der Krise wird deshalb – und auch vor dem Hintergrund einer »neuen Normalität«<sup>35</sup> durch die sprunghafte Entwicklung digitaler Produktion und Konsumtion – nicht als sinnvolle Option gesehen<sup>36</sup>. Vielmehr wird empfohlen, die Krise als Chance für einen **Paradigmenwechsel** zu nutzen.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft sollte demnach integraler Bestandteil von **Entwicklungsstrategien** und einer erweiterten, ressortübergreifenden und cross-sektoralen **Policy-Agenda** werden<sup>37</sup>, die es ermöglicht, Rahmenbedingungen so zu gestalten, dass die **Resilienz** der Branche erhöht wird und zugleich ihre **Potenziale** als Impulsgeber, Ermöglicher und Treiber im Rahmen einer **zukunftsgerichteten, nachhaltigen Entwicklung** besser genutzt werden können<sup>38</sup>.

In den ausgewerteten Berichten werden dabei – in weitreichender Übereinstimmung – folgende **Themenfelder** und **Strategien** aktueller nationaler Policies sowie **Handlungsempfehlungen** zur Entwicklung des Sektors benannt:

- Verstärkter **Dialog** zwischen öffentlichen und privaten Stakeholderinnen und Stakeholder auf nationaler und internationaler Ebene, um Strukturen, Prioritäten, Hemmnisse und Bedarfe zu identifizieren
- Gewinnung von **Informationen und Daten** zum Sektor, die regelmäßiger und detailgenauer erhoben werden und in internationaler Abstimmung eine Vergleichbarkeit gewährleisten
- Ausbau von **Forschung und Entwicklung** als Kernpotenzial der Kultur- und Kreativwirtschaft
- Revision bestehender **Innovationssysteme und Förderstrukturen**, stärkere Nutzung cross-sektoraler und nicht-technischer Innovationspotenziale
- Erweiterung der **Fortschrittsindikatoren**, Einbeziehung von Aspekten wie Innovation, Soziales, Diversität, Gesundheit und Wohlbefinden, Umwelt und nachhaltige Entwicklung
- Ausbau **digitaler Infrastrukturen**, Anpassung und Weiterentwicklung von **rechtlichen Rahmenbedingungen, Regulierungsstrukturen** und Fördersystemen, Stärkung und rechtliche Absicherung von Kooperation, Produktion und Distribution in nationalen und internationalen Märkten
- Verbesserung der Rahmenbedingungen im **Arbeitsmarkt**, kreative und unternehmerische **Kompetenzentwicklung** sowohl in der beruflichen wie auch in der allgemeinen Bildung, um sowohl die Angebots- als auch die Nachfrageseite weiter zu entwickeln
- **Kapitalisierung und Investitionsförderung** durch Entwicklung transversaler Finanzierungs- und Fördersysteme in Partnerschaft und Allianz zwischen öffentlichen, privaten und zivilgesellschaftlichen Interessengruppen, Setzen von Investitionsanreizen und Absicherungen für privatwirtschaftliche Investitionen

---

<sup>35</sup> UNESCO 2020

<sup>36</sup> EU 2021.

<sup>37</sup> Vgl. u. a. UN/UNCTAD 2022, OECD 2022a, G20 2021a.

<sup>38</sup> Vgl. u. a. G20/T20 2021, EU 2021.

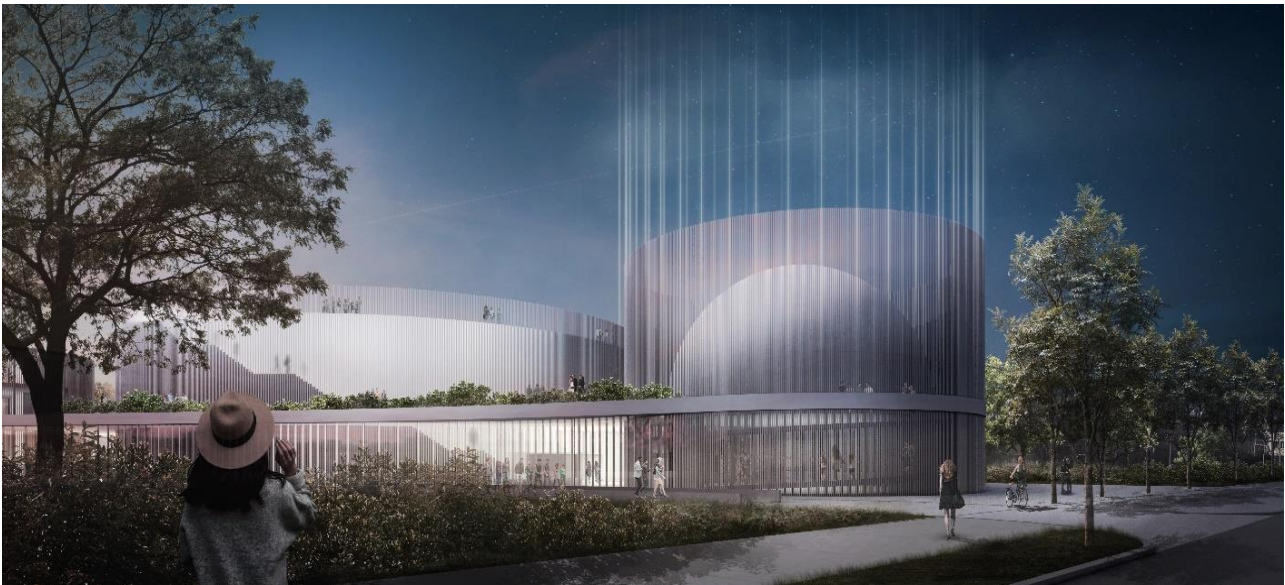
Die folgenden Kurzdarstellungen ausgewählter Länder sollen einen Einblick in die **Bandbreite** geben, innerhalb derer sich **Policies** zur Einbeziehung der Kultur- und Kreativwirtschaft in **nationale Entwicklungsstrategien** bewegen können: Von gerade beginnenden Ansätzen zur **Positionierung in globalen Zukunftsmärkten** über eine entschlossene **Neuausrichtung der politischen Agenda** bis hin zu etablierten, über einen langen Zeitraum **gewachsenen Systemen und Strukturen**.

## 5 Beispiele

### 5.1 Slowenien

Die Republik Slowenien mit der Hauptstadt Ljubljana ist seit 1991 souveräner Staat, seit 2004 Mitglied der **EU** und seit 2010 der **OECD**. Bei rund 2,1 Mio. Einwohnern ist es etwa so groß wie Rheinland-Pfalz und bildet damit einen der **kleinsten Staaten in Europa**.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft im Land ist vergleichsweise **stark entwickelt**. In den Jahren vor der Pandemie nahm die Anzahl der Unternehmen um 35,5 % zu, die Bruttowertschöpfung stieg um 74 %<sup>39</sup>. Nach letzten Daten<sup>40</sup> erwirtschaftet sie 3,5 % der nationalen Bruttowertschöpfung und beschäftigt 4,7 % der Gesamterwerbstätigen. Ein Schwerpunkt – der sich bereits seit den 1990er Jahren entwickelt hat – liegt in der Verbindung von **Kunst, Design, Technologie und Wissenschaft**.



