

Digitale Verwertungsformen in der Kultur- und Kreativwirtschaft und ihre Auswirkungen auf die Künstlersozialversicherung: Endbericht

Arndt, Olaf; Bartuli, Roman; Lausen, Matthias; Sperling, Florian

Veröffentlichungsversion / Published Version

Forschungsbericht / research report

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:

Bundesministerium für Arbeit und Soziales

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Arndt, O., Bartuli, R., Lausen, M., & Sperling, F. (2018). *Digitale Verwertungsformen in der Kultur- und Kreativwirtschaft und ihre Auswirkungen auf die Künstlersozialversicherung: Endbericht*. (Forschungsbericht, FB521). Berlin: Bundesministerium für Arbeit und Soziales; Prognos AG; Lausen Rechtsanwälte. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-60826-3>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.



FORSCHUNGSBERICHT

521

Digitale Verwertungsformen in der Kultur- und Kreativwirtschaft und ihre Auswirkungen auf die Künstlersozialversicherung

– Endbericht –

Digitale Verwertungsformen in der Kultur- und Kreativwirtschaft und ihre Auswirkungen auf die Künstlersozialversicherung

Institution

prognos 

in Zusammenarbeit mit

LAUSEN
RECHTSANWÄLTE

Anschrift

Prognos AG

Europäisches Zentrum für Wirtschaftsforschung und Strategieberatung

Goethestr. 85

D-10623 Berlin

Lausen Rechtsanwälte

Residenzstraße 25

D-80333 München

Autoren

Dr. Olaf Arndt

Roman Bartuli

Dr. Matthias Lausen

Dr. Florian Sperling

September 2018

Erstellt im Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales.

Die Durchführung der Untersuchungen sowie die Schlussfolgerungen aus den Untersuchungen sind von den Auftragnehmern in eigener wissenschaftlicher Verantwortung vorgenommen worden. Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales übernimmt insbesondere keine Gewähr für die Richtigkeit, Genauigkeit und Vollständigkeit der Untersuchungen.

Kurzbeschreibung

Die Digitalisierung verändert die Arbeitswelt von Kreativen und Kulturschaffenden. Viele Kreativschaffende setzen heute schon auf digitale Vertriebswege. Es entstehen ständig neue Geschäftsmodelle, Wertschöpfungsketten und Kooperationen der Akteure. Es gibt jedoch große Unterschiede in Tempo und Ausmaß. Inhalteanbieter wandeln sich zu Technologieanbietern und umgekehrt. Inhalte und Technik rücken immer näher zusammen. Musik, Filme, Spiele, Literatur und journalistische Inhalte oder Produkte im Designbereich werden zunehmend im weltweiten Netz hergestellt, konsumiert und kommerziell verwertet. Vor diesem Hintergrund geht das Forschungsprojekt der Frage nach, wie die Wertschöpfungsleistungen von Urhebern, Darstellern, Verwertern, Plattformen und sonstigen intermediären Vermittlern in Zukunft entlang der digitalen Strukturen zu bewerten sein werden. Ziel dieser Untersuchung ist es daher, einen systematischen Überblick zu Formen der digitalen Verwertung zu geben. Darauf aufbauend gilt es, die Wirkungen der Digitalisierung auf die Teilmärkte der Kreativwirtschaft in Deutschland aufzuzeigen. Hierzu wird im Kern eine Literaturanalyse durchgeführt. Sie konzentriert sich auf diejenigen Teilbranchen, in denen die Entwicklung bereits stark vorangeschritten ist. Daher werden insbesondere die Teilmärkte Buch, Presse, Musik, Film, Games, Design und Werbung untersucht. In einem zweiten Schritt wird untersucht, welche Konsequenzen aus der Digitalisierung für die Abgabepflicht nach dem Künstlersozialversicherungsgesetz resultieren und wie der Gesetzgeber ggf. hierauf reagieren kann.

Abstract

Digitalisation is changing the working conditions of creative and cultural workers. Today many people engaged in the creative industry already rely on digital distribution channels. New business models, value chains and collaborations between the parties involved are constantly emerging. However, there are big differences in speed and extent. Content providers are changing into technology providers and vice versa. Content and technology are moving closer together. Music, films, games, literature and journalistic content or products in the design economy are increasingly produced, consumed and commercially exploited on the worldwide web. Hence, this research project investigates the question of how the value-added services of authors, performers, platforms and other intermediaries will be valued along the digital structures in future. The aim of this study is to provide a systematic overview of forms of digital exploitation. Building on this, the effects of digitalisation on the submarkets of the creative industries in Germany will be illustrated. Therefore, the submarkets book, press, music, film, games, design and advertising are examined. For this a literature analysis is carried out in the core. In a second step, the consequences of digitalisation are examined in the context of the obligation to pay social security contributions under the Artists' Social Security Act and how the legislators may react to this proceed, if necessary.

Inhalt

Tabellenverzeichnis	7
Abbildungsverzeichnis	8
Abkürzungsverzeichnis	10
Zusammenfassung	12
1. Einleitung und Ziel der Untersuchung	20
2. Trends der Digitalisierung in der Kultur- und Kreativwirtschaft	22
2.1 Sozialer Trendbereich	22
2.2 Technologischer Trendbereich	25
2.3 Ökonomischer Trendbereich	28
2.4 Politischer Trendbereich	31
3. Stand der digitalen Transformation in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft	34
3.1 Pressemarkt	34
3.1.1 Teilmarktbeschreibung	35
3.1.2 Akteursgeflecht	36
3.1.3 Wertschöpfungswandel	37
3.1.4 Erlösstrukturen	39
3.1.5 Implikationen der Digitalisierung für die KSVG-Abgabepflicht	43
3.2 Werbemarkt	46
3.2.1 Teilmarkt Betrachtung	47
3.2.2 Akteursgeflecht	48
3.2.3 Wertschöpfungswandel	50
3.2.4 Erlösstrukturen	53
3.2.5 Implikationen der Digitalisierung für die KSVG-Abgabepflicht	57
3.3 Designwirtschaft	61
3.3.1 Teilmarkt Betrachtung	61
3.3.2 Akteursgeflecht	62
3.3.3 Wertschöpfungswandel	63
3.3.4 Erlösstrukturen	65
3.3.5 Implikationen der Digitalisierung für die KSVG-Abgabepflicht	66

3.4	Buchmarkt	68
3.4.1	Teilmarktbeschreibung	68
3.4.2	Akteursgeflecht	69
3.4.3	Wertschöpfungswandel	72
3.4.4	Erlösstrukturen	75
3.4.5	Implikationen der Digitalisierung für die KSVG-Abgabepflicht	78
3.5	Musikwirtschaft	80
3.5.1	Teilmarktbeschreibung	80
3.5.2	Akteursgeflecht	82
3.5.3	Wertschöpfungswandel	83
3.5.4	Erlössituation	86
3.5.5	Implikationen der Digitalisierung für die KSVG-Abgabepflicht	88
3.6	Software- und Games-Industrie	91
3.6.1	Teilmarktbeschreibung	91
3.6.2	Akteursgeflecht	93
3.6.3	Wertschöpfungswandel	94
3.6.4	Erlösstrukturen	97
3.6.5	Implikationen der Digitalisierung für die KSVG-Abgabepflicht	99
3.7	Filmwirtschaft	101
3.7.1	Teilmarktbeschreibung	101
3.7.2	Akteursgeflecht	102
3.7.3	Wertschöpfungswandel	104
3.7.4	Erlösstrukturen	107
3.7.5	Implikationen der Digitalisierung für die KSVG-Abgabepflicht	110
4.	Auswirkungen der Digitalisierung auf die Einkommenssituation von Künstlern und Publizisten	111
4.1	Empirische Auswertung der Einkommensdaten zu Künstler- und Kulturberufen der Künstlersozialkasse	111
4.2	Erkenntnisse zur Einkommensentwicklung aus der Literaturanalyse	118
4.3	Zwischenbewertung	120
5.	Auswirkungen digitaler Vertriebswege auf die Abgabepflicht nach dem Künstlersozialversicherungsgesetz	121
5.1	Bedeutung von Selbstvermarktungsprozessen	121
5.1.1	Definition von Selbstvermarktung	121
5.1.2	Selfpublishing	122
5.1.3	Vermarktung über Plattformen	124
5.1.4	Eigene Blogs	124
5.1.5	Folgen für die Abgabepflicht nach dem KSVG	124
5.2	Internationalisierung/ Plattformisierung	126
5.2.1	Zunahme der Internationalisierung/ Plattformisierung	126

5.3	Einbeziehung ausländischer Plattformen in die Abgabenerhebung	129
5.3.1	Problemstellung	129
5.3.2	Territorialitätsprinzip im KSVG	130
5.3.3	Abgabepflicht von Plattformen bei Anwendbarkeit des KSVG	131
5.3.3.1	Grundsätzliche Rechtfertigung	131
5.3.3.2	Abgabepflicht dem Grunde nach	132
5.3.3.3	Bemessungsgrundlage	133
5.3.3.4	Abgabenerhebung bei inländischen Plattformen	134
5.3.4	Lösungsansätze in anderen Rechtsgebieten	135
5.3.4.1	Sozialversicherung bei abhängiger Beschäftigung: Recht des Beschäftigungsstaats	135
5.3.4.2	Filmförderung: Filmabgabe für ausländische Videoabrufdienste	135
5.3.4.3	Urheberrecht: Anknüpfung an Nutzungshandlungen im Inland	138
5.3.5	Lösungsansatz: Anknüpfung an die öffentliche Zugänglichmachung im Inland	140
5.3.5.1	Verkaufs- und Abonnementplattformen	141
5.3.5.2	Reine Infrastrukturdienstleister	141
5.3.5.3	Marktplatzbetreiber/ User-Generated-Content-Plattformen	142
5.3.6	Beteiligung an Werbeerlösen als abgabepflichtiges Entgelt	145
5.3.7	Sicherstellung des hinreichenden Inlandsbezugs	148
5.3.8	Mögliche Probleme einer Neuregelung	149
5.3.8.1	Verfassungsmäßigkeit	149
5.3.8.2	Europarechtskonformität	150
5.3.8.3	Ermittlung der abgabepflichtigen Entgelte/ Meldung an die KSK	150
5.3.8.4	Umgehungstatbestände	151
5.3.8.5	Praxis der Ausführungsbehörden	151
5.3.9	Aktuelle Entwicklungen in Rechtsprechung und Gesetzgebung	153
5.3.9.1	Entscheidungen des Bundesgerichtshofs	153
5.3.9.2	Urteil des Wiener Handelsgerichts	154
5.3.9.3	EU-Urheberrechtsreform	154
5.4	Schlussfolgerungen und Handlungsansätze	155
	Literaturverzeichnis	158

