

KI Cluster-Analyse der
Zukunftsvisionen aus
118 Beiträgen

**Zukunfts-
report
Kreativ-
wirtschaft
2030**

MAI 2026



KREATIVBUND
BUNDESZENTRUM KULTUR-
UND KREATIVWIRTSCHAFT

Summary

Im Rahmen des German Creative Economy Summit (GCES) 2026 am 28. – 29.4.2026 in Hamburg hat der KreativBund mit Hilfe eines KI Tools Zukunftsvisionen in Form von Sprachnachrichten bei den Teilnehmenden abgefragt. Die vorangestellte Frage lautete: „Wie sieht deine ideale Vision für die Kultur- und Kreativwirtschaft 2030 aus?“ Das Team des KreativBund hat insgesamt mit fast 500 Menschen gesprochen und rund 150 Sprachnachrichten sammeln können (davon 118 Einzel-aussagen und rund 30 Impulse im Rahmen eines zusätzlichen Workshops). Die Auswertung basiert auf Basis der Einzel-Inputs. Der vorliegende Report ist eine menschliche Überarbeitung der KI-Auswertung. Dabei wurden Inhalte nicht reduziert oder beschränkt, sondern die Clusterlogik von ursprünglich fünf Clustern auf drei Cluster reduziert, um die Erkenntnisse besser nutzbar zu machen. Ziel des Reports ist es, nicht auf die Zukunft zu warten, sondern die Anknüpfungspunkte in der Gegenwart zu identifizieren und loszulegen: **All-Hands-on-Deck.**



Kreative Kraft sucht Kontext: Das Spannungsfeld

Die Kreativwirtschaft weiß, was sie kann.
Die Frage 2026 ist, wer ihr zuhört und unter
welchen Bedingungen sie sich entfalten darf.

Fast alle Stimmen formulieren eine selbst-
bewusste Vision für 2030 und beschreiben
gleichzeitig einen Status quo, der dieser
Vision kaum entspricht. Der Gap zwischen
Aspiration und Realität ist das eigentliche
Thema der Sprachnachrichten – nicht die
Technologie, nicht die Förderung, nicht die
Vernetzung allein.

Die wichtigsten von der KI herausgearbeiteten
Themen sind:

Künstliche Intelligenz wird mehrheitlich als
Werkzeug begriffen – doch einige Stimmen
benennen die sozialen Folgen mit einer
Schärfe, die im Raum zu wenig Resonanz
fände: „Das Wohlstandsniveau in der Kreativ-
wirtschaft wird sinken.“

Kollaboration ist Konsens – aber die Gruppe
beschreibt sie als dringenden Wunsch, nicht
als gelebte Praxis.

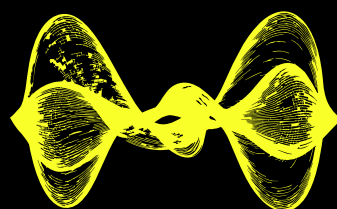
**Stabile Förderstrukturen und politische
Einbindung** – der Ruf danach zieht sich
branchenübergreifend durch, von der Solo-
Designerin bis zum Verwaltungs-
vertreter.

Anerkennung ist keine Frage des Selbstbe-
wusstseins mehr, sondern eine strukturelle:
Die KKW will nicht mehr um ihren Platz
kämpfen – sie will ihn einnehmen.

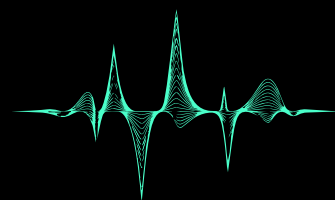
Anhand dieser von der KI identifizierten
Kernaussagen wurden folgende Handlungs-
cluster identifiziert:

1. KI
2. Cross Innovation und Vernetzung
3. Strukturen

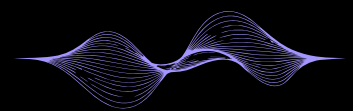
Die Stimmung könnte als „produktive
Ungeduld“ beschrieben werden: Die Bereit-
schaft zum Aufbruch ist real – aber das Ver-
trauen, dass die richtigen Strukturen folgen
werden, ist noch nicht gefestigt.



1. KI



2. Cross Innovation
& Vernetzung



3. Strukturen

Einleitung

Die Sprachnachrichten stammen aus den elf Kreativwirtschaft-Teilmärkten sowie angrenzenden Sektoren (Verwaltung, Wissenschaft, Zivilgesellschaft, andere Wirtschaftsbranchen). Aus den Statements wurden drei thematische Cluster destilliert (siehe Summary), die die zentralen Spannungsfelder und Zukunftshorizonte der Branche abbilden. Jede Position innerhalb eines Clusters wird durch zwei Pole aufgespannt und mit einer Einordnung der Gruppenposition versehen. Das System hat die Relevanz jedes Beitrags für die inhaltliche Auswertung auf einer Skala von 0 bis 10 bewertet. Die Verteilung zeigt eine klare Mitte: Der überwiegende Teil der Beiträge liegt im relevanten Bereich (Score 5–8), einzelne Beiträge erreichen hohe inhaltliche Dichte mit konkreten Zukunftsvisionen und klaren Positionierungen, während wenige Beiträge aufgrund von Transkriptionsartefakten oder sehr kurzer Substanz in der unteren Stufe landen. Die Beteiligung ist breit und in der Designwirtschaft sowie im Bereich Verwaltung & Öffentlicher Sektor besonders intensiv.

Stil der Sprachnachrichten: Was viele Beiträge eint, ist eine Haltung zwischen Diagnose und Aufbruch. Die Teilnehmenden analysieren scharf, was fehlt und formulieren im gleichen Atemzug, wie es besser sein könnte. Visionäres Denken und strukturkritische Nüchternheit gehen in diesem Raum Hand in Hand.