Geplantes Science-Center für nachhaltige Innovationen in Ljubljana  
Bildnachweis: Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Sport der Republik Slowenien

*»Slowenien will sich als Standort für Kreativität und Innovation auf der internationalen Landkarte platzieren.«*

Anja Zorko, Head of Center for Creativity Slovenia

»Green, creative, smart – emerging as a pioneer in innovation and creativity«<sup>41</sup> Die nationale Strategie zielt darauf, Slowenien als Entwicklungs- und Produktionsstandort für **innovative Zukunftstechnologien** im globalen Wettbewerb zu positionieren. Kultur- und Kreativwirtschaft wird dabei explizit als **Schlüsselfaktor** hervorgehoben, um vorhandene Stärken in den Bereichen Forschung und Entwicklung, Green Economy, Umwelttechnologien, Robotik, Mobilität und Digitalisierung auszubauen.

<sup>39</sup> Zeitraum 2013 bis 2019; in: BMWK: Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2021; Berlin 2022.

<sup>40</sup> Daten für 2017; in: Center za Kreativnost / Nika Murovec, Damjan Kavaš, Tjaša Bartol: Statistična analiza stanja kulturnega in kreativnega sektorja v Sloveniji 2008–2017; Ljubljana 2020.

<sup>41</sup> Kommunikationskampagne des Ministeriums für wirtschaftliche Entwicklung und Technologie der Republik Slowenien.

## Plattform- und Netzwerkbildung

Wichtige Entwicklungstreiber im bisherigen, erst vor wenigen Jahren intensivierten Prozess waren aus nationalen und EU-Mitteln finanzierte Projekte zur internationalen Vernetzung und nationaler **Plattformbildung** von Institutionen, Organisationen und von Akteurinnen und Akteuren aus dem kultur- und kreativwirtschaftlichen Sektor sowie aus Forschung und Wissenschaft. Mit dem nationalen »**Zentrum für Kreativität**« wurde ein Kontaktpunkt, Inkubator, Wissens- und Kompetenzvermittler für den Sektor aufgebaut. Das Zentrum initiiert und unterstützt Kooperationen und Projektvorhaben und schafft Verbindungen mit anderen Wirtschaftsbereichen. Zudem werden auf der Basis laufender **Mappings und Datenerhebungen** zur Kultur- und Kreativwirtschaft im Land politische Handlungsempfehlungen für die **Weiterentwicklung des Sektors** erarbeitet.

*»Forschung und Analyse sind wichtige Säulen unserer Arbeit.  
Wir untersuchen den Sektor mit Research, Interviews, Workshops. Auf dieser Basis  
erarbeiten wir Vorschläge und Empfehlungen für Maßnahmen und Policies.«*

Anja Zorko, Head of Center for Creativity Slovenia

## Künstlerische Forschung als Teil des Innovationssystems

Das ebenfalls erst vor wenigen Jahren aufgebaute Netzwerk »Investigative Art and Culture Centers« arbeitet als nationale Plattform in einer breiten Partnerstruktur aus Kunst-, Forschungs- und Wissenschaftsinstitutionen an der Verbesserung von **Rahmenbedingungen** und der konkreten Umsetzung von **cross-sektoraler Zusammenarbeit**. Ziel ist die **Integration von Kunst und Kultur** in wissenschaftliche, technologische, unternehmerische und gesellschaftliche **Forschung, Entwicklung und Innovation**.

*Die Ministerien und Regierungsbüros für Kultur, Wirtschaft, Technologie,  
Entwicklung, Europa und andere stehen im engen Kontakt und Austausch mit uns.  
Sie alle sind sich mehr und mehr der Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft  
für das Innovationssystem bewusst.*

Anja Zorko, Head of Center for Creativity Slovenia

## Ausblick

Anfang 2022 wurde eine neue **Kulturentwicklungsstrategie** beschlossen, die als ein Entwicklungsziel die »Vernetzung von Kreativ-, Forschungs- und Innovationszentren [...] für die Entwicklung zeitgenössischer Formen **forschender Kunst**«<sup>42</sup> benennt. Zusätzlich zu bestehenden lokalen Zentren und Hubs soll 2022 der Baubeginn eines neuen **Science Centers** erfolgen – ein »Knotenpunkt von Wissenschaft, Wirtschaft, Bildung und Kultur«<sup>43</sup>, das als interdisziplinäres Labor und Schaufenster für **cross-sektorale Innovationen** in den Bereichen Soziales, Technologie und Ökologie dienen soll.

Nach einem im April 2022 erfolgten Regierungswechsel – von einer nationalkonservativen hin zu einer grünliberalen Ausrichtung – wird erwartet, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft weiter in den **Fokus der nationalen Entwicklungsstrategie** rückt.

*»Der Sektor wird zunehmend als wichtig für eine  
zukunftsgerichtete Entwicklung gesehen, als Innovationstreiber.«*

Anja Zorko, Head of Center for Creativity Slovenia

<sup>42</sup> Beschluss zum Nationalen Kulturprogramm 2022-2029; Resolucija o nacionalnem programu za kulturo 2022-2029 (ReNPK22-29); 2022; abrufbar unter URL: <http://pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=RESO141> [letzter Zugriff: 30.06.2022].

<sup>43</sup> URL: <https://www.gov.si/zbirke/projekti-in-programi/izgradnja-centra-znanosti-kot-demonstracijskega-objekta/> [letzter Zugriff: 22.06.2022].

## 5.2 Indonesien

Mit gut 250 Millionen Einwohnerinnen und Einwohnern auf rund 17.500 Inseln ist die Republik Indonesien der **größte Inselstaat** und gehört zu den **bevölkerungsreichsten Ländern der Erde**. Das Land weist eine sehr **hohe Diversität** auf – unter anderem in Bezug auf die 360 verschiedenen Volkszugehörigkeiten und die Bevölkerungsdichte. Die Hälfte der Bevölkerung besiedelt die Insel Java, während andere Teile des Landes sehr dünn besiedelt sind. Indonesien ist stark von den Auswirkungen der **Klimakrise** betroffen. Derzeit wird eine **neue Hauptstadt** errichtet, da die Hauptstadtregion Jakarta mit ihren rund 35 Millionen Einwohnern vom ansteigenden Meeresspiegel bedroht wird.

Indonesien ist **G20-Mitglied** und hat 2022 die Präsidentschaft inne. Die Kultur- und Kreativwirtschaft, die an das Tourismusministerium angegliedert ist, findet aktuell eine **hohe politische Aufmerksamkeit**: Neben dem G20-Gipfeltreffen finden in diesem Jahr auch die ›World Conference on Creative Economy‹ und der ›World Tourism Day‹ im Land statt. Nach zuletzt **hohen Wachstumsraten** erwirtschafteten nach letzten Daten 19,2 Millionen Beschäftigte im Sektor rund 76 Milliarden EUR, entsprechend 8 % des Bruttoinlandsproduktes<sup>44</sup>.

### 17 CREATIVE ECONOMIC SUBSECTORS



Quelle [Format bearbeitet]: Ministry of Tourism and Creative Economy Indonesia: Statistik Ekonomi Kreatif 2020.

