

THE ECONOMY OF CULTURE IN EUROPE



Study prepared for the European Commission
(Directorate-General for Education and Culture)

October 2006



With the support of:



Zusammenfassung

Kontext

Im März 2000 vereinbarten die Staats- und Regierungschefs der EU im Europäischen Rat in Lissabon das ehrgeizige Ziel, die EU bis 2010 „zum wettbewerbsfähigsten und dynamischsten wissensbasierten Wirtschaftsraum der Welt zu machen – einem Wirtschaftsraum, der fähig ist, ein dauerhaftes Wirtschaftswachstum mit mehr und besseren Arbeitsplätzen und einem größeren sozialen Zusammenhalt zu erzielen.“

Die Lissabon-Ziele sind ein starker Anreiz zur Erhöhung der FuE-Ausgaben von Regierungen, Universitäten und Unternehmen. Sie basieren auf der Überzeugung, dass durch Investitionen in die IKT-Industrie als einem Kernbereich der digitalen Wirtschaft sowie durch Förderung der Innovation, insbesondere in der „wissensbasierten Wirtschaft“, Wachstum und Beschäftigung erreicht werden können.

Die Rolle des kulturellen und kreativen Sektors in diesem Kontext ist noch weitgehend unbekannt. Tatsächlich ist die Messung der sozioökonomischen Leistung des kulturellen und kreativen Sektors eine relativ neue Tendenz und überdies eine umstrittene Praktik. Kunst und Kultur dient vielen der Aufklärung oder Unterhaltung. Das führt zu der Auffassung, dass Kunst und Kultur nur einen marginalen Beitrag zur Wirtschaft leisten und deshalb auf den Bereich der öffentlichen Intervention beschränkt bleiben sollten. Das ist möglicherweise auch die Erklärung für **den Mangel an verfügbaren statistischen Instrumenten** zur Messung des wirtschaftlichen Beitrags der Kulturbranche auf nationaler oder internationaler Ebene, insbesondere im Vergleich zu anderen Industriesektoren.

Die vorliegende Studie **soll hier Abhilfe schaffen**. Sie stellt einen ersten Versuch dar, die direkten und indirekten sozioökonomischen Auswirkungen der Kulturbranche in Europa zu ermitteln und dadurch ihren Beitrag zur Lissabon-Agenda und insbesondere hinsichtlich Wachstum, Wettbewerbsfähigkeit, Schaffung von mehr und besseren Arbeitsplätzen, nachhaltige Entwicklung und Innovation einzuschätzen.

Die Studie zeigt, wie Kultur die wirtschaftliche und soziale Entwicklung, aber auch Innovation und Zusammenhalt voranbringt. Der kulturelle und kreative Sektor ist ein Wachstumssektor, der sich schneller entwickelt als die übrige Wirtschaft. Dasselbe gilt für die Beschäftigung. So bietet dieser Sektor ganz verschiedene, oft hoch qualifizierte Arbeitsmöglichkeiten, und auch bei der Schaffung von Arbeitsplätzen weist dieser Sektor ein **höheres Wachstum auf als die übrige Wirtschaft**. Die Entwicklung vieler anderer Branchen der europäischen Wirtschaft, insbesondere Innovation und IKT, wird durch diesen Sektor ebenfalls vorangetrieben.

Die Studie macht zudem deutlich, welche Rolle die Kultur im Europäischen Einigungsprozess spielt. Die Kultur dient als ein Schlüsselement zur Integration der einzelnen Glieder der europäischen Gesellschaften, sie schafft ein Zugehörigkeitsgefühl und vermittelt demokratische und soziale Werte. Die Kultur kann dazu beitragen, die europäischen Bürgerinnen und Bürger zur Idee der europäischen Integration zu „verführen“.

Der kulturelle und kreative Sektor

Als erster Schritt zur Bewertung der Kulturwirtschaft in Europa **müssen die entsprechenden Sektoren und Aktivitäten definiert werden**. Angesichts der Unterschiedlichkeit der bislang bestehenden nationalen und internationalen Ansätze ist dies keine leichte Aufgabe.