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	E-Paper-Auflagen der Zeitungen 2012 bis 2016	36
Tabelle 2:	Netto-Werbeeinnahmen erfassbarer Werbeträger in Deutschland 2014 bis 2017	48
Tabelle 3:	Monatliches Einkommen aus Crowdwork von haupt- und nebenberuflichen Crowdworkern	54
Tabelle 4:	Erlösstruktur am Beispiel Spotify auf Basis empirisch ermittelter Durchschnittswerte	87
Tabelle 5:	Erlösstruktur am Beispiel Rebeat	88
Tabelle 6:	Ausländische Plattformen	126

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Entwicklung Anzeigen- und Vertriebsumsätze der Zeitungen (in Mio. EUR)	35
Abbildung 2:	Wertschöpfungswandel im Pressemarkt	38
Abbildung 3:	Einkommen nach Medienbereich in EUR für das Jahr 2014	40
Abbildung 4:	Einnahmen von Bloggern nach Ursprungsart	41
Abbildung 5:	Monatliche Einnahmen durch Blogging (in Prozent)	42
Abbildung 6:	Wertschöpfungswandel im Werbemarkt	50
Abbildung 7:	Verteilung der Crowdworker in Einkommensgruppen im Cluster Marktplatz-Plattformen	53
Abbildung 8:	Stellenwert des Einkommens aus Crowdwork im Cluster Marktplatz-Plattformen	54
Abbildung 9:	Verteilung der Crowdworker in Einkommensgruppen im Cluster Design-Plattformen	55
Abbildung 10:	Wertschöpfungswandel Designmarkt	63
Abbildung 11:	Umsätze im Buchmarkt in Deutschland in den Jahren 2011 bis 2020* (in Mio. €)	69
Abbildung 12:	Wertschöpfungswandel im Buchmarkt	73
Abbildung 13:	Erlösstruktur im Großhandelsmodell	75
Abbildung 14:	Erlösstruktur im Kommissions-Modell	76
Abbildung 15:	Erlösstruktur im Selfpublishing	77
Abbildung 16:	Monatliche Einnahmen aus Selfpublishing 2018	77
Abbildung 17:	Umsätze im digitalen Musikmarkt in Deutschland nach Segmenten in den Jahren 2016 und 2017 (in Mio. €)	81
Abbildung 18:	Wertschöpfungswandel in der Musikwirtschaft	84
Abbildung 19:	Auszahlung an Labels im Musikstreaming bei verschiedenen Anbietern pro Stream in USD*	86
Abbildung 20:	Anzahl an Independent Spieleveröffentlichungen auf Steam weltweit	92
Abbildung 21:	Beschäftigungsverhältnisse in der Games-Branche im Jahr 2015 und der Musik-Branche im Jahr 2014	93
Abbildung 22:	Wertschöpfungswandel in der Games-Branche	95
Abbildung 23:	Anteil der Wertschöpfungsakteure am generierten Gesamtumsatz der Games- Industrie weltweit, 2008 und 2015	97
Abbildung 24:	Umsatzverteilung nach Tätigkeitsbereich und Art der Leistung, 2015	98
Abbildung 25:	Traditionelle Erlösverteilung in der Games-Branche	99

Abbildung 26: Umsätze im Filmmarkt in Deutschland nach physischen und digitalen Formaten in den Jahren 2008 bis 2016 (in Mio. EUR)	102
Abbildung 27: Zahl der abhängig und frei beschäftigten Filmschaffenden in Deutschland 2014	102
Abbildung 28: Wertschöpfungswandel in der Filmwirtschaft	104
Abbildung 29: Erlösanteile nach Distributionsstrukturen	108
Abbildung 30: Operative Erträge der großen europäischen Produzenten von 2011 bis 2014	109
Abbildung 31: Versichertenbestand 2017 nach Künstler- und Kulturberufen differenziert nach Geschlecht	111
Abbildung 32: Entwicklung der Versichertenzahlen nach Berufsgruppen	112
Abbildung 33: Der Versichertenbestand 2017 gegliedert nach Altersgruppen und Geschlecht	113
Abbildung 34: Entwicklung der jährlichen Durchschnittseinkommen nach Berufsgruppen	114
Abbildung 35: Entwicklung des Versichertenbestandes und der jährlichen Durchschnittseinkommen nach Berufsgruppe in % in Deutschland, 2010-2017	114
Abbildung 36: Verwerterbestandsentwicklung 1983-2014 in Tsd.	116
Abbildung 37: Entwicklung der gemeldeten Honorarsummen 1991-2016 in Mio. EUR (einschließlich fiktive Honorarsummen der Ausgleichsvereinigungen)	116
Abbildung 38: Auszug aus dem Monetarisierungsvertrag von YouTube	146

Abkürzungsverzeichnis

Adtech	Sammelbegriff für Anbieter und Produkte rund um die Technik hinter digitalem Marketing
AR	Augmented Reality
AV Verlage	Ausgleichsvereinigung Verlage e.V.
BIU	Bundesverband Interaktiver Unterhaltungssoftware e.V.
BMAS	Bundesministerium für Arbeit und Soziales
BMG	Bundesministerium für Gesundheit
BMWi	Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
BSG	Bundessozialgericht
bspw.	beispielsweise
BVDW	Bundesverband Digitale Wirtschaft
B2B	Business-to-Business
B2C	Business-to-Consumer
d.h.	das heißt
DRV	Deutsche Rentenversicherung
DSM	Digital Single Market
EST	Electronic-Sell-Through
et al.	et alia
EUR	Euro
FFA	Filmförderungsanstalt
FFG	Filmförderungsgesetz
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung e.V.
ggf.	gegebenenfalls
GWA	Gesamtverband Kommunikationsagenturen
IP	Intellectual Property
i.S.d.	im Sinne der/ des
KI	Künstliche Intelligenz
KKW	Kultur- und Kreativwirtschaft
KSK	Künstlersozialkasse
KSVG	Künstlersozialversicherungsgesetz
MCN	Multichannel Network
Mio.	Millionen
MR	Mixed Reality
Mrd.	Milliarden

mtl.	monatlich
OoH	Out-of-Home
OVK	Online-Vermarkterkreis im BVDW
O&O	Owned & Operated
p.a.	per annum
PR	Public Relations
rd.	rund
SEO	Search Engine Optimization
SGB	Sozialgesetzbuch
sog.	sogenannt
SvB	sozialversicherungspflichtig Beschäftigte
SVoD	Subscription-Video-on-Demand
Tsd.	Tausend
TVoD	Transactional-Video-on-Demand
u. a.	unter anderem
UGC	User-Generated-Content
UrhG	Urheberrechtsgesetz
USD	US Dollar
vgl.	vergleiche
VoD	Video on Demand
VR	Virtual Reality
WLAN	Wireless Local Area Network
ZAW	Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft e.V.

Zusammenfassung

Vorhabenbeschreibung und Arbeitsziel

In der Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) vollzieht sich aktuell ein Wandel in den Produktions- und Vertriebsprozessen hin zu einer technologiegetriebenen und digitalisierten Branche. Sie war und ist durch schnelle Produktzyklen, innovative Arbeitsweisen und Internationalität geprägt. Bei der Digitalisierung kam und kommt der Kultur- und Kreativwirtschaft so eine weltweite Vorreiterrolle zu. Veränderte Rahmenbedingungen bieten Raum für neue Geschäftsmodelle, Wertschöpfungsketten und Kooperationen der Akteure. Zahlreiche Kreative profitieren bereits heute von den Möglichkeiten des digitalen Vertriebs. Allerdings werden auch große Prozessunterschiede im Tempo und Ausmaß deutlich. Inhalteanbieter wandeln sich zu Technologieanbietern und umgekehrt. Dies bedingt, dass Inhalte und Technik immer näher zusammenrücken. Musik, Filme, Spiele, Literatur und journalistische Inhalte oder Produkte im Designbereich werden zunehmend im globalen digitalen Umfeld hergestellt, konsumiert und kommerziell verwertet, sei es etwa über Musik-Streaming, werbefinanzierte Blogs, Videokanäle etc. Der erleichterte Zugang und die Möglichkeiten der Vervielfältigung erlauben es, zahlreiche Menschen mit den Inhalten zu erreichen, erschweren jedoch im gleichen Maße ihre Verwertung, da Kreativleistungen oftmals gar nicht oder nicht angemessen vergütet werden.

In diesem Rahmen gilt es zu klären, wie die Wertschöpfungsleistungen von Urhebern, Darstellern, Verwertern, Plattformen und sonstigen intermediären Vermittlern in Zukunft entlang der digitalen Strukturen zu bewerten sind. Ziel dieser Untersuchung ist es daher, einen systematischen Überblick zu Formen der digitalen Verwertung zu geben. Darauf aufbauend gilt es, die Wirkungen der Digitalisierung auf die Kreativwirtschaft in Deutschland aufzuzeigen.

In einem zweiten Schritt gilt es sodann zu untersuchen, welche Konsequenzen die Digitalisierung für die Künstlersozialversicherung und ihre Finanzierung hat. Die Untersuchung soll deshalb Lösungsansätze aufzeigen, wie diese auch in einer zunehmend globalisierten und digitalisierten Kultur- und Kreativwirtschaft sichergestellt werden kann.