*»Indonesien ist ein großes, bevölkerungsreiches und unglaublich vielfältiges Land. Die große Herausforderung ist: worauf soll der Fokus liegen, welche Geschichte erzählt man?«*

Dr. Tom Fleming, Director TF Creative Consultancy

Nachdem 2008 die Kultur- und Kreativwirtschaft in Indonesien erstmals durch das Handelsministerium als Wirtschaftssektor definiert wurde, erfolgte mit internationaler Beratung<sup>45</sup> die Erarbeitung einer **langfristigen Strategie** und eines **Handlungsplans**, eine ministerielle Zuordnung und 2015 die Gründung einer **nationalen Entwicklungsagentur**<sup>46</sup>. Ziel war es, das Bewusstsein für die Bedeutung des Sektors zu erhöhen, die vielfältigen regionalen Aktivitäten und Potenziale unter einer nationalen **Dachmarke** zu bündeln, Wachstum und Beschäftigung zu steigern und durch die Platzierung auf globalen Märkten den **Export** kultur- und kreativwirtschaftlicher Güter zu erhöhen.

<sup>44</sup> Ministry of Tourism and Creative Economy Indonesia: Statistik Ekonomi Kreatif 2020.

<sup>45</sup> British Council / Tom Fleming Consultancy: Developing Creative Economies in ODA Countries. Overview Report July 2019.

<sup>46</sup> Vgl. u. a. British Council / Tom Fleming Consultancy: Indonesia Country Overview, 2021; Hatammimi, Jurry: Institutional Entrepreneurship in The Creative Industry in an Emerging Market: A Study of the Fashion Sector in Bandung, Indonesia, University of Hull, 2019.



## Diversität und internationale Märkte

Vor dem Hintergrund der kleinteiligen topografischen und demografischen Struktur Indonesiens wird in der Kultur- und Kreativwirtschaft großes Potenzial gesehen, die vielfältigen regionalen Kulturgüter mit ihren kleinteiligen, oft **informellen Produktions- und Beschäftigungsformen** für die ökonomische Entwicklung des Landes zu nutzen. Als größte Märkte, auch im Hinblick auf ihre Wachstumspotenziale in Kombination mit der Tourismuswirtschaft, wurden die **Modeindustrie** (Indonesien ist führend bei muslimischer Mode und religiösem Tourismus), das **Kunsth Handwerk** sowie die **Kulinarik** identifiziert, die in Indonesien als kultur- und kreativwirtschaftlicher Subsektor definiert ist.

*»Indonesien ist sehr groß, sehr vielfältig. Es gibt keine Lösung, die für alles passt. Die Regierung hat einen gesetzlichen Rahmen geschaffen, der nationale Schwerpunkte setzt und innerhalb dessen die Provinzen und Städte eigene, lokal angepasste Rahmenordnungen für die Kultur- und Kreativwirtschaft entwickeln.«*

Dr. Tita Larasati, international advisor for creative industries policy,  
Deputy of Strategic Partnership Indonesia Creative Cities Network

Während der Pandemie wurden durch die nationale Regierung Anreize für die hohe Zahl an Kleinst- und Kleinunternehmen im Land geschaffen, den **Internethandel** zu erschließen. In wenigen Monaten wuchs die Zahl der Unternehmen, die auf **E-Commerce Plattformen** vertreten sind, um mehr als zwei Millionen<sup>47</sup>. Aktuell soll ein nationales Programm zur Stärkung der mit dem Tourismussektor verknüpften Kultur- und Kreativwirtschaft aufgelegt werden, das besonders die **Entwicklung nachhaltiger Produkt- und Verpackungslösungen** in den Bereichen Mode, Handwerk und Kulinarik fördert<sup>48</sup>.

*»Das Verständnis der Potenziale des Kreativsektors erweitert sich. Der Fokus liegt nicht mehr nur auf ökonomischen Faktoren, sondern auch auf einer nachhaltigen, zukunftsorientierten Entwicklung des Landes.«*

Dr. Tom Fleming, Director TF Creative Consultancy

## Netzwerkbildung und Sichtbarkeit

Durch Informationskampagnen, Investitionsprogramme und eine nationale Rahmengesetzgebung zur Entwicklung des Sektors wird die Herausbildung **regionaler Strukturen** angeregt, um sowohl in den urbanen Zentren als auch in den ruralen Regionen neue kultur- und kreativwirtschaftliche **Märkte auszubauen und zu internationalisieren**. Eine besondere Rolle spielt dabei seit 2015 das **»Creative Cities Network«** (CCN), das bereits rund die Hälfte der Städte und Provinzen des Landes verbindet, Sichtbarkeit schafft und Zusammenarbeit ermöglicht beim **Mapping** des Sektors und bei der Entwicklung sowohl nationaler als auch regional angepasster **Strategien und Roadmaps**.

*»Das nationale »Creative Cities Network« verbindet rund die Hälfte der Städte und Regierungsbezirke in Indonesien. In der Pandemie war das ein großer Vorteil für die Regierung. Wir waren dicht an den Leuten dran, konnten schnell und agil handeln, Hilfsmaßnahmen lokal abstimmen und koordinieren.«*

Dr. Tita Larasati, international advisor for creative industries policy,  
Deputy of Strategic Partnership Indonesia Creative Cities Network

<sup>47</sup> G20/T20 2021.

<sup>48</sup> Rochmad Bayu Utomo, Made Heny Urmila Dewi: The role of government and private sector in the creative economy; in: JRAMB, Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, UMB Yogyakarta, Volume7, No 1, 2021.

## 5.3 Kolumbien

Mit rund 50 Millionen Einwohnerinnen und Einwohnern ist die Republik Kolumbien der **bevölkerungsreichste Staat in Südamerika**. Die Geschichte des Landes ist von einer langen Reihe von gewaltsamen inneren **Konflikten** geprägt. Erst in den letzten Jahren konnten erste Schritte eines Friedensprozesses begonnen werden, der von der UN unterstützt und begleitet wird. Das Erreichen von innerem **Frieden und Stabilität** ist jedoch weiterhin eine der größten Herausforderungen.

Kolumbien ist seit 2020 Mitglied der **OECD** und gehört zu den **größten Wachstumsmärkten** in Südamerika. Im kultur- und kreativwirtschaftlichen Sektor erwirtschafteten in den Jahren vor der Pandemie etwa 600.000 Beschäftigte rund 3 % der nationalen Bruttowertschöpfung.<sup>49</sup>

### Strategies of the Orange Economy



Quelle [Ausschnitt, bearbeitet]: Government of Colombia, National Council of the Orange Economy, Ministry of Culture, 2019.

Bereits seit Anfang des Jahrtausends wurden unter Einbeziehung internationaler Beratung **Map-pings und Analysen** des Sektors durchgeführt, Potenziale identifiziert und Strategien entwickelt<sup>50</sup>. 2013 wurde das Konzept der »**Orange Economy**« veröffentlicht<sup>51</sup> – entwickelt vom späteren Kulturminister sowie vom späteren Präsidenten Kolumbiens – das einen **fokussierten Policy-Ansatz** zur Nutzung der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen **Transformationspotenziale** beschreibt. Seit 2018 wird dieser – unter starker Bezugnahme auf die SDGs – als zentraler Teil der übergreifenden politischen Agenda Kolumbiens weiterentwickelt und umgesetzt.