Aufgrund der Ziele der Studie geht ihr Umfang über die traditionellen Kulturbranchen wie Kino, Musik und Verlagswesen hinaus. Mit aufgenommen wurden auch die Medien (Presse, Radio und Fernsehen), die kreativen Bereiche (wie Mode, Innenarchitektur und Produktentwicklung), Kulturtourismus sowie die traditionellen Kunstgebiete (darstellende Künste, bildende Künste und kulturelles Erbe). Die Studie beschäftigt sich weiterhin mit den Auswirkungen der Kulturbranche auf die Entwicklung verwandter Branchen wie Kulturtourismus und – was möglicherweise noch wichtiger ist – die IKT-Branchen. Auch die Zusammenhänge zwischen Kultur, Kreativität und Innovation sind Gegenstand der Untersuchung.

Daher wurden folgende Bereiche in die Bewertung aufgenommen:

- Der „kulturelle Sektor“

- **Nicht-industrielle Sektoren**, die nicht reproduzierbare Waren und Dienstleistungen herstellen, die zum „Verbrauch“ vor Ort (auf einem Konzert, einer Kunstmesse, einer Ausstellung) bestimmt sind. Das sind die Kunstgebiete (bildende Künste, einschließlich Malerei, Skulpturen, Handwerk, Fotografie; darstellende Künste, einschließlich Oper, Orchester, Theater, Tanz, Zirkus; kulturelles Erbe, einschließlich Museen, Kulturstätten, archäologische Stätten, Büchereien und Archive).

- **Industrielle Sektoren** einschließlich Kulturerzeugnisse, die für Massenproduktion, Massenverbreitung und Export bestimmt sind (beispielsweise Buch, Film oder Tonaufnahme). Das sind die „kulturellen Branchen“, etwa Film und Video, Videospiele, Rundfunkübertragung, Musik, Buch und Presseerzeugnisse.

- Der „kreative Sektor“

Im „kreativen Sektor“ **wird die Kultur zu einem „kreativen“ Produktionsmittel zur Herstellung nicht kultureller Waren**. Dazu gehören *Aktivitäten* wie Produktgestaltung (Modedesign, Innenarchitektur und Produktentwicklung), Architektur und Werbung. Kreativität wird in der Studie als Einsatz kultureller Ressourcen als Zwischenprodukt im Produktionsprozess der nicht-kulturellen Bereiche und mithin als Quelle von Innovation verstanden.

Demzufolge erstreckt sich die Untersuchung der Studie auf den „kulturellen und kreativen Sektor“. Dieser Ansatz ermöglicht eine genauere Messung der direkten und indirekten wirtschaftlichen und sozialen Auswirkungen von Kultur und Kreativität. Dies ist in der folgenden Tabelle dargestellt:

Umschreibung des kulturellen und kreativen Sektors

KREISE	BEREICHE	UNTERBEREICHE	MERKMALE
KERNGEBIETE DER KUNST	Bildende Künste	Handwerk Malerei – Skulpturen – Fotografie	<ul style="list-style-type: none"> • Nicht-industrielle Aktivitäten. • Diese Leistungen sind Prototypen und „potenziell urheberrechtlich geschützte Produkte“, d.h. ein Großteil dieser Produkte sind kreative Neuschöpfungen, die urheberrechtlich geschützt werden könnten. Wie auch bei den meisten handwerklichen Arbeiten und einigen Produktionen der darstellenden bzw. bildenden Künste etc. wird dieser urheberrechtliche Schutz jedoch nicht systematisch umgesetzt.
	Darstellende Künste	Theater - Tanz – Zirkus - Festivals	
	Kulturelles Erbe	Museen – Büchereien – Archäologische Stätten - Archive	
KREIS 1: KULTURBRANCHEN	Film und Video		<ul style="list-style-type: none"> • Industrielle Aktivitäten für die Massenproduktion. • Ergebnisse beruhen auf urheberrechtlichem Schutz.
	Fernsehen und Rundfunk		
	Videospiele		
	Musik	Musikaufnahmen – Livemusikveranstaltungen – Einnahmen der Verwertungsgesellschaften in der Musikbranche	
	Bücher und Presse	Bücherveröffentlichung – Zeitschriften und Presseerzeugnisse	
KREIS 2: KREATIVE BRANCHEN UND AKTIVITÄTEN	Gestaltung	Modedesign, grafische Gestaltung, Innenarchitektur, Produktentwicklung	<ul style="list-style-type: none"> • Die Aktivitäten müssen nicht unbedingt industrieller Art sein. Es kann sich um Prototypen handeln. • Obwohl die Ergebnisse auf dem urheberrechtlichen Schutz beruhen, können andere durch geistiges Eigentum geschützte Produkte (z. B. Handelsmarken) einbezogen sein. • Der Einsatz von Kreativität (kreative Fähigkeiten und kreative Personen aus den Bereichen Kunst und Kulturindustrie) ist eine wesentliche Grundlage für die Leistungen dieser nicht kulturellen Sektoren.
	Architektur		
	Werbung		
KREIS 3: VERWANDTE INDUSTRIEN	Hersteller von PC, MP3-Playern, Mobiltelefonen usw.		<ul style="list-style-type: none"> • Diese Kategorie lässt sich nicht eingliedern oder mit klaren Kriterien definieren. Zu ihr gehören viele andere Wirtschaftsbereiche, die von den vorherigen „Kreisen“ wie z. B. dem IKT-Bereich abhängen.