Hinweis zur Quantifizierung:

Die verwendeten Begriffe folgen einer einheitlichen **Skala** –

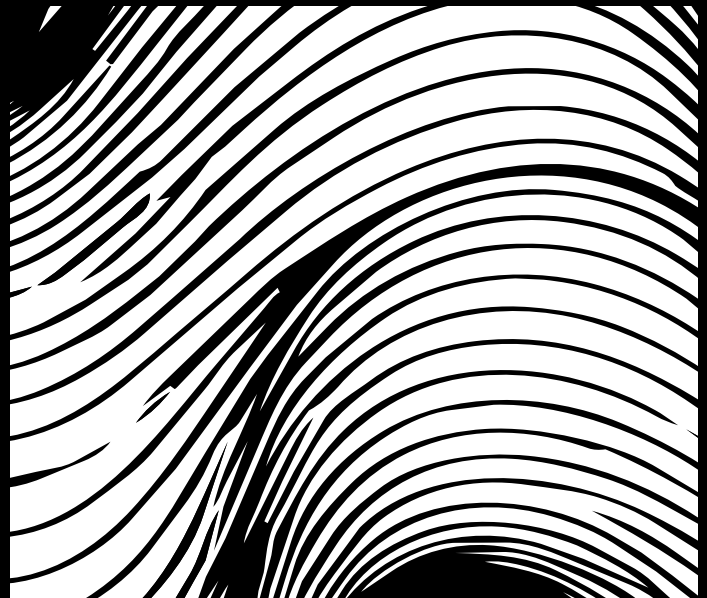
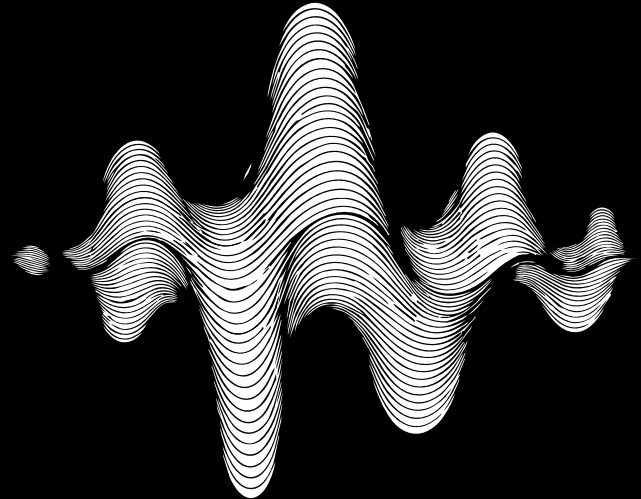
„alle“ / „die große Mehrheit“ (>80 %),

„viele“ (>50 %),

„einige“ (25–50 %),

„wenige“ (<25 %),

„einzelne Stimmen“ (1–3 Beiträge)



Künstliche Intelligenz: *Befreiung oder Bedrohung?*

KI ist das meistdiskutierte Thema in den Sprachnachrichten. Nahezu alle Beiträge berühren es — explizit oder implizit. Die Positionen spannen sich zwischen zwei Polen auf, die nicht immer unversöhnlich sind, aber unterschiedliche Grundhaltungen offenbaren.



C L U S T E R 1

Pol A **KI als Befreiungswerkzeug**

KI übernimmt repetitive, langweilige oder zeitraubende Aufgaben und gibt Kreativen Raum für das Wesentliche: Konzeption, Menschlichkeit, echte Kreativität. KI wird als Hebel für eine „menschliche Renaissance“ verstanden – wer KI richtig einsetzt, wird freier, authentischer und produktiver.

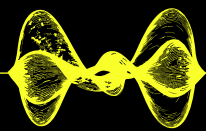


Pol B **KI als existenzielle Bedrohung**

KI verdichtet Wertschöpfungsketten, vernichtet Einstiegsjobs und ermöglicht Budgetkürzungen von 30 % und mehr. Die Kreativwirtschaft verliert Mittelschicht-Positionen. Wer nicht zu den „Großen und Guten“ zählt, wird mit schlechteren Tools abgespeist. Raubbau an kreativer Arbeit findet statt, während die Branche zu wenig Gegenwehr leistet.

Wo steht die Gruppe?

Die Gruppe steht mehrheitlich auf der Seite des Pol A – KI als Werkzeug und Chance. Viele Stimmen formulieren optimistische Visionen: KI befreit, beschleunigt, ermöglicht. Einige Stimmen differenzieren stark und warnen vor naiver Euphorie. Wenige Stimmen positionieren sich klar kritisch-alarmiert (Pol B), insbesondere aus der Designwirtschaft. Eine einzelne Stimme fordert aktiven Widerstand gegen den „Raubbau“. Insgesamt bleibt die Gruppe in einer produktiven Ambivalenz: KI wird nicht abgelehnt, aber die sozialen und wirtschaftlichen Folgen werden von einem relevanten Anteil als unterschätzt bewertet.



Branchenspezifischer Hinweis

Designwirtschaft (k3-desig, 32 Beiträge, größte Gruppe): Hier ist die Ambivalenz am stärksten ausgeprägt. Einige Stimmen beschreiben konkret, wie KI-Budgets reduziert und Illustratoren verdrängt. Einzelne Stimmen fordern eine „Maschinensteuer“ zum Schutz kreativer Arbeit. Die Designwirtschaft ist die einzige Gruppe, die KI explizit als Bedrohung für Solo-Selbständige thematisiert. — **Software-/Games-Industrie** (k10-soft): Optimistischer Blick auf Diversifikation und branchenübergreifende Kooperationen als Antwort auf KI-Druck.