Durchführung und Methode

Im Rahmen des Forschungsprojekts sollen der Wissensstand verbessert und vorhandene Erkenntnislücken geschlossen werden. Hierzu werden im Kern die bereits vorhandenen Studien und empirischen Befunde aufgearbeitet. Bereits vorliegende nationale sowie internationale Studien zu Wirkungen der Digitalisierung auf die Teilbranchen der KKW werden ausgewertet und die Erkenntnisse systematisch aufbereitet. Ergebnis ist eine Trendübersicht (Kapitel 2), die ökonomische, technologische, politische und soziale Entwicklungen aufzeigt, sowie eine nach Markt und Branchen systematisierte Überblicksdarstellung zu den Formen digitaler Verwertung künstlerischer/ publizistischer Leistungen (Kapitel 3). Die Literaturanalyse bzw. Marktbetrachtungen konzentrierten sich auf diejenigen Teilbranchen, in denen die Entwicklung bereits stark vorangeschritten ist. Daher werden insbesondere die Teilmärkte Buch, Presse, Musik, Film, Games, Design und Werbung untersucht.

In Ergänzung werden für die sog. Künstler- und Kulturberufe zentrale Strukturdaten erfasst und aufbereitet. Dabei sollen vor allem Zusammenhänge mit den Transformationsprozessen der Digitalisierung in den Fokus genommen und ihre Auswirkungen auf die Einkommenssituation von Kreativen erörtert werden. Hierzu wird auf die Statistiken der Künstlersozialversicherung zurückgegriffen (Kapitel 4).

Abschließend wird unter Federführung der Kanzlei Lausen Rechtsanwälte untersucht (Kapitel 5), wie sich die gewonnenen Erkenntnisse zu digitalen Verwertungsformen auf die Abgabepflicht nach dem Künstlersozialversicherungsgesetz (KSVG) auswirken. Unter Berücksichtigung sämtlicher zur Verfügung stehender Erkenntnisquellen (v. a. Rechtsprechung des Bundessozialgerichts, Gesetzesmaterialien zum KSVG, rechtswissenschaftliche Literatur, Informationsschriften der Künstlersozialkasse (KSK), Arbeitsanweisungen der Deutschen Rentenversicherung (DRV), Ergebnisse der „BMAS-Zukunftswerkstatt Künstlersozialversicherung“ etc.) werden Überlegungen für die zukünftige Ausgestaltung des KSVG vorgestellt.

Mit Hilfe von Expertengesprächen, einem Fachworkshop und einer Reflexion im Beirat der Künstlersozialkasse konnten die relevanten digitalen Transformationsprozesse, Wertschöpfungstrends und Entwicklungsdeterminanten vertieft und die Auswirkungen digitaler Vertriebswege auf die Abgabepflicht nach dem Künstlersozialversicherungsgesetz konkretisiert werden.

Ergebnisse zu Trends und der Digitalisierung

In vier Trendbereichen – sozial, technologisch, ökonomisch und politisch – werden zentrale Treiber für die Transformationsprozesse der Digitalisierung analysiert. Das Internet und die Digitalisierung der Produkte und Vertriebswege erzwingen teilweise einen Bruch mit bisherigen Marktstrukturen, Vertriebsmöglichkeiten und Produktionsformen. Es entstehen neue Player und Wettbewerber im Kampf um Kunden und Nutzer, Werbeeinnahmen und Renditen. Traditionelle Geschäftsmodelle funktionieren nicht mehr uneingeschränkt. Inhalte, die bisher nur kostenpflichtig angeboten wurden, erhält man nun kostenlos. Neuer Content, der auf digitalen Technologien beruht, entsteht.

Der Trend der Medien-Divergenz (Auseinanderstreben) schreitet weiter voran. Damit verbunden ist eine verstärkte User-Zentrierung, da alle technischen Möglichkeiten der Einbindung von Bewegtbild, der Verlinkung zu anderen Inhalten und der Rückkanalfähigkeit gegeben sind. Werbungtreibende profitieren von diesen Möglichkeiten. Der Trend zur Personalisierung von Produkten verstärkt sich. Dabei kommen immer mehr Algorithmen zur Analyse großer Datenmengen (Big Data) zur Verhaltensprognose zum Einsatz. Mittels ausgeklügelter Analyseprogramme können die Vorlieben der Zielgruppe so ermittelt werden, dass die Werbung ihr Ziel kaum verfehlt.

Demgegenüber stellen nutzergenerierte Inhalte (auch: User-Generated-Content) einen wachsenden, zugleich aber auch sehr heterogenen Bereich der digitalen Medien dar, in dem die interpersonale Kommunikation einerseits und öffentliche Medieninhalte andererseits eng miteinander verflochten sind. Social-Media-Angebote und Plattformen spielen in diesem Zusammenhang eine wesentliche Rolle, weil sie das Erstellen und Verbreiten von nutzergenerierten Inhalten oft erst ermöglichen.

Die Nutzung digitaler Technologie hat zugenommen und auch die rechtlichen Rahmenbedingungen haben sich im Zuge der Internationalisierung und Europäisierung geändert. Zugleich führt die Entwicklung dazu, dass neue Akteure auf den Plan treten. Hinzu kommt, dass sich Wertschöpfungsketten neu strukturieren. Gleichzeitig verändern auch die Konsumenten ihr Verhalten und ihre Erwartungen. Diese Veränderungen schaffen einerseits neue Möglichkeiten, jedoch zugleich neuen Handlungsbedarf.

Ergebnisse zum Stand der digitalen Transformation in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft

Mit Blick auf die Fragestellung behandelt die vorliegende Studie diejenigen Teilmärkte, die im besonderen Maße eine Durchlässigkeit bzw. Adaptionsfähigkeit digitaler Prozesse aufweisen.

Dynamisches Wachstum im digitalen Segment

Es kann bereits ein digitaler Transformationsprozess festgestellt werden. Vor allem Umsätze in den Bereichen Streaming von Musik und Film, E-Books, Online-Games sowie der Bereich der Online Werbung wachsen dynamischer als im physischen Segment. So übersteigen beispielsweise die digitalen Umsätze im Musikverkauf 2018 in Deutschland zum ersten Mal die Verkäufe physischer Tonträger und machen Audio-Streaming zum größten Umsatzsegment. Diese Entwicklung spiegelt nicht zuletzt den Erfolg digitaler Geschäftsmodelle wider, die den Trend zum digitalen Konsumverhalten aufgreifen.

Neue Möglichkeiten kreativer Wertschöpfung durch die Digitalisierung

Mit der Plattformisierung und den neuen technischen Möglichkeiten der Produktion verändern sich nicht nur Geschäftsmodelle, sondern auch die Organisation der Wertschöpfung. Dies lässt sich insbesondere im Bereich der Schöpfung, Produktion und im Vertrieb feststellen. Digitale Tools und Software für Video- und Tonaufnahmen, Designgestaltung oder etwa der 3-D-Druck reduzieren, im Vergleich zur traditionellen Wertschöpfung, die Abhängigkeit von Kreativen zu spezialisierten Dienstleistern und Intermediären, die auf der Produktionsebene stehen. Des Weiteren ermöglicht Crowdfunding die Vorfinanzierung von Projekten und Prototypen durch Investitionen einzelner Förderer ohne das Mitwirken von Verlagen. Zudem ermöglichen Online-Plattformen die eigenen Produkte und Dienstleistungen unter Umgehung traditioneller Distributoren beim Kunden abzusetzen. Schließlich lassen sich auch Marketing-Kampagnen und Promotion kostengünstig über Social Media kanalisieren und an gewünschte Zielgruppen adressieren.

Neue digitale Akteure auf Kreativmärkten

Digitale Geschäftsmodelle wurden primär von branchenfremden Akteuren aus dem Technologie-Sektor in die Kreativmärkte getragen und bestimmen seitdem die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für Umgang und Verwertung digitaler Inhalte auf Plattformen.

Für die vorliegende Fragestellung sind insbesondere diejenigen Plattformen relevant, die ein direktes Vertragsverhältnis zu Kreativen aufweisen, aus dem Entgeltzahlungen für künstlerische/ publizistische Leistungen resultieren. Typischerweise sind damit insbesondere Plattformen für User-Generated-Content (UGC), Multichannel-Networks (MCN), Selfpublishing-Plattformen und Digitale Distributoren sowie Crowdfunding-Plattformen gemeint.

Für die Fragestellung dieser Studie weniger relevant sind hingegen Plattformen, die keine direkten Vertragsbeziehungen und Geldflüsse zu Kreativen aufweisen. In diesen Fällen existiert zumeist weiterhin ein klassischer abgabepflichtiger Verwerter (Verlag, Produzent etc.). Zu diesen Plattformen zählen insbesondere Streaming- und Download-Plattformen mit lizenzierten Inhalten.

Keine grundlegenden Umbrüche traditioneller Wertschöpfungsketten

Berücksichtigt man die grundsätzlichen Möglichkeiten durch neue Technologien und Vertriebskanäle, so bieten sich Kreativen alle Voraussetzungen, um die traditionellen Verwerter zu umgehen und ihre eigene wirtschaftliche Stellung zu verbessern. Im Ergebnis wird allerdings deutlich, dass die allgemeinen Regeln der Wertschöpfung durch die Digitalisierung nicht grundlegend aufgebrochen wurden. Vielmehr entwickeln sich Parallelstrukturen, die sich einzelnen Wertschöpfungsstufen anschließen

und diese zu einer komplexeren Wertschöpfungsmatrix ergänzen. Neue Plattformangebote werden somit auch und gerade von traditionellen Intermediären für die eigene Wertschöpfung genutzt. In diesem Sinne kommt es nicht zu einer grundlegenden Verdrängung einzelner Akteure, obwohl einzelne Teile und Geschäftsmodelle der Wertschöpfung zunehmend um ihre wirtschaftliche Existenz bangen (z.B. stationärer Handel). Traditionelle Akteure und Intermediäre verlieren allerdings in der aktuellen Organisation der Wertschöpfung nicht zwingend an Bedeutung. Hierfür gibt es unterschiedliche Gründe:

- Einige Wertschöpfungsprozesse erfordern nach wie vor ein interdisziplinäres Mitwirken unterschiedlichster Kompetenzen und Erfahrungen, ein gewachsenes Beziehungsnetzwerk sowie ein hohes Maß an Koordination. Dies gilt im Besonderen für die Teilmärkte, in denen der Grad an Komplexität von Produktionsprozessen hoch ist. Hier zu nennen sind z.B. die Filmwirtschaft oder die Games-Industrie.
- Die Höhe der Produktionskosten stellt sich je nach Teilmarkt unterschiedlich dar. Mit einem hohen (Vor-)Finanzierungsbedarf steigt die Notwendigkeit externer Investitionen und das Mitwirken von Stakeholdern. Ein striktes Projektmanagement im Wertschöpfungsprozess wird notwendig, um die Produktion kosteneffizient zu gestalten und bestmöglich kommerziell zu verwerten. Professionelle Intermediäre bleiben somit ein entscheidender Akteur der kreativen Wertschöpfung.
- Um qualitativ hochwertige Produkte und Dienstleistungen anbieten und verbreiten zu können, sind auch Plattformen auf die Leistungen traditioneller Intermediäre angewiesen. Auch wenn einzelne Plattformbetreiber Investitionen in Eigenproduktionen tätigen und kreative Talente scouten (z.B. Netflix und Amazon im Bereich Film- und Serienproduktion), sind traditionelle Intermediäre weiterhin Hauptverantwortliche für die Bereitstellung breiter Angebote an kreativen Gütern. Gleichwohl bleibt zu beobachten, in welche Richtung diese Entwicklungen weitergehen.