: „der kulturelle Sektor“
 : „der kreative Sektor“

Entwicklung spezifischer methodischer Instrumente

Bezüglich der direkten Auswirkungen **sind die bestehenden statistischen Instrumente ungeeignet und es stehen nur wenige statistische Daten zur Verfügung.**

Mit den statistischen Instrumenten lässt sich der kulturelle und kreative Sektor nur schlecht erfassen. Auf europäischer und nationaler Ebene ist die Aufteilung in statistische Kategorien oft zu breit gefasst. Die Daten sind selten vergleichbar. Eine beträchtliche Anzahl kultureller Aktivitäten findet in Räumlichkeiten statt, die ursprünglich nicht als kulturelle Veranstaltungsorte eingestuft waren und daher durch die bestehenden statistischen Kategorien nicht abgedeckt werden. Selbstständige Tätigkeit kann nicht ausgewiesen werden. Der elektronische Handel, der einen zunehmenden Anteil der Kulturwirtschaft darstellt, findet keine Berücksichtigung. Auch die öffentliche Kulturwirtschaft lässt sich auf gesamteuropäischer Ebene nicht richtig einschätzen.

Daher mussten für die Studie spezifische Definitionen, statistische Instrumente und Datenerfassungsprozesse entwickelt werden.

Hinsichtlich industrieller Daten wurde angesichts fehlender standardisierter Datenkategorien und zum Ausgleich beträchtlicher Lücken in den bestehenden Datenbanken folgende spezifische Methode entwickelt:

- Bereits für diesen Sektor bestehende statistische Kategorien (vierstellige NACE-Klassifikation) wurden so weit wie möglich verwendet, und es wurden die Eurostat-Daten für diese Kategorien aufgenommen.
- Zur Vervollständigung der Daten, die aufgrund uneinheitlicher Datenerhebungsverfahren in diesem Sektor in Europa lückenhaft sind, wurde die Amadeus-Datenbank genutzt. Dies ist die umfassendste gesamteuropäische Datenbank, die finanzielle Informationen über ca. 8 Millionen öffentliche und private Unternehmen aus 38 europäischen Ländern enthält und vom „Bureau van Dijk Electronic Publishing“ erarbeitet wurde.

Ähnliche Probleme ergaben sich hinsichtlich der Beschäftigungsangaben. In der Studie wird die einzige Methode eingesetzt, mit der die Beschäftigung in der Kulturbranche zum heutigen Stand dargestellt werden kann. Diese Methode wurde von der Eurostat-Arbeitsgruppe „Beschäftigung in der Kulturbranche“ entwickelt und basiert auf einer stärker abgegrenzten Strukturierung der Kulturwirtschaft als die zur Erhebung industrieller Daten eingesetzte strukturelle Aufteilung.

Um die festgestellten Lücken in der Datensammlung zu überwinden, wurden in der Studie Sektorprofile und Fallstudien für spezifische Aspekte der Kulturwirtschaft aufgezeigt, die in den vorhandenen Datensammlungen nicht widerspiegelt sind (insbesondere bezüglich Nutzungswert öffentlicher Rechte und Wert des elektronischen Handels).