„KI sollte nur assistieren.
Die Urheber müssen gut
vergütet und geschützt
sein – Urheberrechte gesi-
chert, faire Vergütungs-
regeln für alle Kreativen.“

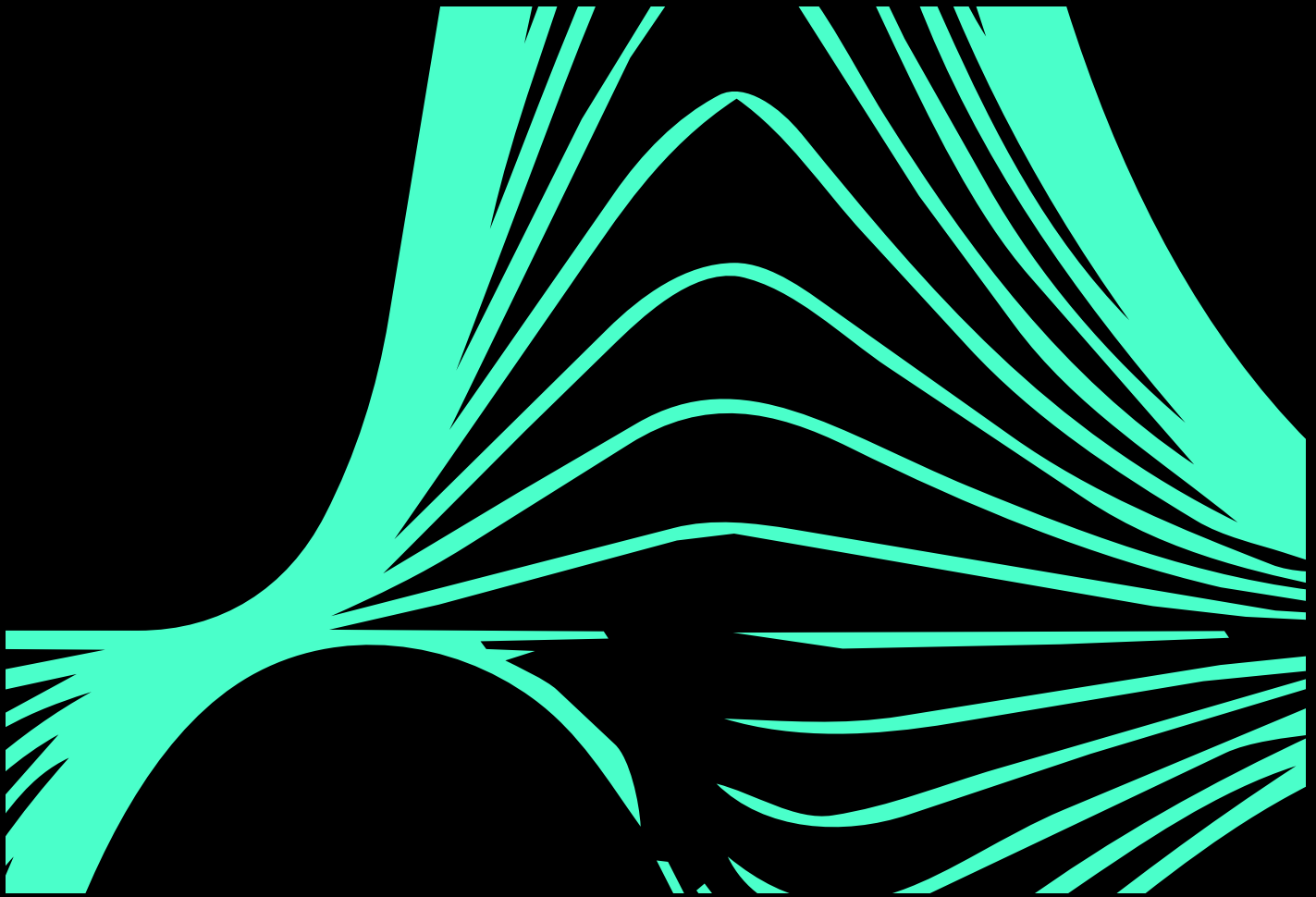
„Integration von KI in
Workflows, natürliches
Miteinander, KI und
Design fließt zusammen,
Urheberrecht geklärt,
Bezahlung fair.“

„Was ich mir wünsche, ist
Geld für die ‚genuin-
kreative‘ Leistung –
für all das, was nicht
generiert werden kann. KI
als Werkzeug verstehen –
und **die Schönheit des
menschlichen Beitrags
stärker anerkennen.**“

„Ich stelle mir vor, dass
repetitive Aufgaben von
der KI übernommen
werden, aber die wahren
kreativen Arbeiten von
Menschen gemacht
werden. **Kreative
Leistungen müssen
geschützt werden** und
menschliche Arbeit wieder
mehr wert sein.“

Cross Innovation & Vernetzung: Schulterchluss oder Silo?

Dieser Cluster vereint zwei eng verwobene Themenfelder: (1) das Selbstverständnis und die Sichtbarkeit der Kreativwirtschaft einerseits sowie (2) die Frage der Zusammenarbeit – innerhalb der KKW, mit anderen Branchen und mit Politik und Verwaltung – andererseits. Beide Dimensionen kreisen um dieselbe Grundspannung: zwischen dem Wunsch, als gestaltende Kraft wahrgenommen zu werden, und der Realität von Silos, fehlender Wertschätzung und mangelndem Verständnis.



C L U S T E R 2

1. Selbstverständnis & Sichtbarkeit:

Dienstleister oder Gestaltungskraft?

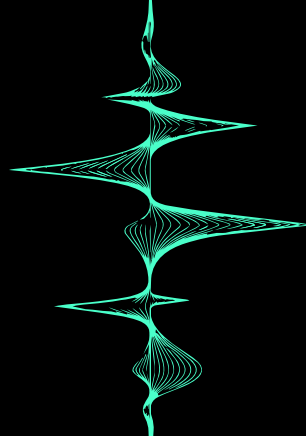
Ein wiederkehrendes Thema ist die Frage, wie die Kreativwirtschaft sich selbst versteht und wie sie von außen wahrgenommen wird. Zwischen Selbstbewusstsein und Selbstunterschätzung liegt ein zentrales Entwicklungsfeld.