Verschärfter Wettbewerb unter Kreativen sowie niedrige Erlössummen aus digitalen Geschäften sorgen für niedrigere Arbeitseinkommen

In der Summe bewirkt die Digitalisierung, dass Markteintrittsbarrieren für viele Kreativschaffende sinken. Folglich steigt auch der Wettbewerb zwischen einzelnen Kreativen. Damit verbunden ist das Risiko einer Entwertung kreativer Produkte und Dienstleistungen. Dies wird besonders deutlich im Bereich des Crowdfundings, wo der Wettbewerb auf globaler Ebene ausgefochten wird.

Weiterhin führen Piraterie und das große Angebot an Medien und Inhalten im Internet dazu, dass viele Unternehmen im Rahmen neuer Geschäftsmodelle dazu übergehen, preislich günstige oder gänzlich kostenlose Inhalte anzubieten, um Reichweite und Werbungerlöse zu generieren. Häufig erfolgt der Vertrieb über Plattformen. Dies hat zur Folge, dass der Anteil an den erzielten Erlösen für Kreative in zweierlei Hinsicht sinkt: Zum einen sind die Gesamtsummen aus dem digitalen Geschäft niedriger. Zum anderen werden davon neben traditionellen auch die digitalen Intermediäre vergütet. Aufgrund ihrer schwächeren Verhandlungsmacht bleiben die ausgezahlten restlichen Erlöse an Künstler in der Regel gering, wenngleich die rechtlichen Rahmenbedingungen grundsätzlich einen Anspruch auf angemessene Vergütung geben (§§ 32, 32a UrhG).

Ergebnisse zu den Auswirkungen der Digitalisierung auf die Einkommenssituation von Künstlern und Publizisten

Keine empirisch nachweisbaren Belege für eine teilmarktübergreifende Kausalität zwischen digitalen Auswirkungen und der Einkommensentwicklung von Kreativen bzw. Publizisten

Eine abschließende Gesamtbewertung der Einkommenssituation von Kreativen im Hinblick auf die Auswirkungen der Digitalisierung konnte auf Grundlage publizierter Zahlen der Künstlersozialkasse und sonstiger weiterführender Recherche nicht abschließend abgegeben werden. Insgesamt ist die zur Verfügung stehende Empirie zu undifferenziert und diversen Einflussfaktoren unterworfen, so dass gesicherte und generalisierbare Rückschlüsse nicht abgeleitet werden können.

Eine Annäherung an das mögliche Einkommensspektrum lässt den Hinweis zu, dass für die überwiegende Mehrheit der Kreativen über digitale Kanäle lediglich ein relativ niedriges Einkommensniveau zu beziehen ist. Es sind einige wenige Kreative, die auch höhere bis z.T. sehr hohe Arbeitseinkommen erreichen. Um zu generalisierbaren Aussagen zu kommen, bedarf es weiterführender primärstatistische Erhebung.

Ergebnisse zu den Auswirkungen digitaler Vertriebswege auf die Abgabepflicht nach dem Künstlersozialversicherungsgesetz

Keine relevante Zunahme von Selbstvermarktung im Sinne des KSVG nachweisbar

Die weit verbreitete Annahme, die Digitalisierung habe zu einer signifikanten Zunahme von Selbstvermarktungsprozessen in der Kultur- und Kreativwirtschaft geführt, hat sich im Rahmen der vorliegenden Untersuchung so nicht bestätigt.

Entsprechend der Definition des Gesetzgebers und des Bundessozialgerichts liegt eine Selbstvermarktung im künstlersozialversicherungsrechtlichen Sinne nur dann vor, wenn der Künstler bzw. Publizist den Endabnehmer unmittelbar und ohne Nutzung der Organisationsstruktur eines Dritten erreicht.

Nach dieser hier gebotenen Betrachtungsweise kann eine Selbstvermarktung nicht schon allein deshalb angenommen werden, weil sich der Künstler bzw. Publizist nicht der klassischen Verwerter (Verlage, Produzenten etc.) bedient, sondern eigenverantwortlich eine digitale Vermarktung initiiert. In der Regel erreicht der Kreative dadurch den Endabnehmer eben gerade nicht unmittelbar, sondern nutzt gezielt die Organisationsstruktur eines Dritten, der für ihn die Vermarktung übernimmt. Dies gilt grundsätzlich auch und insbesondere für das Selfpublishing im Buchmarkt oder eine Vermarktung über UGC-Plattformen.

Die Auswirkungen der Digitalisierung für die Künstlersozialabgabe sind im Ergebnis nicht eine vermeintliche Zunahme von Selbstvermarktung und, dadurch bedingt, der Wegfall abgabepflichtiger Vermarkter. Vielmehr existieren neue digitale Fremdvermarkter, die grundsätzlich zur Künstlersozialabgabe herangezogen werden können.

Potenzielle Künstlersozialabgabe-Ausfälle durch Plattformisierung

Die Untersuchung hat gezeigt, dass mit der Digitalisierung eine fortschreitende Internationalisierung und Plattformisierung der Kultur- und Kreativwirtschaft einhergeht. In allen untersuchten Teilmärkten nehmen Plattformen eine entscheidende Rolle ein; häufig haben die Plattformbetreiber ihren Sitz im Ausland (z.B. YouTube, Facebook, Instagram, Amazon, Spotify, Netflix usw.).

Soweit die ausländischen Plattformen direkte Vertragsbeziehungen zu Künstlern bzw. Publizisten haben und in der Verwertungskette keine sonstigen abgabepflichtigen Unternehmen greifbar sind, ergeben sich potenzielle Einnahmeausfälle bei der Erhebung der Künstlersozialabgabe. Diese lassen sich allerdings auf Grundlage des vorhandenen Datenmaterials nicht näher quantifizieren. Auch lassen sich angesichts einer weiterhin positiven Entwicklung der abgabepflichtigen Entgelte nach dem KSVG und der gemeldeten Honorarsummen in jüngerer Vergangenheit keine sichtbaren Effekte der Digitalisierung ausmachen. Die ohnehin nur punktuell verfügbaren Zahlen sind hierfür nicht hinreichend spezifisch. So ließ sich insbesondere nicht ermitteln, wie hoch die gezahlten Entgelte einzelner Plattformen für künstlerische/ publizistische Leistungen und Werke insgesamt sind und zu welchem Anteil diese Entgelte direkt an selbstständige Künstler und Publizisten gezahlt werden und nicht z.B. an Labels, Verlage oder andere Intermediäre. Für eine Quantifizierung von möglichen Einnahmeverlusten bei der Künstlersozialabgabe infolge der Beteiligung ausländischer Plattformen wäre eine gezielte Primärdatenerhebung nötig.

Abgabepflicht digitaler Plattformen grundsätzlich gegeben

Die Abgabepflicht digitaler Plattformen, die Künstler und Publizisten vermarkten, ist grundsätzlich bereits nach aktueller Rechtslage gegeben. Gemäß § 24 Abs. 1 S. 1 Nr. 3 Alt. 2 KSVG sind Unternehmen abgabepflichtig, „deren wesentlicher Zweck darauf gerichtet ist, für die Aufführung oder Darbietung künstlerischer oder publizistischer Werke oder Leistungen zu sorgen.“ Über diese sog. „kleine Generalklausel“ wird in der Prüfpraxis die Abgabepflicht inländischer Plattformen begründet. Im Verwerterbestand der KSK finden sich zahlreiche Textplattformen, Plattformen im Bereich Werbung und Design, Plattformen zum Streaming und Download von Filmen sowie Crowd- und Clickworking-Plattformen. Soweit ersichtlich nicht bei der KSK erfasst sind dagegen UGC-Plattformen, was daran liegt, dass diese nahezu ausnahmslos im Ausland sitzen.

Keine Abgabepflicht bei Sitz im Ausland

Unternehmen ohne Sitz im Inland können nach der aktuellen Rechtslage nicht zur Künstlersozialabgabe herangezogen werden. Dies ist zwar nicht ausdrücklich gesetzlich geregelt, ergibt sich aber nach der Rechtsprechung des Bundessozialgerichts aus dem in § 30 Abs. 1 SGB I sowie §§ 3 ff. SGB IV verankerten Territorialitätsprinzip, das über den Verweis des § 36a S. 1 KSVG auch im Künstlersozialversicherungsrecht Anwendung findet. Es wäre also eine Gesetzesänderung erforderlich, um Unternehmen mit Sitz im Ausland (insbesondere Plattformen) in die Abgabenerhebung einzubeziehen.

Eine solche Gesetzesänderung kann sich dabei nicht darauf beschränken, schlichtweg sämtliche Unternehmen mit Sitz im Ausland bei Vorliegen der Voraussetzungen des § 24 Abs. 1 KSVG in die Abgabepflicht einzubeziehen. Der nach der Rechtsprechung des Bundessozialgerichts für eine Abgabepflicht erforderliche hinreichende Inlandsbezug wäre ansonsten häufig nicht gegeben. Vielmehr gilt es, eine Regelung zu finden, die sich bestmöglich in die bestehende Systematik des KSVG einfügt und den hinreichenden Inlandsbezug für eine Abgabepflicht gewährleistet.