Damit diese Probleme in der Zukunft gelöst werden können, muss auf nationaler und europäischer Ebene stärker an der Festlegung geeigneter Standards und Definitionen gearbeitet werden, und die Erfassung fundierter Daten im gesamten kulturellen und kreativen Sektor muss zu einer vorrangigen Aufgabe werden.

Sozioökonomische Ergebnisse: Ein quantitativ messbarer Beitrag zu den Lissabon-Zielen

„Nicht alles, was zählt, kann gezählt werden, und nicht alles was gezählt werden kann, zählt.“

Albert Einstein.

Die wichtigsten quantitativ messbaren sozioökonomischen Auswirkungen des kulturellen und kreativen Sektors sind unten dargestellt. Trotz Unzulänglichkeiten bei der Verfügbarkeit von Daten, die zu einer starken Unterschätzung der wahren Bedeutung des Sektors führen, zeigen die Zahlen, dass der kulturelle und kreative Sektor in Europa eine wichtige wirtschaftliche und soziale Rolle spielt: **Der Sektor erzielt eine gute Leistung und sein Anteil an der Wirtschaftsaktivität nimmt tendenziell zu.**

Messbare sozioökonomische Auswirkungen des kulturellen und kreativen Sektors (EU30)

UMSATZ



Der Jahresumsatz des Sektors betrug 2003 über €654 Mrd.

Der Umsatz in der Autoherstellung (1) lag 2001 bei €271 Mrd. und der Umsatz in der Herstellung von IKT-Produkten lag 2003 bei €541 Mrd. (Zahlen der EU15) (2).

ANTEIL AN DER BIP-WERTSCHÖPFUNG DER EU



Der Beitrag des Sektors zum BIP der EU betrug 2003 2,6 %.

Im Vergleich dazu der Anteil der nachfolgend aufgeführten Branchen am BIP der EU im selben Jahr:

- Immobilienbranche 2,1 %,
- Nahrungsmittel-, Getränke- und Tabakbranche 1,9 %
- Textilindustrie 0,5 %
- Chemikalien, Gummi- und Plasteerzeugnisse 2,3 % (3)

BEITRAG ZUM WACHSTUM IN DER EU



Der Gesamtzuwachs durch die Wertschöpfung des Sektors betrug von 1999 bis 2003 19,7 %.

Das Wachstum des Sektors war zwischen 1999 und 2003 12,3 % höher als das allgemeine Wirtschaftswachstum.

BESCHÄFTIGUNG



2004 waren 5,8 Millionen Menschen in dem Sektor beschäftigt, was **3,1 % der insgesamt Beschäftigten** in der EU25 entspricht.

Während die Gesamtbeschäftigung in der EU 2002-2004 sank, nahm die Beschäftigung in dem Sektor zu (+1,85 %)

- 46,8 % der Beschäftigten haben mindestens einen Hochschulabschluss (gegenüber 25,7 % der insgesamt in der Wirtschaft beschäftigten Personen)
- Der Anteil der Selbstständigen ist mehr als doppelt so hoch wie in der Wirtschaft insgesamt (28,8 % gegenüber 14,1 %)
- 17 % der im Sektor Beschäftigten sind Zeitarbeitskräfte (13,3 % in der Wirtschaft insgesamt)
- Der Anteil der halbtags Beschäftigten liegt höher (jeder Vierte gegenüber 17,6 % in der Wirtschaft insgesamt).

(1) „The European Motor Vehicle Industry, Key Figures 2005“ („Die Europäische Kraftfahrzeugindustrie, wichtigste Zahlen 2005“), ein Bericht der ACEA (Association des Constructeurs Européens d'Automobiles – Verband Europäischer Automobilhersteller), Brüssel, März 2006.

(2) „Restoring European economic and social progress: unleashing the potential of ICT“ („Wiederherstellung des europäischen wirtschaftlichen und sozialen Fortschritts: Entfaltung des IKT-Potenzials“), ein Bericht für den Brüsseler Runden Tisch (BRT) von Indepen, Brüssel, Januar 2006.