Pol A **Kreativwirtschaft als Gestaltungsmacht**

Die KKW ist mehr als Dienstleisterin. Sie ist Innovationstreiberin, gesellschaftliche Gestaltungskraft und Schlüssel für die Transformation der deutschen Wirtschaft.

2030 ist sie selbstbewusster Akteur, der nicht um Anerkennung bettelt, sondern sie einfordert und bekommt. Andere Sektoren integrieren kreative Kompetenzen aktiv.



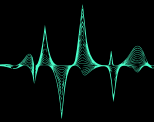
Pol B **Kreativwirtschaft als unterschätzte Nische**

Die KKW wird politisch und gesellschaftlich noch immer als Nischenthema behandelt. Sie ist nicht in großen Wirtschaftsdebatten vertreten, ihre Wirtschaftskraft wird ignoriert, und Förderungen drohen gekürzt zu werden. Viele Akteure definieren sich selbst über ihre Dienstleisterrolle und tragen so zur eigenen Unsichtbarkeit bei.

Wo steht die Gruppe?

Die Gruppe steht klar näher an Pol A – mit starkem Wunsch nach Anerkennung und Selbstbewusstsein. Die große Mehrheit der Beiträge formuliert eine Vision, in der die KKW als gleichberechtigte Kraft wahrgenommen wird. Gleichzeitig diagnostizieren viele Stimmen den Status quo als Pol B: Die Branche ist noch nicht dort, wo sie sein könnte. Der Gap zwischen Vision und Realität ist spürbar.

Der Gap zwischen Vision und Realität ist spürbar.



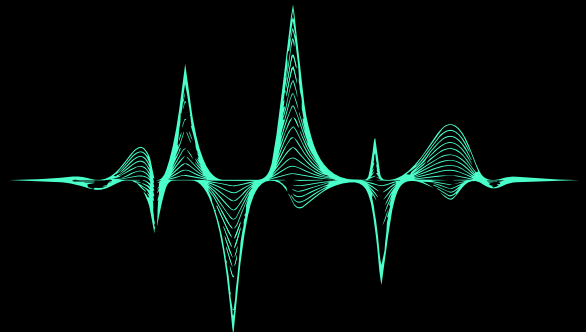
Branchenspezifischer Hinweis

Verwaltung & Öffentlicher Sektor (a2-verwal, 19 Beiträge, zweitgrößte Gruppe): Besonders starke Betonung der Wirtschaftskraft und Gestaltungskraft der KKW. Viele Stimmen aus diesem Sektor beschreiben die KKW als unverzichtbaren Partner für die Transformation Deutschlands. — **Designwirtschaft**: Einzelne Stimmen fordern eine Neudefinition des Begriffs „Kreativwirtschaft“ – weg von einer politischen Sammelkategorie, mit dem Wunsch Designwirtschaft als eigenständigen Innovationstreiber zu verorten.

2. Kollaboration & Vernetzung:

Echter Schulter- schluss oder Silo-Realität?

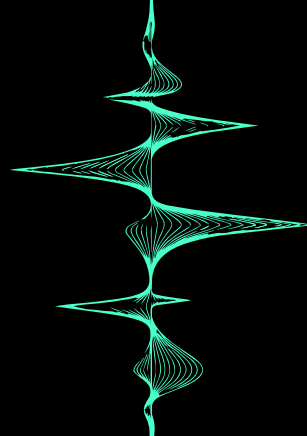
Zusammenarbeit, innerhalb der KKW, mit anderen Branchen, mit Politik und Verwaltung, ist ein Kernthema. Die Spannung liegt zwischen dem Wunsch nach stärkerer Vernetzung und der Realität von Silos, fehlender Wertschätzung und mangelndem Verständnis.



Pol A **Echter Schulterschluss**

Alle Ebenen – Kreative, Unternehmen, Verwaltung, Politik – kommen an einen Tisch. Regelmäßige, vertrauensbasierte Vernetzungsveranstaltungen entstehen.

Kreative werden von Anfang an in Innovationsprozesse eingebunden (nicht als Feuerwehr am Ende). Interdisziplinarität wird als Kompetenz anerkannt, nicht als Komplexität geduldet.

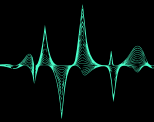


Pol B **Silo-Realität**

Technik und Kreativität laufen als getrennte Prozesse. Kreative werden spät oder gar nicht eingebunden. User Experience wird nachträglich aufgesetzt. Wertschätzung zwischen Teilbranchen fehlt. Die KKW agiert als „Einzelner“ statt als Teil größerer Systeme. Netzwerke entstehen, aber Vertrauen und Kontinuität fehlen.

Wo steht die Gruppe?

Die Gruppe sehnt sich klar nach Pol A, beschreibt aber den Status quo als Pol B. Viele Stimmen betonen die Notwendigkeit des Schulterschlusses als dringende Aufgabe – nicht als erreichten Zustand. Einige Stimmen berichten von positiven Beispielen, die cross-sektorale Zusammenarbeit vorantreiben (z. B. Plattform Cyberland) und die zeigen, dass Vernetzung gelingt, wenn zu den passenden Business Cases auch die Strukturen vorhanden sind. Die Gruppe ist motiviert, aber realistisch über die Hürden.



Branchenspezifischer Hinweis

Sonstige KKW (k12-sons, 12 Beiträge): Besonders starke Betonung von Interdisziplinarität und Schnittstellenkompetenz. Stimmen aus diesem Segment kommen häufig aus Hybridbereichen (Technik + Design + Live-Events) und erleben die Silo-Problematik besonders direkt. — **Andere Wirtschaftsbranche** (a5-wirts, 6 Beiträge): Positives Signal — diese Stimmen sehen die KKW als unverzichtbaren Partner und beschreiben konkrete Kooperationsmodelle.