Lösungsvorschlag: Anknüpfung an öffentliche Zugänglichmachung im Inland

Eine Abgabepflicht ausländischer Plattformen erscheint durch eine Anknüpfung an die urheberrechtliche öffentliche Zugänglichmachung (§ 19a UrhG) künstlerischer und publizistischer Werke und Leistungen im Inland denkbar.

Bei Verkaufs- und Abonnementplattformen wie z.B. Spotify oder iTunes liegt unzweifelhaft eine solche öffentliche Zugänglichmachung im urheberrechtlichen Sinne vor. Dagegen nehmen Plattformbetreiber, die selbst keine eigenen Inhalte anbieten, sondern Dritten für deren Inhalte lediglich eine technische Infrastruktur zur Verfügung stellen, keine öffentliche Zugänglichmachung vor und wären demnach richtigerweise nicht abgabepflichtig.

UGC-Plattformen, allen voran YouTube, behaupten zwar stets lediglich technische Infrastrukturdienstleister zu sein, um sich so jeglicher Verantwortlichkeit für die von den Nutzern hochgeladenen Inhalte zu entziehen. Bei näherer Betrachtung unter Zugrundlegung der von EuGH und BGH entwickelten Kriterien muss man jedoch nach Auffassung der Autoren der vorliegenden Studie zu dem Ergebnis gelangen, dass UGC-Plattformen den Verkaufsplattformen gleichzusetzen sind. Insbesondere weisen sie in der Regel vergleichbare Funktionen auf (Suchfunktion, Indexierung, personalisierte Empfehlungen usw.). Die Inhalte werden im eigenen Namen und auf eigene Rechnung durch die Plattform vermarktet. Dementsprechend nehmen auch UGC-Plattformen eine öffentliche Zugänglichmachung im urheberrechtlichen Sinne vor und die an Uploader ausgeschütteten Werbeerlöse stellen – sofern der Uploader gleichzeitig der Rechteinhaber ist – ein Entgelt für die Einräumung von Nutzungsrechten dar. Bei einer Anknüpfung an die öffentliche Zugänglichmachung im Inland könnten ausländische UGC-Plattformen dementsprechend zur Künstlersozialabgabe herangezogen werden.

Konkret wird eine gesetzliche Neuregelung im Katalog der typischen Verwerter des § 24 Abs. 1 S. 1 KSVG angeregt, wonach Plattformen mit Sitz im In- oder Ausland abgabepflichtig sind, die künstlerische bzw. publizistische Werke oder Leistungen im Inland öffentlich zugänglich machen. Eine ergänzende Regelung zur Bemessungsgrundlage in § 25 KSVG erscheint nicht geboten. Bei entsprechender Formulierung einer Neuregelung in § 24 KSVG würde sich ohne weiteres aus § 25 Abs. 1 S. 1 KSVG ergeben, dass nur diejenigen Entgelte an Künstler und Publizisten abgabepflichtig sind, die auf die öffentliche Zugänglichmachung im Inland entfallen (z.B. bei YouTube Werbeeinnahmen durch Videoabrufe in Deutschland). Der vom Bundessozialgericht für eine Abgabepflicht vorausgesetzte hinreichende Inlandsbezug dürfte damit gewährleistet sein.

Verfassungs- oder europarechtliche Bedenken gegen eine solche Regelung konnten im Rahmen der vorliegenden Studie nicht näher geprüft werden, sind aber a priori nicht ersichtlich.

Aktuelle Entwicklungen in Rechtsprechung und Gesetzgebung

Die Anknüpfung an die öffentliche Zugänglichmachung hat den Vorteil, dass im Urheberrecht bereits einschlägige Rechtsprechung auf nationaler und europäischer Ebene zur öffentlichen Zugänglichmachung durch Plattformen existiert. Außerdem sind in Rechtsprechung und Gesetzgebung aktuelle Tendenzen feststellbar, die öffentliche Zugänglichmachung bei UGC-Plattformen wie YouTube ausdrücklich zu bejahen.

Der Bundesgerichtshof hat in dem Verfahren Peterson ./ YouTube mit Beschluss vom 13. September 2018 dem Europäischen Gerichtshof unter anderem die Frage zur Vorabentscheidung vorgelegt, ob YouTube eine öffentliche Zugänglichmachung im Sinne von Art. 3 Abs. 1 der Richtlinie 2001/29/EG vornimmt.

Im Zuge einer geplanten Reform des EU-Urheberrechts hat die EU-Kommission im September 2016 einen Vorschlag für eine Richtlinie über das Urheberrecht im digitalen Binnenmarkt vorgelegt. Die Änderungsvorschläge des EU-Rates und des EU-Parlaments sehen jeweils in Artikel 13 der geplanten Richtlinie eine Regelung vor, wonach die EU-Mitgliedstaaten gesetzlich festschreiben müssen, dass „Online-Inhaltsweitergabedienste“ (also UGC-Plattformen wie YouTube) eine öffentliche Zugänglichmachung im urheberrechtlichen Sinne vornehmen. Sollte tatsächlich eine Richtlinie mit einer solchen Regelung verabschiedet werden, wäre die Diskussion um die Rolle von UGC-Plattformen beendet und eine unmittelbare Grundlage für die hier vorgeschlagene Heranziehung von UGC-Plattformen zur Künstlersozialabgabe geschaffen.

Ausblick

Die empfohlene Neuregelung zur Heranziehung ausländischer Plattformen zur Künstlersozialabgabe ist als erster Denkansatz zu verstehen. Die künftigen Entwicklungen in Rechtsprechung und Gesetzgebung zur Frage der öffentlichen Zugänglichmachung sind bei weiteren Überlegungen unbedingt im Auge zu behalten. Außerdem muss berücksichtigt werden, dass Plattformen unterschiedliche Geschäftsmodelle aufweisen, welche laufend verändert und an neue rechtliche Vorgaben angepasst werden. Auch gilt es zu eruieren, welche rechtlichen und tatsächlichen Möglichkeiten bestehen, um mögliche Künstlersozialabgabeforderungen gegenüber Plattformen mit Sitz im Ausland in der Praxis effektiv durchzusetzen.

Etwaige weitere Überlegungen zu einer Künstlersozialabgabepflicht von ausländischen Plattformen müssen folglich einen dynamischen Prozess bilden, der mit der vorliegenden Untersuchung nur seinen Anfang genommen hat.

1. Einleitung und Ziel der Untersuchung

Die Digitalisierung verändert Produktions- und Vertriebsprozesse grundlegend und befördert in einem zunehmenden Maße den Wandel der Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) hin zu einer technologiegetriebenen und digitalisierten Branche. Wie in vielen anderen Branchen, findet in der KKW eine Verlagerung der Wertschöpfung weg von der eigentlichen Produktionsstufe hin zum Ende der jeweiligen Wertschöpfungskette statt. Dabei können durchaus andere Wirtschaftszweige vom ursprünglichen Produkt bzw. Content profitieren, was zu einem Verlust von Umsatzanteilen der Urheber, Originärproduzenten und herkömmlichen Kultur- und Kreativunternehmen führen kann. Für die KKW bedeutet das, sich mit einer damit zusammenhängenden Neudefinition von Wertschöpfung auseinandersetzen zu müssen.

In diesem Kontext entstehen fortlaufend neue Geschäftsmodelle, Wertschöpfungsketten und Kooperationen der Akteure. Immer häufiger setzen Kreativschaffende dabei auf digitale Produktionsprozesse und Vertriebswege. Inhalte und Technik bilden zunehmend eine Einheit. Musik, Filme, Spiele, Literatur und journalistische Inhalte oder Produkte im Designbereich werden im weltweiten Netz hergestellt, konsumiert und kommerziell verwertet. Die leichte Zugänglichkeit und die Vervielfältigung ermöglichen es, viele Menschen mit den Inhalten zu erreichen, erschweren jedoch auch ihre Verwertung. Dies hat zur Folge, dass Kreativleistungen gar nicht oder nicht angemessen vergütet werden.

Vor diesem Hintergrund ist zu fragen, wie die Wertschöpfungsleistungen von Urhebern, Darstellern, Verwertern, Plattformen und sonstigen intermediären Vermittlern in Zukunft entlang der digitalen Strukturen zu bewerten sind. Ziel dieser Untersuchung ist es daher, einen systematischen Überblick zu Formen der digitalen Verwertung zu geben. Darauf aufbauend gilt es, die Wirkungen der Digitalisierung auf die Kreativwirtschaft in Deutschland aufzuzeigen.

In einem zweiten Schritt gilt es zu untersuchen, ob und falls ja, welche Konsequenzen die Digitalisierung für die Finanzierung der Künstlersozialversicherung hat. Die Untersuchung soll schließlich ggf. Lösungsansätze aufzeigen, wie diese auch in einer zunehmend globalisierten und digitalisierten Kultur- und Kreativwirtschaft sichergestellt werden kann. Im Zentrum der Untersuchung stehen folgende forschungsleitende Fragen:

- Sind mit der Digitalisierung neue Verwertungsbereiche bzw. -formen entstanden?
- Welche neuen digitalen Akteure sind damit relevant geworden?
- Welche neuen Strukturen und Möglichkeiten zur Selbstvermarktung haben sich entwickelt?
- Wie verändern sich die Wertschöpfungsketten und welche Rolle spielen Plattformen?
- Welche neuen Geschäftsmodelle entstehen und verändern bestehende Vertragsbeziehungen?
- Hat sich die Einkommenssituation von Künstlern im zeitlichen Vergleich verbessert oder verschlechtert? Wie wurde die Einkommenssituation von selbstständigen Künstlern und Publizisten durch die Digitalisierung beeinflusst?
- Was folgt aus diesen Transformationsprozessen für die Abgabepflicht nach dem Künstlersozialversicherungsgesetz (KSVG)?

Durchführung und Methode

Im Rahmen des Forschungsprojekts sollten der Wissensstand verbessert und vorhandene Erkenntnislücken geschlossen werden. Im Fokus steht dabei insbesondere die Fragestellung, welche Auswirkungen die Digitalisierung auf die Verwertung künstlerischer/ publizistischer Leistungen, auf die Veränderung von Wertschöpfungsketten sowie auf die Veränderung von Geschäftsmodellen hat und was dies für die Künstlersozialversicherung bedeutet.