<sup>49</sup> Ministerio de Cultura Colombia: Análisis de los resultados de la cuenta satélite de cultura y economía naranja 2020PR.

<sup>50</sup> Vgl. British Council / Tom Fleming Consultancy: Developing Creative Economies in ODA Countries. Overview Report July 2019.

<sup>51</sup> IDB 2013.

*»Diese Regierung hat den Ausbau des kulturellen und kreativwirtschaftlichen Sektors ins Zentrum des Entwicklungsmodells des Landes gerückt.«*

Adriana Padilla Leal, Colombian Vice Minister of Creativity and the Orange Economy

## **Integrale Strategie nach innen...**

Exemplarisch für die Reihe von aufeinander aufbauenden **Rahmengesetzen und Maßnahmen** der letzten Jahre, die in Zusammenarbeit der nationalen Ministerien und Institutionen des Landes, dem **›National Council of Orange Economy‹**, entwickelt und verabschiedet wurden, seien hier genannt:

- Das **›Orange Law‹** (2017), das entwicklungsfördernde Policy-Leitlinien mit finanziellen und strukturellen **Anreizsysteme** für die Kultur- und Kreativwirtschaft setzt, sowie dessen Fortschreibung in der **›Comprehensive Policy of the Orange Economy Colombia‹** (seit 2019)<sup>52</sup>;
- Die Förderung von **Unternehmertum**, unter anderem durch einen **Einkommenssteuererlass** für Unternehmen des Sektors für den Zeitraum von fünf Jahren (2018);
- Maßnahmen zur **Kapitalisierung** des Sektors, wie internationale Anleihe-Auktionen (**›Orange Bonds‹**)<sup>53</sup> für **Investitionen** in die Kultur- und Kreativwirtschaft Kolumbiens (2018);
- Die Gründung der **›Colombia Crea‹** Gesellschaft<sup>54</sup> (2019) mit Programmen zur Förderung der Entwicklung von kultur- und kreativwirtschaftlichen **Wertschöpfungsketten** in Bezug auf Ausbildung, Fortbildung, Produktion, Vertrieb und Konsumtion;
- Das Förder- und Investitionsprogramm **›ReactivARTE‹** (2021), das mit Krediten, Förderungen und **Investitionsanreizen** sowie mit dauerhaften **Steuererleichterungen** die Folgen der Pandemie insbesondere für den Kultursektor abfedern soll;
- Die aktuell (2022) erfolgte Verabschiedung eines **Handlungsplans** zur Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft 2022 bis 2027 mit einem Investitionsvolumen von 75 Millionen EUR<sup>55</sup>.

*»Die Ministerien und nationalen Institutionen arbeiten zusammen, um den Kultur- und Kreativwirtschaftssektor zu entwickeln. Wir haben ein Governance-Ökosystem gebildet, in dem wir gemeinsam Strategien erarbeiten, Rahmenbedingungen verbessern, Incentives konzipieren und umsetzen.«*

Adriana Padilla Leal, Colombian Vice Minister of Creativity and the Orange Economy

## **...und außen**

Kolumbien hat zahlreiche **internationale Kooperationen** zum strategischen **Austausch** und zur Bildung von **Handelsbeziehungen** mit Ländern initiiert, in denen die Kultur- und Kreativwirtschaft ebenfalls zentraler Teil nationaler Entwicklungsstrategien ist – darunter Indonesien und Großbritannien; zuletzt wurde ein Kooperationsabkommen mit den Vereinigten Arabischen Emiraten geschlossen.

*»Wir denken, dass Kultur und Kreativität die Basis für ein Modell zur Umsetzung der Ziele für nachhaltige Entwicklung der UN bilden können. Es geht darum, neue Wege ökonomischer und sozialer Prosperität zu finden, neue Realitäten und Perspektiven für die Menschen zu entwickeln.«*

Adriana Padilla Leal, Colombian Vice Minister of Creativity and the Orange Economy

<sup>52</sup> República de Colombia: Comprehensive Policy of the Orange Economy Colombia, 2019.

<sup>53</sup> Vgl. <https://www.creativityculturecapital.org/blog/2021/09/13/sharing-the-orange-bond-with-the-world/> [letzter Zugriff: 30.06.2022].

<sup>54</sup> Vgl. URL: <https://economianaranja.gov.co/sello-colombia-crea/> [letzter Zugriff: 30.06.2022].

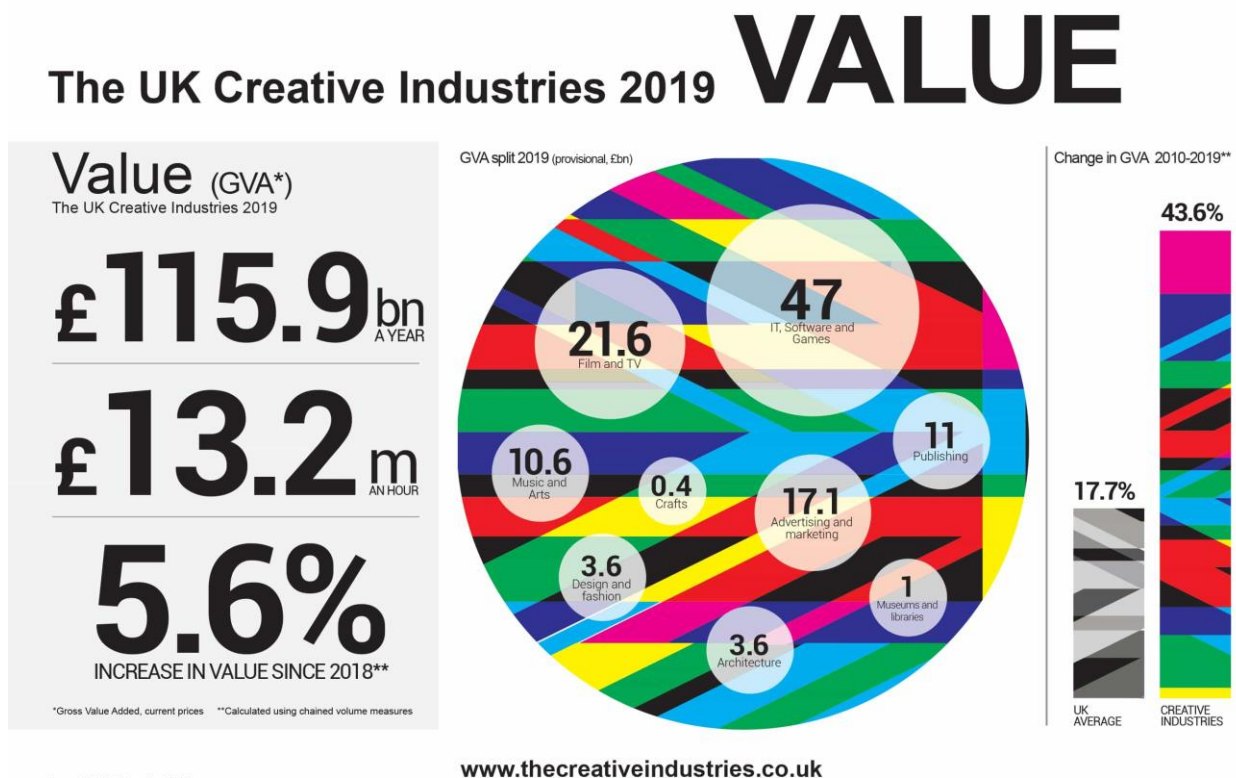
<sup>55</sup> Política Nacional de Economía Naranja: Estrategias para impulsar la Economía de la Cultura y la Creatividad; URL: [https://economianaranja.gov.co/media/rkgpzzg1i/conpes\\_4090-pol%C3%ADtica-de-econom%C3%ADa-naranja.pdf](https://economianaranja.gov.co/media/rkgpzzg1i/conpes_4090-pol%C3%ADtica-de-econom%C3%ADa-naranja.pdf) [letzter Zugriff: 30.06.2022].