„Im Jahr 2030 ist die Kreativwirtschaft selbstbewusster und selbstverständlicher Akteur. Andere Branchen haben verstanden, dass sie **mehr ist als eine Dienstleisterrolle.**“

„Mein Ideal ist ein **Kooperationsmodell ohne Ellenbogengesellschaft** – um Kreativität zu fördern und eine sinnstiftende, alle Menschen gleichbehandelnde Branche zu schaffen.“

„Was ich mir wünsche, ist **Sichtbarkeit und Wertschätzung** – das ist das, woran es mangelt und was sich durch alle Strukturen zieht.“

„Die **Kreativwirtschaft** soll nicht mehr als **Nischenthema behandelt werden**, sondern in allen wirtschaftsrelevanten Veranstaltungen mitgedacht werden.“

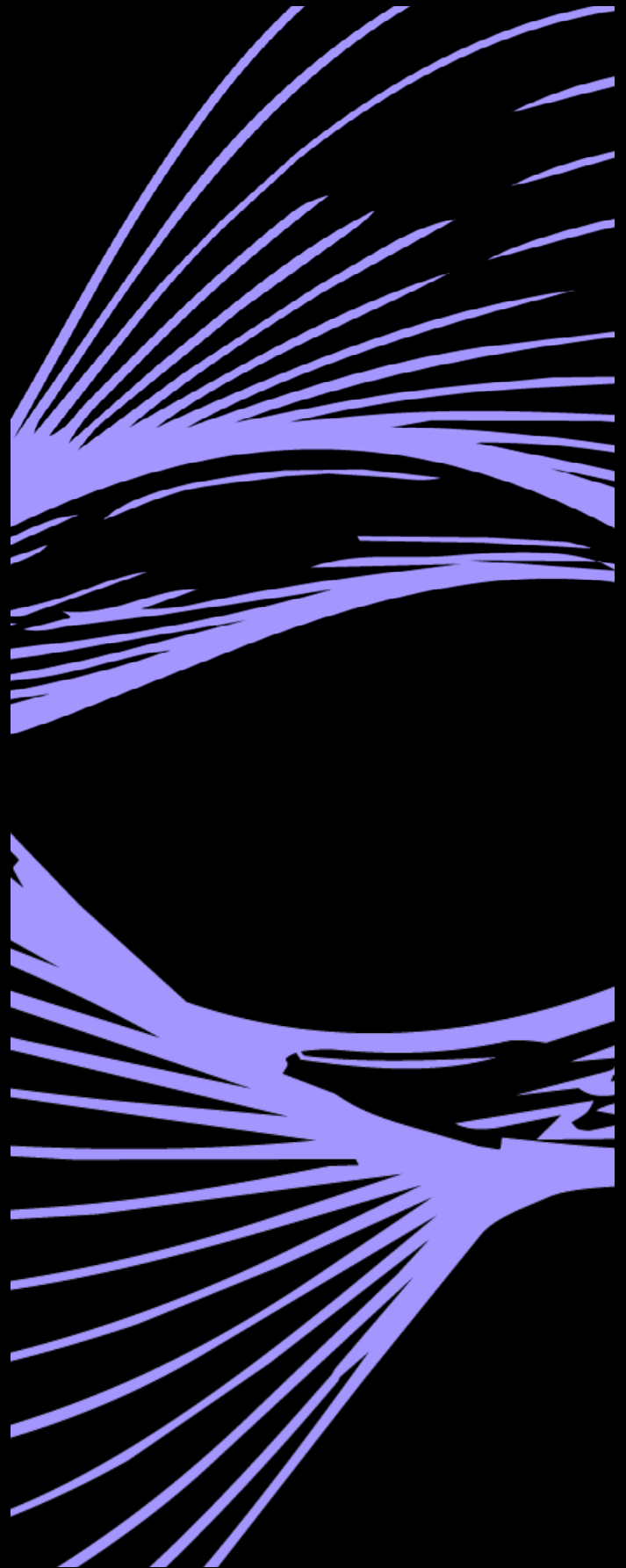
„Meine ideale Zukunft: alle Ebenen – Verwaltung, Unternehmen, die Kreativen selbst – arbeiten stärker **miteinander und nicht gegeneinander.**“

„Meine Zukunftsvision: Der Begriff **Kreativwirtschaft** wird neu definiert – die **Designwirtschaft als Treiber für Innovation**, als Kitt zwischen klassischen Industrien.“

„Die ideale Vision ist, dass die **Kreativwirtschaft** in den Prozessen **inkludiert ist** und gar nicht mehr als Einzelner wirkt.“

Strukturen: Ermächtigung oder Bremse?

Dieser Cluster fasst zwei strukturell verbundene Themenfelder zusammen: (1) die Frage nach den Rahmenbedingungen, unter denen die KKW arbeitet (Förderpolitik, Bürokratie, politische Einbindung), und die damit verbundene weiterführende Frage (2), welche gesellschaftliche/ übergeordneten Verantwortung die Branche übernehmen kann: Für Nachhaltigkeit, Demokratie, Stadtentwicklung und soziale Gerechtigkeit. Beide Felder berühren dieselbe Grundfrage: Wie können Strukturen aussehen, die KKW in ihren Potenzialen unterstützen? Wer setzt die Bedingungen kreativer Arbeit und welchen Gestaltungsanspruch erhebt die KKW dabei?

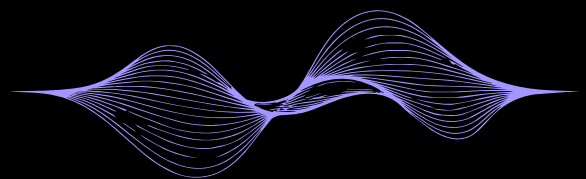


C L U S T E R 3

1. Strukturen und Rahmenbedingungen

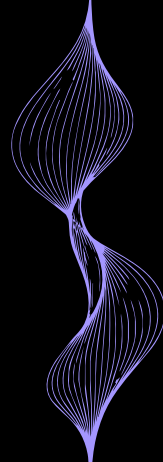
Ermächtigung oder Bremse?