Indirekte sozioökonomische Auswirkungen: Der nicht quantitativ messbare Beitrag zu den Lissabon-Zielen

Der Beitrag des kulturellen und kreativen Sektors zur europäischen Wirtschaft ist nicht auf seine direkten, quantitativ messbaren Auswirkungen begrenzt.

Der Sektor erbringt auch in anderen, nicht kulturellen Bereichen wichtige wirtschaftliche Leistungen und trägt somit indirekt zur wirtschaftlichen Aktivität und Entwicklung insbesondere im IKT-Bereich sowie zur lokalen Entwicklung bei.

• Die Wechselwirkung zwischen kulturellem und kreativem Sektor und den IKT

Die Vernetzung mit Breitbandanschlüssen hat in den letzten Jahren exponentiell zugenommen und die Nutzung der Breitbandanschlüsse nimmt weiterhin zu. Durch die Verbreitung von drahtlosen Internetanschlüssen und die massenhafte Verwendung von 3G-Mobiltelefonen ist das Versprechen, „überall und zu jeder Zeit“ vernetzt zu sein, fast überall zur Realität geworden. Der Wechsel von der analogen zur digitalen Datenübertragung wurde bereits vollzogen (beim Rundfunk) bzw. ist für die nächsten Jahre vorgesehen (beim Fernsehen).

Die Anzahl der festen Breitbandanschlüsse betrug in der EU im Oktober 2005 insgesamt 52 624 403 (Im Oktober 2002 waren es 10 298 139). Die Vernetzung mit Breitbandanschlüssen liegt in der EU durchschnittlich bei 11 % (von 10 % in Griechenland bis 23 % in Dänemark und 24 % in Finnland). Im Vergleich dazu lag die durchschnittliche Vernetzung mit Breitbandanschlüssen Ende 2005 in den USA bei 15 % und in Japan bei 16 %. Es ist davon auszugehen, dass die IKT-Branche in den nächsten Jahren 25 % des gesamten europäischen Wachstums vorantreiben wird.

Wachstum kreativer Inhalte und Expansion des IKT-Sektors sind zwei Seiten derselben Medaille.

Technologie und insbesondere die wachsende Verbreitung und Bedeutung des Internets sind der hauptsächliche Ansporn für das Wachstum der kreativen Medien und der Internetindustrie (vorausgesetzt, das Problem der Piraterie wird gelöst). Die Auswirkungen auf den Medienkonsum waren in den letzten Jahren gewaltig und dies wird in der Zukunft der wichtigste Wachstumsfaktor für die Branche sein. Gleichzeitig ist der kreative Inhalt der wichtigste Ansporn für die Nutzung der IKT. Das Beratungsunternehmen PriceWaterhouseCoopers schätzt, dass bis 2009 die Ausgaben für IKT-bezogene Inhalte 12 % des gesamten Wachstums der weltweiten Ausgaben für die Unterhaltungs- und Medienindustrie ausmachen werden.

Tatsächlich **hängt die Entwicklung neuer Technologien zum Großteil von der Attraktivität der Inhalte ab:**

- Der Verkauf von DVD, Aufnahmegeräten, MP3-Geräten, Heimkinosystemen, Set-Top-Boxen und Fernsehgeräten mit Flachbildschirm hängt von der Verfügbarkeit attraktiver Inhalte (Spiele, Filme, Musik) ab.
- Die Entwicklung mobiler Telefone und Netzwerke basiert auf der Verfügbarkeit attraktiver Dienstleistungen mit zusätzlichem Wert unter Einbeziehung kreativer Inhalte.

In der Musik hat sich eine wahrhafte Geschäftsrevolution vollzogen, die für die Industrie nicht schmerzfrei war. Videospiele sind stark von den technologischen Veränderungen abhängig. Film und Video wie auch die Verlagsindustrie durchlaufen gegenwärtig ähnliche radikale unternehmerische Veränderungen. Sogar die traditionellen

Kunstbereiche wie kulturelles Erbe, bildende Künste und darstellende Künste können sich einer umfassenden Anpassung an das neue technologische Umfeld nicht entziehen.