Hierzu werden im Kern die bereits vorhandenen Studien und empirischen Befunde aufgearbeitet. Bereits vorliegende nationale sowie internationale Studien zu Wirkungen der Digitalisierung auf die Teilbranchen der KKW werden ausgewertet und die Erkenntnisse systematisch aufbereitet. Ergebnis ist eine Trendübersicht (Kapitel 2), die ökonomische, technologische, politische und soziale Entwicklungen aufzeigt, sowie eine nach Markt und Branchen systematisierte Überblicksdarstellung zu den Formen digitaler Verwertung künstlerischer/ publizistischer Leistungen (Kapitel 3). Die Literaturanalyse bzw. Marktbetrachtungen konzentrierten sich auf diejenigen Teilbranchen, in denen die Entwicklung bereits stark vorangeschritten ist. Daher wurden insbesondere die Teilmärkte Buch, Presse, Musik, Film, Games, Design und Werbung untersucht.

In Ergänzung werden für die sog. Künstler- und Kulturberufe zentrale Strukturdaten erfasst und aufbereitet. Es sollen Zusammenhänge mit den Transformationsprozessen der Digitalisierung in den Fokus genommen werden. Hierzu wird auf die Statistiken der Künstlersozialversicherung zurückgegriffen (Kapitel 4).

Anschließend wird unter Federführung der Kanzlei Lausen untersucht (Kapitel 5), wie sich die gewonnenen Erkenntnisse zu digitalen Verwertungsformen auf die Abgabepflicht nach dem Künstlersozialversicherungsgesetz auswirken. Der Fokus liegt dabei auch auf einer Betrachtung von Selbstvermarktungsprozessen im Wege der Plattformisierung. Selbstvermarktungsprozesse werden übergeordnet dahingehend betrachtet, ob und inwieweit sie überhaupt als solche zu bewerten sind und falls ja, wie unter anderem mit Blick auf werbefinanzierte Einnahmen eine Abgabepflicht nach dem KSVG erreicht werden könnte. Unter Berücksichtigung sämtlicher zur Verfügung stehender Erkenntnisquellen (v. a. Rechtsprechung des Bundessozialgerichts, Gesetzesmaterialien zum KSVG, rechtswissenschaftliche Literatur, Informationsschriften der Künstlersozialkasse (KSK), Arbeitsanweisungen der Deutschen Rentenversicherung (DRV), Ergebnisse der „BMAS-Zukunftswerkstatt Künstlersozialversicherung“ etc.) werden Vorschläge für die zukünftige Ausgestaltung des KSVG erarbeitet.

Mit Hilfe von Expertengesprächen, einem Fachworkshop und einer Reflexion im Beirat der Künstlersozialversicherung konnten die relevanten digitalen Transformationsprozesse, Wertschöpfungstrends und Entwicklungsdeterminanten vertieft und für die Auswirkungen digitaler Vertriebswege auf die Abgabepflicht nach dem Künstlersozialversicherungsgesetz konkretisiert werden.

2. Trends der Digitalisierung in der Kultur- und Kreativwirtschaft

In der KKW vollzieht sich aktuell ein fundamentaler Wandel in den Produktions- und Vertriebsprozessen, hin zu einer technologiegetriebenen und digitalisierten Branche mit immer schneller werdenden Produktzyklen und innovativen Arbeitsweisen. Das Internet bietet durch Crowdsourcing, Crowdfunding und zahlreiche Interaktionsmöglichkeiten neue Wege der Finanzierung, Partizipation und Kollaboration mit Partnern und Konsumenten. Das Angebot verändert sich von einzelnen Produkten hin zum Angebot von Lösungen und Systemen. Unternehmen stellen zunehmend auf digitale Kommunikationswege und Vertriebskanäle um, oder positionieren sich mit neuen digitalen Geschäftsmodellen am Markt.

Die KKW erlebt ebenso wie viele andere Branchen, eine Verlagerung der Wertschöpfung weg vom eigentlichen Produktionsprozess hin zum Ende der jeweiligen Wertschöpfungskette. Dabei können durchaus andere Wirtschaftszweige vom ursprünglichen Produkt bzw. Content profitieren, was mit einem Verlust von Umsatzanteilen der Urheber, Originärproduzenten und herkömmlichen Kultur- und Kreativunternehmen einhergehen kann. Da die Digitalisierung die Wertschöpfung neu definiert, müssen sich die Unternehmen der KKW für eine erfolgreiche Marktführung mit den in Verbindung stehenden Fragestellungen auseinandersetzen.

In vier zentralen Trendbereichen wurden zentrale Treiber für die Transformationsprozesse der Digitalisierung analysiert:

2.1 Sozialer Trendbereich

Der **audiovisuelle Medienkonsum** war im Jahr 2017 die beliebteste Freizeitbeschäftigung in Deutschland. Das gilt insbesondere für Radio (192 Minuten) und Fernsehen (238 Minuten), die mit 7 Stunden täglicher Nutzung mit großem Abstand meistgenutzte Medien in Deutschland sind. Häufig allerdings nur als „Nebenbei-Medium“. Gleichzeitig werden audiovisuelle Inhalte zunehmend auch online genutzt. Audio- und Videostreaming lagen 2017 bereits bei rund einer Stunde täglicher Mediennutzung, das entspricht zwei Dritteln der gesamten medialen Internetnutzung. Hinzu kommt die Nutzung weiterer audiovisueller Medien, etwa Videogames, Kino oder CD und DVD, mit nochmals knapp einer Stunde pro Tag. Damit lag die audiovisuelle Mediennutzung 2017 insgesamt bei rund 9 Stunden täglich (Vorjahr: 8,5 Stunden) und erreichte ein neues Rekordniveau.¹

Die Digitalisierung der Medien führt nicht dazu, dass die „klassischen Medien“ in der Zukunft keine Relevanz mehr haben, sondern dass diese Medien sich von ihrem primären Trägermedium trennen

¹ Verband Privater Rundfunk und Telemedien e. V. (2017). VPRT-Mediennutzungsanalyse 2017. Mediennutzung in Deutschland 2017. Berlin.

Die VPRT-Mediennutzungsstatistik basiert auf Auswertungen von Sekundärquellen, darunter insbesondere die Mess- und Forschungsergebnisse marktübergreifend organisierter Forschungsgemeinschaften und ihrer Dienstleister. Hierzu zählen die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (ag.ma), die Verbrauchs- und Medienanalyse (VuMA), die Arbeitsgemeinschaft Videoforschung (AGF), die Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung (AGOF).

und in digitaler Form im Internet zusätzliche Verbreitung finden. Dieser Prozess wird auch als Divergenz (Auseinanderstreben) bezeichnet, weil nun beispielsweise Print-Inhalte auf immer mehr Devices zur Verfügung gestellt werden, und nicht mehr nur auf dem Papier.

Dieser als Fragmentierung der Medien bezeichnete Trend bedeutet vor allem einen Reichweitenverlust der tradierten Medienmarken innerhalb deren Gattung. Die Fragmentierung wird aber nicht nur durch neue Anbieter getrieben, sondern auch die großen Medienhäuser beteiligen sich an diesem Prozess. Deren Strategie besteht aber mit darin, die Strahlkraft ihrer bedeutenden Medienmarken nochmals zu erhöhen, indem sie die Marke über neue Angebote dehnen. Beispielsweise ist der „Spiegel“ nicht mehr alleinig ein wöchentliches Magazin, sondern es gibt auch die ePaper-Ausgabe, das Online-Angebot, die Spiegel App und den TV-Sender Spiegel-TV.

Die „klassischen Medien“ erfahren über das Internet zudem eine digitale Aufwertung, da alle technischen Möglichkeiten der Einbindung von Bewegtbild, der Verlinkung zu anderen Inhalten und der Rückkanalfähigkeit gegeben sind. Werbungtreibende profitieren von diesen Möglichkeiten, weil sie in den digitalisierten klassischen Medienmarken den gesamten kreativen Gestaltungsspielraum ausnutzen können, den die Digitalisierung ermöglicht.

Mit der stärkeren medialen Internetnutzung ermöglichen erweiterte Suchfunktionen es, durch ein breit gefächertes Musikrepertoire zu surfen. Das führt immer mehr dazu, dass digitale Technologien es den Kunden ermöglichen, Produkte oder Dienstleistungen in unterschiedlichem Umfang zu personalisieren und je nach Exklusivität unterschiedliche Preise zu zahlen. Personalisierte Radiokanäle und Empfehlungen – basierend auf persönlichen Bewertungen und der Musik, die der Benutzer häufig hört – helfen dabei, neue Songs und Künstler zu entdecken (**Trend zur Personalisierung von Produkten**).

Hyperpersonalisierung macht sich auch im Content Marketing bemerkbar. Anstatt einen Inhalt zu kreieren und diesen zu vermarkten, gehen Unternehmen vermehrt dazu über, für eine einzige Kampagne tausende Varianten eines Contents zu produzieren. Jede Version spricht ein jeweils anderes Segment an. Die Voraussetzung dafür bilden eine fundierte Datengrundlage, um diese Segmente zu schaffen und eine entsprechende Technologie, um sie zu erreichen.

Auch YouTube hat diesen Trend erkannt, beispielsweise stellt die Plattform mit „Director Mix“ ein Tool zur Verfügung, das es Advertisern erlaubt, im Rahmen einer Kampagne verschiedene Versionen von Werbeclips für unterschiedliche Segmente auszuspielen. Dabei werden beim Targeting neben den demographischen Faktoren auch die Standorte der Nutzer oder ihr Suchverhalten miteinbezogen.

Öffentliche WLAN-Netzwerke sind zunehmend vorhanden und somit besteht vor allem in städtischen Räumen fast zu jeder Zeit Zugang zum Internet. Laufende Entwicklungen in der Breitband- und Funktechnologie unterstützen die Verschmelzung von Medien wie TV, Internet, Radio, Print und Mobilfunk. Diese Verschmelzung bietet viele Möglichkeiten für die Entwicklung und den Vertrieb neuer Crossmedia-Produkte und Dienstleistungen. Dies wiederum schafft einen neuen Nutzertyp für die Kreativwirtschaft, einen mit neuen Wünschen und neuen Anforderungen.