## 5.4 UK

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist bereits seit den 1990er Jahren Teil der politischen Agenda des Vereinigten Königreichs (folgend: UK), als eine **ministerielle Task Force** mit ersten **Datenerhebungen** und **Strategieentwicklungen** begann. Seitdem ist das Land einer der **globalen Vorreiter** bei Definition, Datenerfassung, Analyse, Policy- und Strukturbildung des Sektors.

Zuletzt hatte die Kultur- und Kreativwirtschaft nach konstant **hohen Wachstumsraten** mit rund 130 Mrd. EUR einen Anteil von 6 %<sup>56</sup> an der nationalen Bruttowertschöpfung und beschäftigte 2,3 Mio. Menschen, entsprechend 6,9 %<sup>57</sup> der Gesamtbeschäftigung. Die größten Märkte liegen in den Bereichen **IT, Software und Games**, im Bereich der **Audiovisuellen Medien** sowie in **Werbung und Marketing**. Insbesondere in der Hauptstadtregion konzentriert sich ein Großteil der Unternehmen; jeder dritte Beschäftigte wird dort der Kultur- und Kreativwirtschaft zugeordnet.



Im globalen Diskurs nimmt UK seit den 2000ern eine **führende Rolle** ein – beginnend beim internationalen **Referenzmodell** bei sektoriellen Klassifizierungsrahmen<sup>58</sup> über die **Beratung** von Ländern und Regionen bei Mappings und Entwicklungsstrategien (u. a. Indonesien und Kolumbien) bis hin zur maßgeblichen Beteiligung in **globalen Gremien, Think Tanks und Projekten**.

*»Großbritannien ist ein wichtiger Initiator und Partner  
im globalen Diskurs zur Kultur- und Kreativwirtschaft.«*  
Eliza Easton, Head of Policy Unit, Creative Industries Policy and Evidence Centre, UK

<sup>56</sup> Creative Industries Council, Daten für 2019.

<sup>57</sup> Creative Industry Council, Daten für 2021.

<sup>58</sup> Vgl. u. a. die vom UK-Kulturministerium (DCMS) laufend weiterentwickelte Sector Economic Estimates Methodology (SIC-Codes).

## Strukturbildung und Dialog

Weit fortgeschritten ist auch die Herausbildung von landesweiten, branchenübergreifenden **Organisationsstrukturen**, innerhalb derer Regierungsorganisationen, Forschungsinstitute und Branchenvertretungen miteinander verzahnt sind.<sup>59</sup> Diese ermöglichen es, langfristige Strategien und Policies in **Abstimmung und Schulterschluss** von Regierung, Branchenunternehmen und Akteurinnen und Akteuren zu entwickeln – wie im ›Sector Deal‹<sup>60</sup>, einem öffentlich-privaten Abkommen zu **Entwicklungs- und Investitionsprioritäten** bzw. in dessen Fortschreibung, ›Sector Vision‹, die 2022 veröffentlicht werden soll. Aktuelle politische **Schwerpunktthemen**, die voraussichtlich auch dort zentral sein werden, sind **Diversität und Inklusion** im Arbeitsmarkt des Sektors, **Plattformregulierung** und globale **Wettbewerbsfähigkeit**, ökologische **Nachhaltigkeit** sowie die **Marktentwicklung** von Städten und Regionen gegenüber der starken Marktkonzentration in und um London.

*»Strategien, Entscheidungen und Maßnahmen könnten viel wirksamer aufgesetzt werden, wenn Politik besser versteht, wie der kultur- und kreativwirtschaftliche Wirtschaftsbereich funktioniert. Dafür braucht es unabhängig erarbeitete Daten und Informationen.«*

Eliza Easton, Head of Policy Unit, Creative Industries Policy and Evidence Centre, UK

## Forschung und Entwicklung

Mit den seit den 1990er Jahren kontinuierlich erfolgten **Mappings und Analysen** von Strukturen, Branchenschwerpunkten oder regionalen Clusterbildungen wurde eine **breite Datenbasis**<sup>61</sup> geschaffen, die weiter ausgebaut wird und als Basis für die Entwicklung und Anpassung von Strategien und Policies dient. Aktuell werden neue Methoden der **Echtzeit-Datenerfassung**<sup>62</sup> und Analyse erprobt, die vor dem Hintergrund der schnellen Entwicklung der Branche die **statistische Datenerhebung** komplementär ergänzen können.

*»Während der Pandemie hat sich die Investition in den Bereich Forschung und Entwicklung weiter intensiviert. Programme bauen aufeinander auf und es gibt interessante Ansätze bei der Herausbildung von kultur- und kreativwirtschaftlichen Forschungsclustern.«*

Eliza Easton, Head of Policy Unit, Creative Industries Policy and Evidence Centre, UK

## Ausblick

Große **Herausforderungen** für die weitere Entwicklung des Sektors bilden in der vergangenen Dekade die korrelierenden **Auswirkungen der Austeritätspolitik** mit ihren Kürzungen im Kultur-, Sozial- und Bildungsbereich, der **Pandemie** und des 2020 erfolgten **Brexit**. Noch ist nicht abzusehen, welche Folgen diese langfristig auf das **Ökosystem des Sektors**, auf den Arbeitsmarkt, die Mobilität und internationale Kooperation sowie auf die globale **Wettbewerbsfähigkeit in Zukunftsmärkten** haben.

*»Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist hier einer der wenigen Sektoren mit einem Fachkräftemangel in hohen Qualifikationsebenen. Wir haben zu wenig Leute, welche die nächste Virtual Reality Innovation entwickeln und gestalten können.«*

Eliza Easton, Head of Policy Unit, Creative Industries Policy and Evidence Centre, UK

<sup>59</sup> Vgl. hier u. a. Creative Industries Council, Creative UK, Creative Industries Policy and Evidence Centre (PEC).

<sup>60</sup> HM Government: Industrial Strategy, Creative Industries Sector Deal, 2018.

<sup>61</sup> Vgl. u. a. PEC Research Reports, URL: <https://pec.ac.uk/research-reports> [letzter Zugriff: 30.06.2022].

<sup>62</sup> Vgl. u. a. Web-/Data-Scraping z. B. in PEC: Creative Radar 2021: The impact of COVID-19 on the UK's creative industries.