Viele Stimmen diskutieren die strukturellen Bedingungen, unter denen die KKW arbeitet: Förderpolitik, Bürokratie, Plattformen, politische Rahmensezung. Die Frage ist, ob Strukturen ermächtigen oder bremsen – und wer dafür Verantwortung trägt?



Pol A **Strukturen als
Ermächtigung**

Politik und Verwaltung schaffen stabile, verlässliche Rahmenbedingungen für die KKW. Förderstrukturen sind langfristig gesichert. Bürokratie wird reduziert, damit Kreative mehr Zeit für ihre Kernaufgaben haben. Plattformen wie Cyberland ermöglichen systematische Vernetzung. Die KKW ist in wirtschaftspolitische Entscheidungsprozesse eingebunden.



Pol B **Strukturen als
Bremse**

Drohende Förderkürzungen gefährden die Branche. Bürokratische Prozesse binden Kreativzeit. Solo-Selbständige haben keine Lobby. Die KKW wird in großen Wirtschaftsdebatten nicht mitgedacht. Politische Ego-Dynamiken behindern kreative Prozesse. Strukturen für Vernetzung existieren, aber sie sind nicht gesichert und nicht vertrauensbasiert.

Wo steht die Gruppe?

Die Gruppe beschreibt den Status quo klar als Pol B – mit starkem Wunsch nach Pol A.

Die Forderung nach stabilen Förderstrukturen, weniger Bürokratie und politischer Einbindung ist branchenübergreifend. Viele Stimmen richten sich direkt an Politik und Verwaltung.

Einige Stimmen beschreiben konkrete Ansätze (Plattformen, Bund-Länder-Kooperation).

Wenige Stimmen formulieren, wie die KKW selbst aktiver werden könnte, statt auf externe Unterstützung zu warten.

Branchenspezifischer Hinweis

Sonstige KKW (k12-sons, 12 Beiträge): Besonders starke Betonung von Interdisziplinarität

Pressemarkt (k8-presse, 11 Beiträge): Starke Präsenz von Themen rund um Medienstruktur, Qualitätsjournalismus und politische Rahmenbedingungen für Medien. — **Verwaltung &**

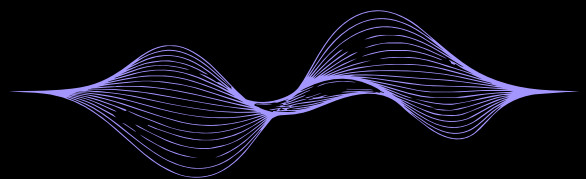
Öffentlicher Sektor: Einzelne Stimme fordert explizit eine Bund-Länder-Strategie gegen KKW-Förderkürzungen — ungewöhnlich konkret und politisch direkt. — **Filmwirtschaft**

(k4-filmw, 7 Beiträge): Thematisiert strukturelle Abhängigkeit von Förderung und den Wunsch nach nachhaltigen Erlösmodellen.

2.

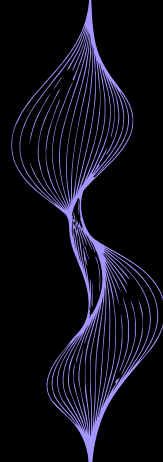
System- transformation oder Selbst- optimierung?

Ein wachsender Anteil der Beiträge verknüpft die Zukunft der KKW mit gesellschaftlichen Großthemen: Nachhaltigkeit, Demokratie, Stadtentwicklung, soziale Gerechtigkeit. Die Frage ist: Versteht sich die KKW als Systemtransformatorin oder bleibt es bei der Selbstoptimierung?



Pol A **KKW als
gesellschaftliche
Transformationskraft**

Die KKW setzt Nachhaltigkeitsziele um, ist in gesellschaftlich relevante Prozesse eingebunden und agiert nicht mehr als isolierter Akteur. Kreative Impulse prägen Stadtentwicklung, Gesundheitswirtschaft und demokratische Prozesse. Jede Kommune hat einen „kreativen Kopf“. Die KKW ist Treiberin einer menschlicheren, nachhaltigeren Gesellschaft.



Pol B **KKW fokussiert
auf Eigeninteressen**

Die KKW kämpft primär um Fördergelder, Budgets und Anerkennung. Gesellschaftliche Themen bleiben Randnotiz. Der Fokus liegt auf der eigenen Wirtschaftskraft, nicht auf der Frage, welchen gesellschaftlichen Mehrwert die Branche schafft. Nachhaltigkeit wird als Pflicht erwähnt, nicht als Vision gelebt.

Wo steht die Gruppe?

Die sieht sich in der Praxis noch näher an Pol B, tendiert jedoch zu Pol A als Vision. Einige Stimmen formulieren explizit den Anspruch, gesellschaftliche Transformationskraft zu sein. Wenige Stimmen konkretisieren, wie das operativ aussieht. Die Stadtentwicklungs- und Nachhaltigkeitsperspektive ist präsent, aber nicht dominant. Insgesamt bleibt die gesellschaftliche Verantwortungsrolle eher Aspiration als gelebte Realität.