Damit einhergehend bewegt sich das Verbraucherverhalten hin zu einem **sofortigen, zeitnahen und ortsunabhängigen Zugriff**, der durch die Integration von Diensten über verschiedene Plattformen

und Cloud-Storage hinweg erleichtert wird. All diese Eigenschaften verbinden sich zu einer neuen **Kultur der Unmittelbarkeit**, die im Musikkonsum sehr sichtbar ist. Gleichzeitig erlaubt es die **Integration sozialer Netzwerke** dem Nutzer, den Plattform-Account in bestehende Facebook- und Twitter-Accounts zu integrieren und Musik und Playlisten mit Freunden und Fans zu teilen.

In dieser digitalen Wirtschaft bestimmt der immaterielle Wert zunehmend den materiellen, da die Konsumenten neue und bereichernde „Erlebnisse“ suchen. Die Fähigkeit, soziales Erleben und Vernetzung herzustellen, ist zu einem Wettbewerbsfaktor geworden.² Im Rahmen dieser **Erlebnisökonomie** würden z.B. 78 % der Millennials³ lieber ein Erlebnis als ein Produkt kaufen.⁴ Das bedeutet, dass Reisen, Freizeit, Sport etc. immer beliebter werden. Millennials reagieren auch besser auf Produktmarketing, das sich auf eine Idee oder einen Lebensstil konzentriert und nicht nur auf das Produkt.⁵

Live-Streaming hat 2015 seinen großen Durchbruch gehabt – mit einer Live-Stream-Funktion für verifizierte Facebook-Seiten. Für Unternehmen ergeben sich dadurch völlig neue Wege, um mit den Fans und Followern in Kontakt zu treten. Ankündigungen oder Eilmeldungen können über Live-Streaming-Angebote aufgesetzt werden und interessierte Besucher können in Echtzeit mit den Bewegtbild-Inhalten interagieren.

Live-Streaming entwickelt sich zu einem zunehmenden Trend, da man mit den Streaming-Apps wie Periscope, Meerkat und YouNow live aus seinem Leben berichten, aber auch Konzerte, Events oder Pay-TV im Gratis-Stream anbieten kann. So einfach wie die Streaming-Apps zu installieren und zu bedienen sind, so zahlreich sind die möglichen Rechtsverletzungen insbesondere aus den Bereichen Urheberrecht, Persönlichkeitsrecht (Recht am eigenen Bild) und Rundfunkrecht.

Neben diesen Entwicklungen, die das Gratisangebot verstärken, gibt es einen Gegentrend, bei dem immer mehr Anbieter ihre Einnahmen nicht mehr nur durch Werbung oder direkte Verlinkungen zu Partnerseiten generieren, sondern durch Abonnements oder Premiumaccounts. Die zusätzlichen Einnahmen ermöglichen eine Qualitätssteigerung der angebotenen Leistungen.

Eine wesentliche Entwicklung zeigt sich somit in der Zahlungsbereitschaft für Medieninhalte. Ist das das **Ende der Kostenloskultur**? Die steigende Bereitschaft für Streamingdienste, wie Netflix oder Spotify, zu bezahlen zeigen deutliche Tendenzen.

Es gibt zahlreiche Ansätze, die Kostenloskultur im Internet zu einer neuen Form der kommerziellen Vermarktung zu wandeln, wie z.B. Spotify oder Onlineausgaben von Zeitungen. Dabei behält der Kunde, wie im Fall von Spotify, die Möglichkeit, zwar kostenlos auf die Inhalte zuzugreifen, muss dabei jedoch Abstriche machen. Wer bei Spotify hingegen den vollen Musikgenuss in optimierter Quali-

² EUROPÄISCHE KOMMISSION (2010). Grünbuch zur Erschließung des Potenzials der Kultur- und Kreativindustrien. Brüssel. KOM(2010) 183/3.

³ Unter den Millennials wird die Generation der „Jahrtausender“ verstanden. Die genauen Angaben, welche Geburtsjahre zu dieser Generation zählen, divergieren. Im Allgemeinen wird der Startpunkt der Zugehörigkeit mit 1976 bis 1980 angegeben und das Jahr 2000 als letztes Geburtsjahr der Millennials konstatiert. Vergleiche bspw. Online Marketing Lexikon: Millennial. <https://onlinemarketing.de/lexikon/definition-millennial> (Abruf am 13.9.2018).

⁴ Creative Alliance (2017). Trends, die die Kreativwirtschaft nicht ignorieren kann. Birmingham. <https://creativealliance.org.uk/millennial-trends-that-creative-industries-cant-ignore/> (Abruf am 13.9.2018).

⁵ Wenzel, Eike (2010): Trendwärts: Erlebnismärkte 2030. Wie wir morgen kaufen & genießen werden. München.

tät sowie ohne Werbepausen genießen will, muss Premium-Mitglied werden. Erkennbar ist, dass immer neue Methoden und Modelle auf den Markt kommen, die sowohl die Einnahmen der Anbieter stärken als auch die Qualität für die Nutzer zu verbessern suchen.

2.2 Technologischer Trendbereich

Wie schon in der Musikindustrie, sehen sich die Unternehmen in der Medien- und Publikationsbranche damit konfrontiert, dass sich ihre traditionellen Geschäftsmodelle durch den schnellen technologischen Wandel im Internet verändern. Wie Schallplatten und CDs vor MP3 und Musikdiensten kapitulieren mussten, verschieben sich auch werbefinanzierte Modelle immer mehr zu Abonnementdiensten. Diese bieten eine reichhaltige, persönliche Benutzererfahrung. Weiterhin suchen Kunden von Informationsdiensten nach Lösungen, die Informationen und Nachrichten von verschiedenen Quellen sammeln können.

KI (Künstliche Intelligenz) ist vor diesem Hintergrund auf dem Vormarsch und wird in den nächsten Jahren eine große Rolle spielen. Die Technologie fördert kontinuierliches Lernen und unterstützt das datengesteuerte Geschäft. Blickt man in verschiedene Branchen, wird deutlich, dass die künstliche Intelligenz bereits vieles verändert hat. So revolutionierten KI-basierte Konzepte bereits die Musikindustrie und erstellen Kompositionen. Unter Zuhilfenahme der Software „Flow Machines“ veröffentlichten Wissenschaftler des Sony Computer Science Laboratory in Paris erste Stücke. Die Software greift dabei auf eine Datenbank bereits existierender Songs zu, um daraus ihre Stile und Gemeinsamkeiten zu erlernen.

Forscher sind schon seit Langem daran interessiert herauszufinden, was einen Hit ausmacht und dieses erlangte Wissen in die Produktion neuer Musik einfließen zu lassen. Heutzutage ist es möglich geworden, Lieder auf ihr Hitpotenzial hin zu testen. Zum Einsatz kommende Software nutzt dazu eine Datenbank mit Millionen von Liedern der vergangenen Jahrzehnte und analysiert neue Titel anhand derer Merkmale. Wie weit solche Programme festen Einzug in die Musikindustrie halten werden, ist noch offen. Denkbar wäre es aber, um vorab bestimmte Lieder oder Künstler durch Plattenfirmen auf ihre Wertigkeit prüfen zu lassen. Fakt ist jedoch: Egal, wie weit uns der technische Fortschritt bringen wird, der Mensch bleibt - jedenfalls vorerst - in einer so sensiblen Thematik wie der Musik noch unverzichtbar. So kuratieren beispielsweise weltweit über 150 Mitarbeiter circa 4.500 Spotify-Playlists⁶. Das heißt also, es gehört eine gewisse redaktionelle Komponente, aber auch ein gewisses Storytelling dazu, um Playlists interessant zu machen. Die anschließende Verbreitung erfolgt auf Basis von Algorithmen, die die Hörgewohnheiten der Nutzer analysieren.

Doch auch in Medienunternehmen spielt die künstliche Intelligenz eine große Rolle. Vom KI-Journalisten, der individualisierte Texte und Meldungen verfasst, bis zum computergesteuerten Kreativdirektor. Künstliche Intelligenz beginnt, die Medienbranche zu durchdringen. Aktuell erobert sie die Filmwirtschaft, nicht nur als Teil einer Plotline sondern in ersten Versuchen als Drehbuchautoren und Post-Produzenten. Die **automatisierte Content-Erstellung** und **Textroboter** finden häufiger Anwendung und könnten vermehrt menschliche Arbeitskräfte ersetzen.⁷ Sogenannte Textroboter erstellen

⁶ Katharina Nickel (2018): So entsteht deine Spotify-Playlist. <https://www.futurezone.de/digital-life/article214896583/So-entsteht-deine-Spotify-Playlist.html> (Abruf am 13.09.2018).

⁷ Noelkel, Lenz (2017). So erleichtern Textroboter die Arbeit im Marketing. Cancom.Info – Das Business IT Journal. URL: <https://www.cancom.info/2017/06/so-erleichtern-textroboter-die-arbeit-im-marketing/> (Abruf am 13.9.2018).

auf Basis von verfügbaren Datenbanken und Quellen automatisiert Texte. Auch im Journalismus finden sich diese Roboter bereits: Namhafte Medien wie Forbes, die New York Times oder die Washington Post generieren bereits Texte mit Computern. Der Einsatzbereich von Textrobotern beschränkt sich auf zeitkritische und serielle Bereiche, bei denen eine reine Replikation von vorhandenen Informationen ausreicht: Produkttexte in Onlineshops, rein faktenorientierte News zu den Themen Wetter, Sport und Finanzen oder Geschäftsberichte.

Dabei kommen immer mehr **Algorithmen** zur Analyse großer Datenmengen (**Big Data**) für Verhaltensprognosen zum Einsatz. Hierbei werden immer mehr Nutzerdaten in Echtzeit generiert und ausgewertet und liefern Rückschlüsse auf Präferenzen und zukünftiges Verhalten von Menschen. Zentrale Einsatzfelder sind Marketing und Vertrieb sowie die Individualisierung und Kontextualisierung von Produkten und Dienstleistungen, in denen die Leistungen von Kreativunternehmen eine wichtige Rolle spielen.

