

Wirtschaft braucht die Kraft der Kreativität

Warum die Kultur- und Kreativwirtschaft eine Schlüsselbranche Deutschlands ist

geschrieben von Gitta Connemann

Neustart ist ein viel strapaziertes Wort. Aber wir wissen: Es kann nicht weitergehen wie bisher. Ich bin davon überzeugt: Wer die Zukunft gestalten will, braucht mehr als Zahlen, Strukturen, Pläne. Ohne neue Impulse verlieren wir den Anschluss. Unser Land, auch unser Wirtschaftsstandort brauchen: Neuen Mut. Neue Ideen. Neue Perspektiven. Neue Wege. Wir brauchen neue Kreativität – und die Menschen, die sie leben.

Kreativität ist also weder Luxus noch weicher Standortfaktor. Sie ist Zukunftskompetenz für unseren Wirtschaftsstandort, aber auch Wirtschaftsfaktor. Sie bildet immer zwei Seiten einer Medaille ab: Wachstumstreiber von heute und Innovationslabor für morgen.

Zum einen ist die Kultur- und Kreativwirtschaft selbst eine Schlüsselbranche mit Wachstums- und Beschäftigungspotenzial. Fast zwei Millionen Menschen erwirtschaften einen jährlichen Umsatz von über 200 Milliarden Euro, und das mit steigender Tendenz. Hier entstehen Arbeitsplätze und Wertschöpfung – vor allem in Klein- und Kleinstunternehmen. Sie sind das Kraftzentrum der Kulturwirtschaft und Beginn der Wertschöpfungskette. Ihre Impulse reichen weit über sich selbst hinaus in Stadtentwicklung, Maschinenbau, Fahrzeugbau, Bildung, digitale Transformation. Die Liste ließe sich lange fortführen.

Zum anderen ist die Kultur- und Kreativwirtschaft kein Wirtschaftszweig wie andere. Studien belegen, dass ihre Innovationsfähigkeit signifikant über der anderer Branchen liegt.

Kulturunternehmerinnen, Künstler, Designerinnen, Musiker, Filmschaffende und, und, und bringen nämlich nicht nur fundiertes Wissen, Können, ein tiefes Verständnis für Menschen und Märkte mit, sondern – Kreativität. Sie haben die Fähigkeit, Bestehendes neu zu denken, interdisziplinär zu arbeiten und den Mut zur Disruption. Die größten Innovationen der Zukunft entstehen deshalb nicht allein in Labors, sondern auch in Ateliers, auf Bühnen, in Studios.

Diese schöpferische und gleichzeitig ökonomische Kraft ist besonders und verdient deshalb eine besondere politische Begleitung. Nach einem Impuls der Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland« wurde diese durch das damalige Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie und den Beauftragten für Kultur und Medien 2007 mit der gemeinsamen »Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft« geschaffen. Diese Initiative war und ist Grundstein und Vehikel für die Zusammenarbeit unseres Wirtschaftsministeriums mit allen elf Teilbranchen.

Neustart 2025. Wir beginnen mit einem politischen Neustart – auch für die Kultur- und Kreativwirtschaft. Dies ist für mich nicht allein eine Frage ökonomischer Vernunft, sondern persönliche Leidenschaft. Deshalb bin ich unserer Bundesministerin Katherina Reiche für die Chance dankbar, Ansprechpartnerin für die Branche zu sein. Dabei weiß ich unseren Kulturstatsminister Wolfram Weimer an meiner Seite.

Wir wissen um das riesige Potenzial, wenn Wirtschaft und Politik sich die Hand reichen. Der Siegeszug der Games-Branche ist dafür beispielhaft. Diese ist heute Wirtschaftsfeld mit globaler Reichweite und Impulsgeber für Lernprozesse und Interaktion. Spiele sind Kulturgüter, erzählen Geschichten, formen Narrative und erwirtschaften gleichzeitig Milliarden.

Um eine solche Kraft entfalten zu können, brauchen Film, Musik, Design, Mode, Architektur, Kunstmarkt, Literatur unternehmerische Freiheit und politische Planungssicherheit. Verlässliche Rahmenbedingungen, die Gründungen erleichtern, Innovationen beschleunigen und internationale Wettbewerbsfähigkeit sichern, sind dafür unerlässlich.

Wir wissen, dass wir dafür auch die internationale Sichtbarkeit erhöhen und Exportpotenziale fördern müssen. Mit unseren Außenwirtschaftsprogrammen, Messebeteiligungen und der Exportförderung über Germany Trade & Invest haben wir ein Fundament für kreative Exzellenz

Made in Germany. Gerade kleinere und mittlere Akteure erhalten dadurch Zugang zu Märkten, Netzwerken und Investitionen.

Dazu gehört auch, einen Rahmen für neue Technologien zu schaffen, der Neues nicht erstickt aber gleichzeitig geistiges Eigentum schützt. Die Digitalisierung verändert schon seit Jahren Strukturen und Märkte, die Künstliche Intelligenz verändert inzwischen die Kreativität durch Generierung von Bildern, Musik oder Texten. Die Fragen nach Urheberschaft, Transparenz und Ethik müssen beantwortet werden – und das balanciert. KI soll Werkzeuge bereitstellen, nicht Urheber ersetzen. Unsere rechtlichen Rahmenbedingungen müssen das reflektieren: mit neuen Vergütungsmodellen, klarem Zugang zu Trainingsdaten und prüfbaren Standards.

Unser Wirtschaftsministerium ist dabei als Koordinator zwischen den Ressorts gefordert. Dafür ist erforderlich, dass wir mit der Kultur- und Kreativwirtschaft sprechen und nicht über sie.

Kreative Ideen brauchen aber nicht nur politische Räume. Mit KreativBUND – Bundeszentrum Kultur- und Kreativwirtschaft hat sich ein Impulsgeber und Brückenbauer etabliert. Gemeinsam wollen wir nun die Kreativwirtschaft noch größer denken. Hierzu werden künftig die Akteure, Unternehmen, Netzwerke etc. eng eingebunden, um die Perspektiven, Bedarfe und Erwartungen zu bündeln. Ziel ist es, die Innovationskraft der Kreativwirtschaft sichtbar zu machen.

Neustart. Die digitale, ökologische und demografische Transformation fordert uns alle. Klassische Wirtschafts- und Industriezweige müssen sich neu erfinden bzw. entwickeln. Dafür brauchen sie die Kraft der Kreativität. Deshalb ist für uns als neue Bundesregierung die Kultur- und Kreativwirtschaft eine strategische Partnerin für die Zukunft und damit Schlüsselbranche.

Auf den Neustart!

Dieser Text ist zuerst erschienen in [Politik & Kultur 9/2025](#).