## 6 Gesamtbetrachtung

---

Die vorangegangenen skizzierten Beispiele spiegeln nur einen **kleinen Ausschnitt** aus dem globalen Bedeutungsgewinn der Kultur- und Kreativwirtschaft in nationalen Entwicklungsstrategien. Einige weitere Beispiele seien hier noch kurz genannt:

- Im **asiatisch-pazifischen Wirtschaftsraum** fährt u. a. Südkorea eine massive Wachstumsstrategie in Bezug auf digitale Content-Produktion und Konsolidierung des kultur- und kreativwirtschaftlichen Arbeitsmarktes<sup>63</sup>; Australien und Neuseeland positionieren sich als Produktionsstandort für Film und Digital-Content<sup>64</sup>;
- Auf dem **afrikanischen Kontinent** bilden sich nationale und pankontinentale Allianzen zum Ausbau der kultur- und kreativwirtschaftlichen Arbeitsmärkte, Stärkung des Binnenhandels und Erschließung globaler Märkte<sup>65</sup>;
- Auf der **Arabischen Halbinsel** zielen die Vereinigten Arabischen Emirate mit einer langfristigen Roadmap darauf, ihre Position als globaler Attraktor für kreative Talente weiter auszubauen<sup>66</sup>;
- Im gesamten **lateinamerikanischen und karibischen Wirtschaftsraum** finden sich parallel zur Entwicklung in Kolumbien nationale Strategieseitzungen für eine Entwicklung der ›Orange Economy‹<sup>67</sup>.

Auffällig ist, dass ein großer Teil der politischen Fokussierungen auf den Ausbau der Kultur- und Kreativwirtschaft in den (nach bisherigen Indikatoren so definierten) ›Schwellenländern‹ stattfindet, während in den großen ›Industrienationen‹ mit ihrer aktuell starken Position in globalen kultur- und kreativwirtschaftlichen Märkten verhältnismäßig **wenig Dynamik** bei Policies und Maßnahmen zur weiteren Konsolidierung und perspektivischem Ausbau des Sektors festzustellen ist.

Angesichts der eingangs geschilderten zukünftigen Bedeutung des Sektors im Rahmen einer zukunftsorientierten ökonomischen, sozialgesellschaftlichen und ökologischen Transformation kann die Frage gestellt werden, ob sich hier bereits ein Paradigmenwechsel bei Fortschritts- und Entwicklungsstrategien abzeichnet, bei dem ›Schwellenländer‹ in die Position **zukünftiger Vorreiter** gelangen: In **ökonomischer Dimension** z. B. vor dem Hintergrund der zunehmenden Bedeutung von Humanressourcen mit der damit verbundenen Konkurrenz um Köpfe in einem mehr und mehr von (digitaler) Mobilität geprägten globalisierten Arbeitsmarkt, in **sozialer Dimension** z. B. im Hinblick auf gesellschaftliche Resilienz und Stabilität in notwendigen Transformationsprozessen, in **ökologischer Dimension** z. B. im Hinblick auf ein nachhaltiges Wirtschaften mit begrenzten natürlichen Ressourcen und endlicher Belastbarkeit planetarer und regionaler Ökosysteme.

In der Gegenüberstellung der in Abschnitt 4 zusammengefassten Handlungsfelder für Policies und den Strategien der hier untersuchten Beispielen Slowenien, Indonesien, Kolumbien und UK finden sich **nahezu alle Themenfelder** in den jeweiligen nationalen Policies in unterschiedlicher Gewichtung berücksichtigt, wie die folgende tabellarische Übersicht zeigt.

---

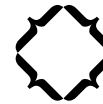
<sup>63</sup> Vgl. u. a. Growth Strategy for the Digital New Deal Cultural Content Industry, in: UNESCO 2022.

<sup>64</sup> Vgl. u. a. UNESCO 2020.

<sup>65</sup> URL: <https://www.afreximbank.com/afreximbank-positions-creative-industry-as-a-major-tool-for-africas-gdp-growth/> [letzter Zugriff: 06.07.2022].

<sup>66</sup> URL: <https://en.unesco.org/creativity/policy-monitoring-platform/uae-culture-agenda-2031> [letzter Zugriff: 06.07.2022].

<sup>67</sup> Vgl. UNESCO 2022: u. a. Coursera platform Chile oder International Creative Exchange Caribbean (ICEC).



## Gegenüberstellung von Policy-Handlungsfeldern (vgl. Abschnitt 4) mit Strategien und Policies der untersuchten Beispiele

Verhältnismäßige Gewichtung und Fortschrittsbewertung von Themenfeldern bzw. Teilaspekten aktueller Strategien und Policies:

- Fokusthema
- Kernthema
- Randthema

	Slowenien	Indonesien	Kolumbien	UK
Verstärkter <b>Dialog</b> zwischen öffentlichen und privaten Stakeholderinnen und Stakeholdern auf nationaler und internationaler Ebene, um Strukturen, Prioritäten, Hemmnisse und Bedarfe zu identifizieren				
Gewinnung von <b>Informationen und Daten</b> zum Sektor, die regelmäßiger und detailgenauer erhoben werden und in internationaler Abstimmung eine Vergleichbarkeit gewährleisten				
Ausbau von <b>Forschung und Entwicklung</b> als Kernpotenzial der Kultur- und Kreativwirtschaft				
Revision bestehender <b>Innovationssysteme und Förderstrukturen</b> , stärkere Nutzung cross-sektoraler und nicht-technischer Innovationspotenziale				
Erweiterung der <b>Fortschrittsindikatoren</b> , Einbeziehung von Aspekten wie Innovation, Soziales, Diversität, Gesundheit und Wohlbefinden, Umwelt und nachhaltige Entwicklung				
Ausbau <b>digitaler Infrastrukturen</b> , Anpassung und Weiterentwicklung von <b>rechtlichen Rahmenbedingungen, Regulierungsstrukturen</b> und Fördersystemen, Stärkung und rechtliche Absicherung von Kooperation, Produktion und Distribution in nationalen und internationalen Märkten				
Verbesserung der Rahmenbedingungen im <b>Arbeitsmarkt</b> , kreative und unternehmerische <b>Kompetenzentwicklung</b> sowohl in der beruflichen wie auch in der allgemeinen Bildung, um sowohl die Angebots- als auch die Nachfrageseite weiter zu entwickeln				
<b>Kapitalisierung und Investitionsförderung</b> durch Entwicklung transversaler Finanzierungs- und Fördersysteme in Partnerschaft und Allianz zwischen öffentlichen, privaten und zivilgesellschaftlichen Interessengruppen, Setzen von Investitionsanreizen und Absicherungen für privatwirtschaftliche Investitionen				

## 7 Resümee und Handlungsempfehlungen

---

### Vor dem globalen Hintergrund...

- der **Herausforderungen**, Risiken und Gefahren durch konvergierende Krisen,
- der Notwendigkeit eines **gesamtgesellschaftlichen Transformationsprozesses** in ökonomischer, sozialer und ökologischer Dimension,
- der Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft als **Wachstums- und Innovationstreiber** und als **Schlüsselbranche** für eine zukunftsorientierte Entwicklung,
- bereits stattfindender internationaler und nationaler Prozesse zukunftsgerichteter Transformation und **Neuaufstellung** unter zentraler Einbindung der Kultur- und Kreativwirtschaft