Branchenspezifischer Hinweis

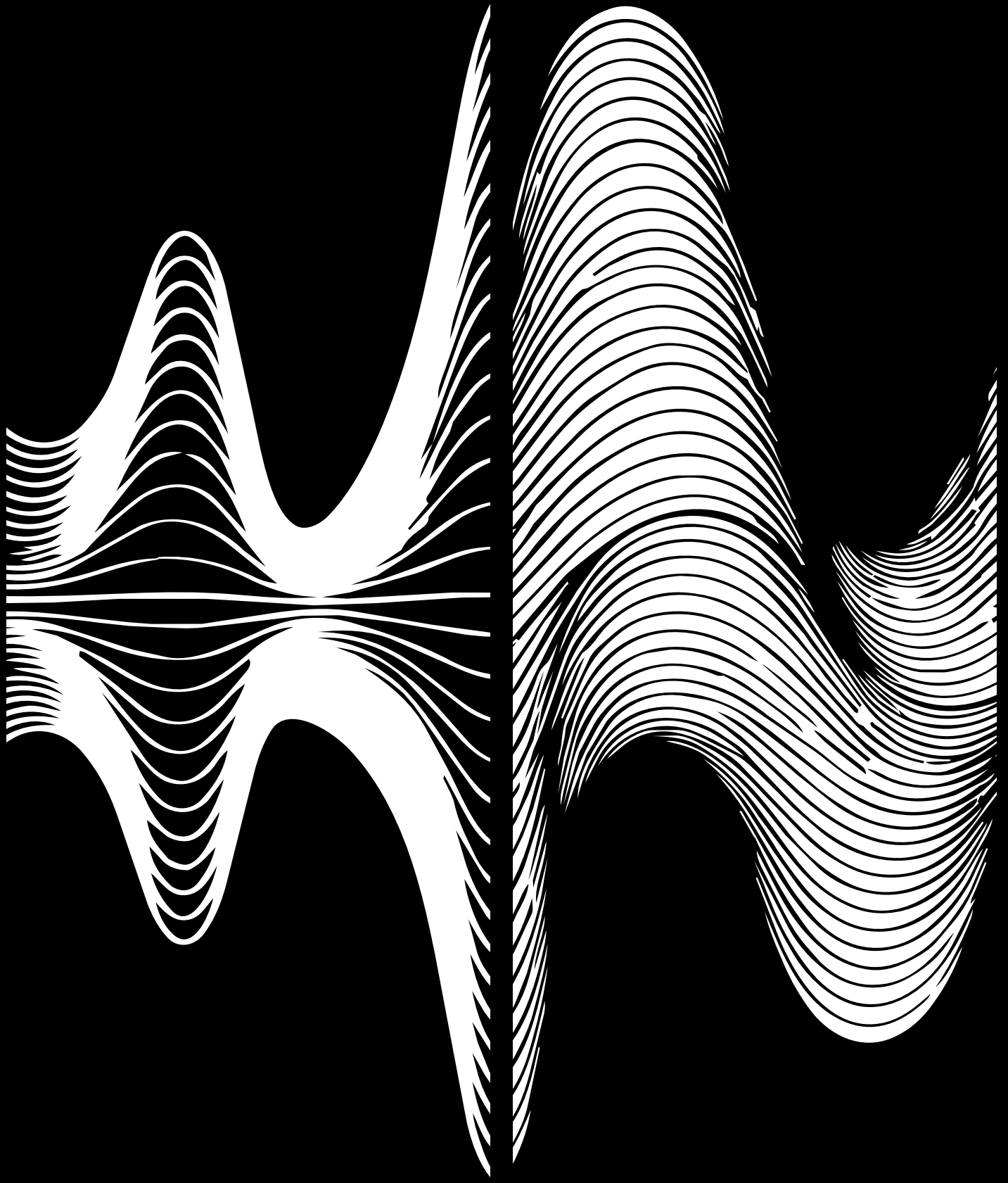
Verwaltung & Öffentlicher Sektor: Einige Stimmen aus diesem Sektor denken die KKW explizit als Stadtentwicklungspartnerin. — **Wissenschaft & Bildung** (a3-wissen, 4 Beiträge): Fokus auf Bildung als Grundlage kreativer Resilienz und gesellschaftlicher Teilhabe. — **Zivilgesellschaftlicher Sektor** (a4-zivil, 1 Beitrag): Einzelne Stimme mit starkem Fokus auf Partizipation und Inklusion als Kern kreativer Arbeit.

„Ich wünsche mir, dass **die Kreativwirtschaft Verantwortung übernimmt für gesellschaftlichen Wandel, Demokratie, freies Denken** – und nicht nur Konsum fördert.“

„Das Allerwichtigste: **Bund und Länder müssen gemeinsam an einer Strategie arbeiten**, wie drohende Kürzungen im Bereich der KKW-Förderung aufgefangen werden können.“

„Die ideale Vision: **die Kreativwirtschaft kann die Nachhaltigkeitsziele umsetzen und leben** – und bekommt dafür die Unterstützung, die sie für die Gesellschaft leistet.“

„Wir nutzen Kreativität, Technologie und Vernetzung, um übergeordnete Ziele zu verfolgen – wie wir **die Welt nachhaltig erhalten und zu einem lebenswerten Ort machen**.“



S Y N T H E S E

Wo steht die Kreativwirtschaft 2026?

Die Sprachnachrichten der Teilnehmenden des GCES zeichnen ein Bild einer Branche, die sich nach dem Aufbruch sehnt: Sie formulieren klare Visionen, aber setzen dem eine eher negativ geprägte gegenwärtige Selbsteinschätzung gegenüber. Drei übergreifende Beobachtungen:

1. KI ist der Katalysator — nicht der Feind

Die große Mehrheit betrachtet KI als Werkzeug, nicht als Gegner. Aber einige Stimmen (besonders aus der Designwirtschaft) mahnen zur Nüchternheit: KI verändert Wertschöpfungsketten, und wer die Folgen ignoriert, wird von ihnen überrollt.

2. Kollaboration ist Konsens — Umsetzung ist offen

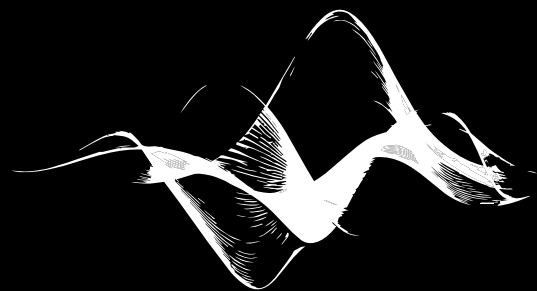
Alle sind für mehr Zusammenarbeit. Wenige beschreiben, wie sie konkret funktioniert. Die Branche braucht weniger Bekenntnisse zur Vernetzung und mehr Infrastruktur, Vertrauen und kontinuierliche Formate, die Kooperation zur Routine machen.