• **Kreativitätszentren und der Beitrag von Kultur und Kreativität zur lokalen Entwicklung**

Erstens zeichnen sich kulturelle und kreative Güter dadurch aus, dass sie sich im Wesentlichen an ein lokales Publikum und deren Sprache und Kultur richten. Dadurch ist es für die Produktion kultureller Waren und Dienstleistungen schwierig, auf andere Kontinente überzuspringen. Aus diesem Grund sind **Verlegungen ins Ausland weniger ausgeprägt als in anderen Bereichen** der Wirtschaft (selbst auf Produktionsebene). Arbeitsplatzverluste im kulturellen und kreativen Sektor sind oft das Ergebnis von Umstrukturierungen, beispielsweise aufgrund neuer Absatzformen und neu entstehender Geschäftsmodelle. Aufgrund dieses Merkmals (keine Verlegung der Produktion) und angesichts der Tatsache, dass Europa zu den Hauptproduzenten von intellektuellen Eigentumsgegenständen in der Welt gehört, wäre Europa gut beraten, dieses Potenzial bestmöglich zur Ankurbelung der Wirtschaft zu nutzen.

Zweitens gibt es einen Wettbewerb, um kreative Talente an ein lokales Umfeld zu binden, an dem Kreativität und Innovationsfähigkeiten gebündelt werden. Europa läuft in Bereichen wie Videospiele und Kino die Gefahr einer Abwanderung von Talenten, die im Ausland durch bessere Bedingungen, insbesondere finanzieller Art, angezogen werden.

Kultur und Innovation spielen zudem für die Regionen eine entscheidende Rolle, um Investitionen, kreative Talente und Tourismus anzuziehen. Einerseits leben wir zwar in einer Zeit, in der die Informationstechnologien die räumlichen und zeitlichen Einschränkungen abgeschafft haben, aber paradoxerweise bleiben „Ort“ und „Sozialisierung“ nach wie vor entscheidende Faktoren für wirtschaftlichen Erfolg. Der „Markt vor Ort“ ist eine Realität. Städte und Regionen stehen im Wettbewerb, um ausländische Direktinvestitionen und kreative Köpfe anzuziehen. Um erfolgreich zu sein, müssen sie verschiedene Voraussetzungen erfüllen. Dazu gehören unterschiedliche kulturelle Angebote, Lebensqualität und Lebensstil. Die Kultur ist ein wichtiger dynamischer Faktor für die Standortwahl und ein entscheidender Faktor für die Erhöhung der lokalen und regionalen Attraktivität.

Drittens **ist die Kultur eine wichtige Triebkraft des Tourismus**, eine der erfolgreichsten europäischen Branchen, die 5,5 % des BIP der EU ausmacht und wo der Anteil Europas am globalen Markt 55 % beträgt. Europa ist das am meisten besuchte Reiseziel der Welt. 2005 besuchten 443,9 Millionen Besucher aus aller Welt den Kontinent.¹

¹ Welttourismusorganisation der Vereinten Nationen (UNWTO)

Beitrag zu den Lissabonner sozialen Zielen

Eine weitere umfassende Auswirkung der Kultur auf das lokale sozioökonomische Umfeld ist die Tatsache, dass **sie als Mittel zur Stärkung der sozialen Integration und des territorialen Zusammenhalts dient.**

In vielen europäischen Gebieten gibt es heutzutage eine wachsende Polarisierung zwischen „ressourcenstarken“ und „ressourcenschwachen“ Gemeinschaften, Gruppen und Individuen wie ethnischen Minderheiten, Zuwanderern, Jugendlichen mit Problemen oder Langzeitarbeitslosen sowie Problemgebieten wie den Vororten großer Städte, verfallenden Industriegebieten, isolierten und rückläufigen Agrargebieten, etc.

Strategien zur Stärkung der eigenen Handlungskompetenz (Empowerment) zielen darauf ab, marginalisierten Bürgern und benachteiligten Wohngebieten Möglichkeiten zur Entwicklung dieser Ressourcen zu verschaffen. Kultur ist in dieser Hinsicht ein nützliches Instrument.