### und unter Berücksichtigung...

- der Notwendigkeit eines besseren **Verständnisses** des kultur- und kreativwirtschaftlichen Ökosystems mit seinen Bedarfen und Potenzialen
- einer adäquaten **Systematik** zur Erfassung der im Branchenkonstrukt gefassten heterogenen Wirtschaftsbereiche, Berufsbilder, Beschäftigungsformen und Wertschöpfungsarten,
- der teils hemmenden **Rahmenbedingungen** für die Konsolidierung und Weiterentwicklung des Sektors und seines Arbeitsmarktes, hoher Vulnerabilität und zuletzt gravierenden Auswirkungen der Pandemie auf den Sektor,

### könnten durch Strategien, Policies und Maßnahmen für...

- mehr **Informationsgewinnung** durch detailliertere Datenerfassung und Mappings,
- stärkeren Ausbau kreativer und unternehmerischer **Kompetenzentwicklung**,
- Verbesserung, Stabilisierung und Absicherung der **Rahmenbedingungen im Arbeitsmarkt**,
- mehr **Forschung und Entwicklung** sowie eine Revision von Innovations- und Fördersystemen unter stärkerer Berücksichtigung nicht-technischer und sozialer Innovationen,
- **Kapitalisierung** des Sektors durch Investitionsanreize und neue Finanzierungssysteme,
- Intensivierung des **Dialogs** mit Interessengruppen auf nationaler und internationaler Ebene

### Rahmenbedingungen geschaffen werden die...

- **Struktur und Systematik** des Sektors konturieren und politische **Handlungssicherheit** schaffen,
- **Kapitalisierung, Wachstum und Resilienz** des kultur- und kreativwirtschaftlichen Ökosystems ermöglichen,
- die cross-sektorale **Verzahnung von Produktions- und Wertschöpfungsketten** verstärken,
- **Innovationspotenziale** im ökonomischen, sozialgesellschaftlichen und ökologischen Transformationsprozess nutzbar machen,
- Anschluss an international bereits stattfindende Entwicklungen gewährleisten und **Positionierung in globalen Zukunftsmärkten** ermöglichen.

## 8 Anhang: Literatur, Interviewpartner

---

### 8.1 Quellen und Literatur global

**ADB 2022**; Asian Development Bank Institute: Creative Economy 2030: Imagining and Delivering a Robust, Creative, Inclusive, and Sustainable Recovery;  
URL: <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/804501/adbi-creative-economy-2030.pdf> [letzter Zugriff: 30.06.2022].

**BC/PEC 2021**; British Council / Creative Industries Policy & Evidence Centre; A Global Agenda for the Cultural and Creative Industries: 11 key actions; URL: <https://pec.ac.uk/policy-briefings/a-global-agenda-for-the-cultural-and-creative-industries> [letzter Zugriff: 06.06.2022].

**Deloitte 2021**; The Future of the Creative Economy; Deloitte LLP, United Kingdom, URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/technology-media-telecommunications/deloitte-uk-future-creative-economy-report-final.pdf> [letzter Zugriff: 06.06.2022].

**EU 2021**; Cultural and creative sectors in post-Covid-19 Europe: crisis effects and policy recommendations; European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels; URL: [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/IPOL\\_STU\(2021\)652242](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/IPOL_STU(2021)652242) [letzter Zugriff: 06.06.2022].

**EU 2018**; Eine neue europäische Agenda für Kultur, Europäische Kommission, COM(2018) 267 final; URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018DC0267&from=EN> [letzter Zugriff: 06.06.2022].

**G20 2021a**; Rome Declaration of the G20 Ministers of Culture;  
URL: <http://www.g20.utoronto.ca/2021/210730-culture.html> [letzter Zugriff: 06.06.2022].

**G20 2021b**; G20 Rome Leader's Declaration; URL: <https://www.consilium.europa.eu/media/52730/g20-leaders-declaration-final.pdf> [letzter Zugriff: 06.06.2022].

**G20/T20 2021**; Policy brief; Creative Economy 2030: Inclusive and Resilient Creative Economy for Sustainable Development and Recovery; URL: [https://www.t20italy.org/wp-content/uploads/2021/09/TF5\\_PB01\\_LM02.pdf](https://www.t20italy.org/wp-content/uploads/2021/09/TF5_PB01_LM02.pdf) [letzter Zugriff: 06.06.2022].

**G20/U20 2020**; Inclusive Creative Economy and The Future of Work;  
URL: <https://www.urban20.org/wp-content/uploads/2020/11/Inclusive-Creative-Economy-and-the-Future-of-Work.pdf> [letzter Zugriff: 06.06.2022].

**OECD 2022a**; The Culture Fix: Creative People, Places and Industries, Local Economic and Employment Development (LEED); OECD Publishing, Paris;  
URL: <https://doi.org/10.1787/991bb520-en> [letzter Zugriff: 06.06.2022].

**OECD 2022b**; The Short and Winding Road to 2030: Measuring Distance to the SDG Targets; OECD Publishing, Paris; URL: <https://doi.org/10.1787/af4b630d-en> [letzter Zugriff: 06.06.2022].



**OECD 2021**; COVID-19 and Well-being: Life in the Pandemic; OECD Publishing, Paris;  
URL: <https://doi.org/10.1787/1e1ecb53-en> [letzter Zugriff: 06.06.2022].

**OECD 2020**; Culture shock: COVID-19 and the cultural and creative sectors; OECD Policy Responses to Coronavirus (COVID-19); OECD Publishing, Paris;  
URL: <https://doi.org/10.1787/08da9e0e-en> [letzter Zugriff: 06.06.2022].

**UNESCO 2022**; Reshaping policies for creativity: addressing culture as a global public good;  
URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380474> [letzter Zugriff: 06.06.2022].

**UNESCO 2021**; Cultural and creative industries in the face of COVID-19: an economic impact outlook; URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377863> [letzter Zugriff: 06.06.2022].

**UNESCO 2020**; Culture in crisis: policy guide for a resilient creative sector;  
URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374631> [letzter Zugriff: 06.06.2022].

**UN General Assembly 2020**; International Year of Creative Economy for Sustainable Development, 2021; A/RES/74/198; URL: <https://digitallibrary.un.org/record/3847697> [letzter Zugriff: 06.06.2022].

**UN General Assembly 2015**; Transforming our world: The 2030 Agenda for Sustainable Development; A/RES/70/1; URL: <https://sdgs.un.org/2030agenda> [letzter Zugriff: 06.06.2022].

**UN/UNDRR 2022**; Global Assessment Report on Disaster Risk Reduction. Our World at Risk: Transforming Governance for a Resilient Future;  
URL: <https://www.undrr.org/publication/global-assessment-report-disaster-risk-reduction-2022> [letzter Zugriff: 06.06.2022].

**UN/UNCTAD 2022**; Creative Industry 4.0: Towards a new globalized Creative Economy;  
URL: [https://unctad.org/system/files/official-document/ditctncd2021d3\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditctncd2021d3_en.pdf) [letzter Zugriff: 06.06.2022].

**UN/UNCTAD 2019**; Creative Economy Outlook: Trends in international trade in creative industries;  
URL: [https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3_en.pdf) [letzter Zugriff: 06.06.2022].