3. Die Zukunftsvision wird geteilt — die Gegenwart ist unbequem

Beruhend auf der Ausgangsfragestellung formulieren nahezu alle Stimmen eine positive Vision für 2030. Jedoch beschreiben viele den Status quo als defizitär: zu wenig Anerkennung, zu viel Bürokratie, zu wenig Vernetzung, zu viel KI-Druck. Der Gap zwischen Vision und Realität ist das zentrale Spannungsfeld.

Der rote Faden

Alle drei Cluster kreisen um dieselbe Grundfrage: ***Wem gehört die kreative Arbeit – und wer hat die Macht, ihre Bedingungen zu setzen?*** KI, Sichtbarkeit, Vernetzung, Nachhaltigkeit, Strukturen, es sind verschiedene Sprachen für dasselbe Ringen: Die Kreativwirtschaft will gestalten. Und sie weiß noch nicht genau, wie sie sich dafür aufstellen muss.



Thematische Zusammenhänge und Standort der Gruppe

„Selbstverständnis & Sichtbarkeit“ und „Kollaboration & Vernetzung“ sind zwei Seiten derselben Münze: Eine Branche, die sich als Gestaltungskraft versteht, kann das nur in Beziehung zu anderen sein.

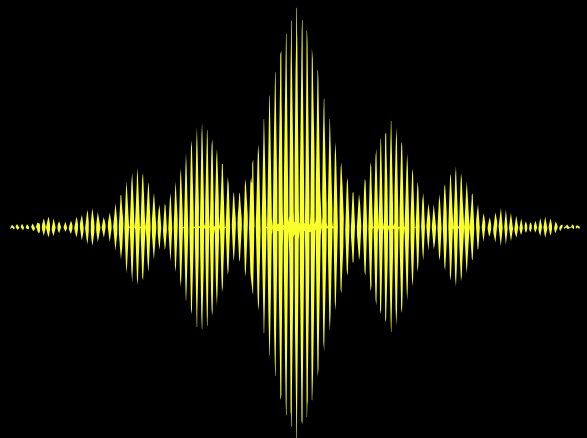
Gleichzeitig steht „KI als Befreiung oder Bedrohung“ in direkter Spannung zu „Strukturen & Rahmenbedingungen“ – wer die Chancen von KI heben will, braucht dafür Sicherheit, Zeit und Ressourcen, die viele gerade schwinden sehen.

Nachhaltigkeit bleibt das Thema, das zwar benannt wird, jedoch als Praxis noch kaum operationalisiert wurde.

Die Gruppe steht zwischen Problem-erkennung und Aktivierung – näher an der Aktivierung, aber noch nicht dort: Sie ist bereit zum Aufbruch, **zweifelt jedoch an den Rahmenbedingungen**, die diesen Aufbruch tragen sollen.

Unberücksichtigte Perspektive: Wenige Beiträge fragen, was die Kreativ-wirtschaft selbst verändern muss – die meisten richten den Blick nach außen: auf Politik, Verwaltung, andere Branchen.

Die Bereitschaft zur Selbstkritik bleibt unterentwickelt.



Anhang — Beiträge & Statements nach Sektor / Teilmarkt

Die folgende Tabelle zeigt die Anzahl der eingegangenen Beiträge sowie die daraus extrahierten Statements (content_takeaways) je Teilmarkt und Sektor.

Grundlage: 118 Beiträge, erhoben im Rahmen des German Creative Economy Summit 2026.

ID	Teilmarkt	Beiträge	Statements
Kreativwirtschaft - Teilmärkte			
k1-archi	Architekturmarkt	3	10
k2-buchm	Buchmarkt	1	5
k3-desig	Designwirtschaft	32	111
k4-filmw	Filmwirtschaft	7	30
k-kunst	Kunstmarkt	3	13
k6-musik	Musikwirtschaft	3	13
k7-kuens	Markt für darstellende Künste	2	4
k8-presse	Pressemarkt	11	24
k9-rundf	Rundfunkwirtschaft	1	5
k10-soft	Software-/Games-Industrie	3	14
k11-werb	Werbemarkt	4	23
k12-sons	Sonstige (KKW-Teilmärkte)	12	42
	Summe Teilmärkte	82	294
Andere Sektoren			
a1-polit	Politik	1	3
a2-verwal	Verwaltung & Öffentlicher Sektor	19	86
a3-wissen	Wissenschaft & Bildung	4	12
a4-zivil	Zivilgesellschaftlicher Sektor	1	8
a5-wirts	Andere Wirtschaftsbranche	6	37
a6-ander	Anderes	5	17
	Summe Andere Sektoren	36	163
	Gesamt	118	457

Hinweis: „Statements (content_takeaways)“ bezeichnet die Anzahl der aus jedem Beitrag extrahierten inhaltlichen Kernaussagen. Ein Beitrag kann mehrere Statements enthalten.

Impressum

Das Bundeszentrum Kultur- und Kreativwirtschaft ist Teil der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung, beauftragt durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie und den Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien.

Herausgeber

KreativBund – Bundeszentrum Kultur- und Kreativwirtschaft

Jägerstr. 65

10117 Berlin

Telefon: +49 30 20 88 89 1-0

www.kreativ-bund.de

Redaktion

Katja Armbruckner, KreativBund

Take-aw.ai (KI)

In Zusammenarbeit mit

Take-Aw.ai GmbH

Michael Schieben, Rönke von der Heide

Seilerstraße 41

20359 Hamburg

Germany

Telefon: +49 (0)40-228683998

Email: hello@take-aw.ai

Grafische Gestaltung & Layout

Elis Kroegel - Studio RAUM

<https://studioraum.xyz>



Initiative
Kultur- & Kreativwirtschaft
der Bundesregierung



KREATIVBUND
BUNDESZENTRUM KULTUR-
UND KREATIVWIRTSCHAFT