Zu den einschlägigen kulturellen Aktivitäten in diesem Zusammenhang gehören:

- Förderung von Initiativen der Basis zur Stärkung der sozioökonomischen Kompetenz (soziale Kulturprojekte, Kulturvereinigungen, Amateurtheater oder Tanzgruppen, Festivals, die durch Freiwillige ins Leben gerufen werden).
- „Top-down“-Projekte, die durch die öffentliche Verwaltung und Institutionen eingeleitet werden (zum Beispiel lokale politische Maßnahmen zur Wiedernutzbarmachung und sozioökonomischen Verbesserung ehemaliger Industriestandorte oder Brachgebiete).

Obwohl diese Strategien keine wirtschaftlichen Leistungen als Hauptziel verfolgen, sind sie für das wirtschaftliche Umfeld zuträglich, da sie:

- an der Stärkung der sozialen Eingliederung und der Schaffung eines „Europas der Integration“ beteiligt sind,
- zur Förderung des territorialen Zusammenhaltes beitragen,
- Fertigkeiten fördern, die auf andere Aktivitätsbereiche übertragen werden und zur Stärkung der „Beschäftigungsfähigkeit“ der Begünstigten beitragen – durch sie wird das Selbstvertrauen von Einzelnen und Gemeinschaften gestärkt – sowie
- der kulturellen Vielfalt Ausdruck verleihen.

Kultur und Kreativität, die mit einer sozialen Zielstellung einhergehen, tragen zu einer nachhaltigen Entwicklung und Gesellschaft bei.

Empfehlungen: Strategie für ein kreatives Europa zur Erreichung der Lissabon-Ziele

Das „Lissabon-Potenzial“ des kulturellen und kreativen Sektors ist von besonderer Bedeutung. Um dieses Potenzial zu aktivieren ist eine spezifische Strategie erforderlich.

In den letzten Jahren zielten die nationalen Strategien wesentlich darauf ab, Kultur- und Wirtschaftspolitik stärker zu integrieren. Koordinierungsbemühungen sind jedoch nach wie vor selten und der Sektor spielt in politischer Hinsicht insbesondere auf europäischer Ebene immer noch eine marginale Rolle.

Vorgeschlagen wird die Schaffung eines Marktes in Europa, der zu Kreativität anspornt und ermutigt. Der Bericht stellt eine Strategie mit konkreten Schritten zur Einrichtung eines kreativen Europas vor, in dem das Lissabon-Potenzial des kulturellen und kreativen Sektors umgesetzt und die Leistung Europas in wirtschaftlicher und sozialer Hinsicht vorangebracht wird.

Die wichtigsten Empfehlungen zur Umsetzung des kreativen Lissabon-Potenzials lauten:

1. Informationssammlung

- Einrichtung von **Datenbanken mit fundierten quantitativen Aussagen für politische Entscheidungsträger.**
Ein strategischer Ansatz in dem Sektor muss anhand von Informationen erfolgen, die durch die Entwicklung geeigneter statistischer Instrumente und Indikatoren auf nationaler und europäischer Ebene geliefert werden können. So wie Instrumente zur Messung des Innovationsniveaus entwickelt wurden, sollte ein Index zur Messung und Beobachtung der „Kreativität“ entwickelt werden („EU-Kreativitätsanzeiger“).

2. Die Lissabon-Agenda

Der kreative und kulturelle Sektor muss in die Lissabon-Agenda integriert werden. Die Lissabon-Agenda sollte als Teil ihrer Ziele Folgendes aufnehmen:

- Erhöhung und Verbesserung der Investitionen in Kreativität.
- Verbesserung der Gestaltung, Produktion, Verteilung und Förderung kultureller Aktivitäten und Inhalte sowie des Zugangs zu ihnen.

Folgende Maßnahmen sollten dabei Vorrang haben:

- Einsatz und **bestmögliche Nutzung bestehender EU-Unterstützungsprogramme.**
Das Siebte Rahmenprogramm, die Strukturfonds der EU und Unterstützungsleistungen für KMU sollten zur Förderung von Kreativität und zum Engagement für den kreativen Sektor und seine KMU genutzt werden. Die EU-Haushaltsmittel sollten gleichermaßen wie auf Innovation auch auf Kreation abzielen. Zu den Prioritäten sollte der Übergang zur digitalen Industrie gehören, um die durch die technischen Innovationen gebotenen Chancen bestmöglich zu nutzen.
- **Stärkung des Binnenmarktes für kreative Menschen, Produkte und Dienstleistungen.**
Ansporn zur Mobilität der Künstler, Überwindung steuerlicher und gesellschaftlicher Barrieren, Annahme von Rechnungslegungsgrundsätzen zur Förderung der Bewertung immaterieller Güter.