## 8.2 Quellen und Literatur länderspezifisch (Auswahl)

### 8.2.1 Slowenien

Zentrum für Kreativität / Center za Kreativnost; URL: <https://czk.si> [letzter Zugriff: 30.06.2022].

Center za Kreativnost / Nika Murovec, Damjan Kavaš, Tjaša Bartol: Statistična analiza stanja kulturnega in kreativnega sektorja v Sloveniji 2008–2017; Ljubljana 2020;  
URL: <https://czk.si/gradiva/statisticna-analiza-kks-20082017/> [letzter Zugriff: 30.06.2022].

Center za Kreativnost: Kulturno-kreativni imperative; Ljubljana 2020;  
URL: <https://czk.si/en/library/the-cultural-creative-imperative/> [letzter Zugriff: 30.06.2022].

Purg, Peter u. a.: Establishing ecosystems for disruptive innovation by cross-fertilizing entrepreneurship and the arts, 2022, abrufbar (open access) unter URL:  
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17510694.2021.1969804> [letzter Zugriff: 30.06.2022].

### 8.2.2 Indonesien

Ministerium für Tourismus und Kreativwirtschaft / Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif;  
URL: <https://kemenparekraf.go.id> [letzter Zugriff: 30.06.2022].

BEKRAF (Badan Ekonomi Kreatif) Indonesia: Opus Creative Economy Outlook 2019;  
URL: <https://issuu.com/aharadiran/docs/181138-opus-creative-economy-outloo> [letzter Zugriff: 30.06.2022].

Tim Penyusun Pusat Data dan Sistem Informasi: Statistik Ekonomi Kreatif 2020, Jakarta 2020;  
URL: [https://s3-kemenparekraf.s3.ap-southeast-1.amazonaws.com/Statistik\\_Ekraf\\_2021\\_rev01\\_isbn\\_3d826fedcb.pdf](https://s3-kemenparekraf.s3.ap-southeast-1.amazonaws.com/Statistik_Ekraf_2021_rev01_isbn_3d826fedcb.pdf) [letzter Zugriff: 30.06.2022].

British Council / Tom Fleming Consultancy: Indonesia Country Overview, 2021;  
URL: [https://www.britishcouncil.id/sites/default/files/d3\\_cultural\\_cities\\_indonesia\\_country\\_overview.pdf](https://www.britishcouncil.id/sites/default/files/d3_cultural_cities_indonesia_country_overview.pdf) [letzter Zugriff: 30.06.2022].

### 8.2.3 Kolumbien

Ministerio de Cultura Colombia / Economía Naranja;  
URL: <https://economianaranja.gov.co> [letzter Zugriff: 30.06.2022].

República de Colombia: Comprehensive Policy of the Orange Economy Colombia, 2019;  
URL: <https://economianaranja.gov.co/media/zpvnxktd/comprehensive-policy-of-the-orange-economy.pdf> [letzter Zugriff: 30.06.2022].

Ministerio de Cultura Colombia: Análisis de los resultados de la cuenta satélite de cultura y economía naranja 2020PR;  
URL: <https://culturayeconomia.org/wp-content/uploads/2022/05/3.-ANA%CC%81LISIS-DE-LOS-RESULTADOS-DE-LAS-CUENTAS-SATE%CC%81LITES-DE-CULTURA-Y-ECONOMIA-NARANJA-2020PR.pdf> [letzter Zugriff: 30.06.2022].



IDB 2013; Inter-American Development Bank // Buitrago, Felipe / Duque, Iván: The Orange Economy, 2013;  
URL: <https://publications.iadb.org/publications/english/document/The-Orange-Economy-An-Infinite-Opportunity.pdf> [letzter Zugriff: 30.06.2022].

#### 8.2.4 UK

Creative Industries Council,  
URL: <https://www.thecreativeindustries.co.uk> [letzter Zugriff: 30.06.2022].

Creative UK, URL: <https://www.wearecreative.uk> [letzter Zugriff: 30.06.2022].

Creative Industries Policy and Evidence Centre (PEC),  
URL: <https://pec.ac.uk> [letzter Zugriff: 30.06.2022]

HM Government: Industrial Strategy, Creative Industries Sector Deal, 2018;  
URL: [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/695097/creative-industries-sector-deal-print.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/695097/creative-industries-sector-deal-print.pdf) [letzter Zugriff: 30.06.2022].

### 8.3 Interviewpartner

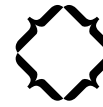
**Adriana Padilla Leal**, Vice Minister of Creativity and the Orange Economy, Colombia

**Anja Zorko**, Head of Center for Creativity Slovenia

**Eliza Easton**, Head of Policy Unit, Creative Industries Policy and Evidence Centre, UK

**Dr. Tita Larasati**, international advisor for creative industries policy, Deputy of Strategic Partnership Indonesia Creative Cities Network, Indonesia

**Dr. Tom Fleming**, Director TF Creative Consultancy, UK



# Impressum

---

## Erstellt im Auftrag des

Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz  
11019 Berlin  
Telefon: +49 30 18 615-0  
E-Mail: [poststelle@bmwi.bund.de](mailto:poststelle@bmwi.bund.de)  
[www.bmwi.de](http://www.bmwi.de)

## Bearbeitet von

Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes  
Jägerstr. 65  
10117 Berlin

REDAKTUR | Research – Redaktion  
Humboldtstraße 64  
28203 Bremen  
Telefon: +49 69 599 169  
E-Mail: [info@redaktur.de](mailto:info@redaktur.de)  
[www.redaktur.de](http://www.redaktur.de)

## Autor

Adrian Rudershausen

## Kontakt

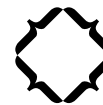
[presse@kreativ-bund.de](mailto:presse@kreativ-bund.de)

## Bildnachweise

Dr. Tita Larasati (Titel),  
Ministerium für Bildung, Wissenschaft  
und Sport der Republik Slowenien,  
Ministerium für Tourismus und  
Kreative Ökonomie der Republik Indonesien,  
Ministerium für Kultur der Republik Kolumbien,  
Creative Industries Council UK



Das Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes ist Teil der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung. Mit wissenschaftlichen Analysen und kontinuierlicher Trendforschung informiert es über die Entwicklung der Branche und zeigt ihre Relevanz innerhalb anderer Wirtschaftsbereiche auf.



KOMPETENZZENTRUM  
KULTUR- UND  
KREATIVWIRTSCHAFT  
DES BUNDES

## REDAKTUR

—  
Research | Redaktion

Alle Inhalte dieses Werkes, insbesondere Texte, Abbildungen und Grafiken, sind urheberrechtlich geschützt. Das Urheberrecht liegt, soweit nicht ausdrücklich anders gekennzeichnet beim Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes. Jede Art der Vervielfältigung, Verbreitung, öffentlichen Zugänglichmachung oder andere Nutzung bedarf der ausdrücklichen, schriftlichen Zustimmung des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes.

Zitate im Sinne von § 51 UrhG sollen mit folgender Quellenangabe versehen sein: Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft (2022):  
Treiber der Transformation – Die Rolle der Kultur- und Kreativwirtschaft in internationalen Strategien und Policies.