Dazu gehört die Unterstützung bei der Erprobung und Entwicklung von Geschäftsmodellen, die an die Einschränkungen des europäischen Marktes (mit seinen aufgrund der Sprachen und Kulturen lokal geprägten Märkten) angepasst sind sowie die Unterstützung des Übergangs zur Digitalindustrie, insbesondere beim Vertrieb.

- **Förderung von Kreativität und unternehmerischer Ausbildung** von der Schule bis zur beruflichen Ebene.
- Förderung von **Verbindungen zwischen Kulturschaffenden und Technologie** durch Zusammenlegung verschiedener Kompetenzen in Kreativitätsplattformen. Die Initiative i2010, die Strukturfonds und das 7. RP engagieren sich nicht genügend für den kulturellen und kreativen Sektor.
- **Maximaler Einsatz der Finanzierungsinstrumente** von EIB und EIF im Einklang mit der EIB-Initiative i2010. Es wird vorgeschlagen, eine Bank für kreative Industrien zu schaffen, die auf die Finanzierung (bzw. auf die Unterstützung der Finanzierung) von Projekten auf der Grundlage von Investitionen in immaterielle Güter spezialisiert ist.
- **Integration der kulturellen Dimension in Kooperations- und Handelsvereinbarungen** zwischen der EU und Drittländern zur Entwicklung von Austausch, zur Förderung kultureller Vielfalt und zur Umsetzung der UNESCO - Konvention.

3. Strukturreform

- **Verstärkte Koordination der Aktivitäten und Politiken innerhalb der Europäischen Kommission, die einen Einfluss auf den kulturellen und kreativen Sektor haben.**
- Förderung eines besseren Zusammenspiels der europäischen Institutionen und des kulturellen und kreativen Sektors, um eine angemessene Vertretung und Konsultation dieses bedeutenden Sektors der europäischen Wirtschaft zu gewährleisten. Ziel sollte es dabei sein, den wirtschaftlichen und sozialen Beitrag des Sektors zum europäischen Projekt maximal zu gestalten.
- **Sicherstellung einer umfassenden und einheitlichen Umsetzung des EU-Vertrags Artikel 151, Absatz 4, um die Besonderheiten des Sektors zu berücksichtigen, insbesondere bei der Umsetzung des Binnenmarktes, des Wettbewerbs und der Handelspolitik.**

Eine Strategie für ein kreatives Europa
Wichtigste Empfehlungen zur Verwirklichung des kreativen Lissabon-Potenzials

INFORMATIONSSAMMLUNG



- Einrichtung von Datenbanken mit fundierten quantitativen Aussagen für politische Entscheidungsträger.

DIE LISSABON-AGENDA



- Einsatz und bestmögliche Nutzung bestehender EU-Unterstützungsprogramme (7. RP – Strukturfonds – Unterstützungsleistungen für KMU).
- Stärkung des Binnenmarktes für kreative Menschen, Produkte und Dienstleistungen.
- Förderung der Kreativität und unternehmerischen Ausbildung von der Schule bis zur beruflichen Ebene.
- Förderung von Verbindungen zwischen den Kulturschaffenden und der Technologie durch Zusammenlegung der verschiedenen Kompetenzen in Kreativitätsplattformen.
- Maximaler Einsatz der Finanzierungsinstrumente der EIB und des EIF im Einklang mit der EIB-Initiative i2010.
- Integration der kulturellen Dimension in Kooperations- und Handelsvereinbarungen zwischen der EU und Drittländern zur Entwicklung von Austausch und zur Förderung der kulturellen Vielfalt.

STRUKTURREFORM



- Verstärkte Koordination der Aktivitäten und Politiken innerhalb der Europäischen Kommission, die einen Einfluss auf den kulturellen und kreativen Sektor haben.