Der Rückgriff auf immer detailliertere Datensätze wird die Medienbranche grundlegend verändern. Mittels ausgeklügelter Analyseprogramme können die Vorlieben der Zielgruppe so ermittelt werden, dass die Werbung ihr Ziel kaum verfehlt. Sei es von der Farbgestaltung, der richtigen musikalischen Abmischung bis zur Handlung. Mit dem Wissen, was der Kunde sehen will, kann der Kunde sein individuelles Werbeumfeld aufgebaut bekommen. Er kann direkt vom Bildschirm die Produkte auswählen, die er sieht und die mittels Smart Data mit entsprechenden eCommerce Lösungen verknüpft werden. Die Produzenten von Filmen und Serien können ebenso individualisieren und so mehrere Produkte parallel bewerben.

Auch der Markt für **Virtual Reality (VR)**, **Augmented Reality (AR)** und **Mixed Reality (MR)** wird mehr Beachtung finden. Während VR ein wirkliches Eintauchen in eine neue Welt, etwa mittels spezieller Brille beschreibt, bezeichnet AR eine Erweiterung der Realität – als bekanntestes Beispiel dafür gilt etwa die Spiele-App Pokémon Go, dank der Nutzer weltweit durch Städte und Wälder streifen, um an spezifischen realen Orten virtuelle Pokémon auf dem Bildschirm zu fangen. Immersive Erlebnisse steigern die User-Experience und ermöglichen dadurch ganz neue Wege für die Marketingstrategie (Gaming-Branche, der Industrie oder auch im Tourismus).

Mit VR-Technologie kann eine Umgebung direkt zu (virtuellem) Leben erweckt werden. Designer und potenzielle Nutzer können ein Produkt aus jeder Perspektive betrachten, mit ihm interagieren und an ihm Veränderungen vornehmen, ohne dass je ein physisches Modell angefertigt wird. Da sich Änderungen schnell (oft sogar spontan) vornehmen lassen, verringert sich die für die Entwicklung und Finalisierung eines neuen Produktdesigns benötigte Zeit, wodurch eine digitale Version der schnellen Prototypenerstellung ermöglicht wird. Die Zeiteinsparung dank VR ist insbesondere in der Architektur- und Baubranche spürbar. Virtuelle Realität beschleunigt den Designprozess nicht nur, sie verbessert ihn auch. Weil VR-basierte Designsysteme sehr flexibel sind, können Produktentwickler mehr ausprobieren, schneller zur Vorversion zurückkehren, schneller Fehler begehen und diese ebenso schnell auch wieder beheben, sodass sie nicht ins physische Produkt einfließen.

Potenzielle Konsumenten interessieren sich nach einer aktuellen Bitkom-Studie⁸ hauptsächlich für die Möglichkeit, Computer- und Videospiele in der virtuellen Realität zu erleben (41 %). Ebenfalls können sich die Befragten vorstellen, mit VR-Brillen Orte zu bereisen (35 %), Musikkonzerte zu erleben (23 %) oder Filme (20 %) und Sportereignisse (19 %) zu schauen.

Der Boom um **Kryptowährungen** hält weiter an. Während Transaktionen bisher mehrere Stunden oder auch Tage andauern, ist dies nun in wenigen Sekunden möglich. **Blockchain**, die grundlegende Technologie z.B. hinter Kryptowährungen, gewinnt zunehmend an Bedeutung. Die dezentrale Datenbank erfasst Transaktionen und Eigentumsrechte. Der dezentrale Ansatz der Blockchain-Technologie ermöglicht sichere Transaktionen ohne zentrale Vertrauensinstanz. Auf diese Weise können bereits heute Finanztransaktionen sicher gestaltet werden.

In der Blockchain werden viele Informationen inklusive Zeitstempel eingetragen und miteinander verknüpft. Daraus bildet sich eine Kette („chain“) an Einzelinformationen, die ab einer bestimmten Größe geschlossen wird – ein „block“ entsteht. Die Blöcke reihen sich aneinander und werden zur Blockchain. Neben dieser besonderen Art der Verschlüsselung basiert ihre Sicherheit zusätzlich auf dem dahinterliegenden Peer-to-Peer-Netzwerk: Die Daten befinden sich auf keinem zentralen Server, sondern liegen in zahlreichen Kopien lokal, auf vielen einzelnen Rechnern, in einem Netzwerk. Eine Transaktion etwa geschieht so direkt von Rechner zu Rechner. Die Information darüber wird als neuer Eintrag verbucht – und zwar auf allen Rechnern im Netzwerk der Blockchain.

Mit dieser Technologie kann sich auch die Rolle für Intermediäre in der Medienindustrie wandeln, insbesondere hinsichtlich des umfassenden Schutzes der Urheber- und Vertriebsrechte. So entstehen blockchain-basierte Ökosysteme, die mit Hilfe automatisch generierter Verträge (Smart Contracts) digitale Rechte verwalten und automatisiert ausführen. Im Code ist hinterlegt, wie viel welcher Hörer für seine Interaktion mit dem Song bezahlen muss. Auch die Bezahlung in Form einer Kryptowährung wird automatisch ausgelöst und der gesamte Prozess in der Blockchain gespeichert. Jedoch sind die Vergütungsmodelle nicht für alle Akteure gleichermaßen von Vorteil, insbesondere für den Künstler bleiben die Zahlungsströme intransparent.

Analog wäre auch ein Ökosystem aus Videoinhalten vorstellbar. Heute schafft es kein **Video-on-Demand (VoD)**-Anbieter, alle Top-Serien gleichzeitig auf seiner Plattform zur Verfügung zu stellen. Daher abonnieren viele Nutzer mehr als nur einen Service oder greifen im Einzelfall auf eine illegale Option zurück. Denkbar ist, dass Studios und unabhängige Filmemacher ihre Filme und Produktionen künftig in völlig neuen Ökosystemen auf direktem Weg zur Verfügung stellen. Über etliche Kleinbetragszahlungen, sog. Mikro-Payments, würden die Urheber transparent entlohnt, während der Nutzer nur für das bezahlt, was er tatsächlich konsumiert.

Ob Musik, Video, Text oder Bild – das Disruptionspotenzial der Blockchain in der Mediendistribution ist riesig. Und erste Reaktionen sind auch bereits zu beobachten: Der TV-Sender „Welt der Wunder“ etwa verkündete zuletzt, in Kooperation mit Swisscom und SRG eine eigene Kryptowährung einzusetzen. Diese soll auf einer neuen Plattform zum internationalen TV-Rechtehandel von Bewegtbildern

⁸ Bitkom e.V. (2016): Zukunft der Consumer Technology – 2016: Marktentwicklung, Schlüsseltrends, Mediennutzung, Konsumentenverhalten, Neue Technologien. Berlin.

als Zahlungsmittel dienen und mit Hilfe von Smart Contracts⁹ gängige Vertragsarten automatisieren. Mit dieser Technologie verändern sich insbesondere für Plattformanbieter künftig die Rahmenbedingungen, sodass eigene Einsatzmöglichkeiten der Blockchain entwickelt werden.¹⁰

2.3 Ökonomischer Trendbereich

Angesichts der breiten Medienkonvergenz, die neben der Technik auch die Medieninhalte und -nutzung umfasst, verschwinden klassische Grenzen zwischen traditionell klar getrennten Bereichen der Medien-, Informations- und Kommunikationskanäle. Bei der **Konvergenz von Medien und Inhalten** werden mediale Inhalte zu einem interaktiven Produkt, auf das nicht mehr nur über ein einzelnes Medium, sondern über zahlreiche Kanäle – Print, Rundfunk, Digital – und Endgeräte – PC, TV, Tablet, Smartphone – zugegriffen wird.

Die inhaltliche Medienkonvergenz fördert auch neue Formen der crossmedialen Vermarktung. Dahinter steht die Strategie, mediale Inhalte systematisch über verschiedene Kanäle zu vermarkten. Ein Beispiel sind Kinofilme, zu denen parallel der Soundtrack und das Buch erscheinen. Später werden dann die DVD und ggf. ein Computerspiel oder ein Comic auf den Markt gebracht. Zusätzlich stellen Online-Communities eine Erweiterung dar, mit denen die Möglichkeit besteht, online auf zusätzliche Informationen zuzugreifen und sich untereinander in Foren und Chats auszutauschen.

Begünstigt werden diese Entwicklungen durch **Offline- und Onlinemodi**; hier können verschiedene Angebote als Text, Bild, Ton zeit- und ortsunabhängig präsentiert und vermarktet werden. Mobile Lösungen und eine weitreichende Plattformkompatibilität ermöglichen es den Nutzern, überall und auf fast jedem Gerät audiovisuelle Angebote zu nutzen.

Die wirtschaftliche Medienkonvergenz beschreibt das Zusammenwachsen vormals getrennter Zweige der Medienbranche. Computerhersteller Apple ist mit iTunes zu einem der größten Musikverkäufer geworden. Ähnliche Entwicklungen lassen sich im Filmbereich beobachten. Gerade die crossmediale Vermarktung dürfte auch in Zukunft dazu führen, dass entlang der Wertschöpfungskette neue Multi-Mediakonzerne entstehen und damit die Konvergenz steigt.

Zu beobachten ist seit Jahren und für die Zukunft **eine hohe Marktkonzentration** im audiovisuellen Bereich. Mittlerweile gibt es z.B. nur noch drei Majorlabels (Universal Music Group, Sony Music Entertainment und Warner Music Group), die vertikal integriert sind und 80 % des Musikvertriebs weltweit und in Europa kontrollieren und die meisten Musikkataloge sind online verfügbar. Eine zunehmende Marktkonzentration lässt sich auch bei den branchennahen Plattformbetreibern feststellen (Amazon, Google, Facebook usw.).

In diesem digital geprägten Umfeld sind Unternehmen gezwungen, ständig innovativ zu sein, weil sich die **Produktlebenszyklen** verkürzen. Diese Entwicklungen haben zur Folge, dass Verbraucher

⁹ Ein Smart Contract ist ein Vertrag auf Software-Basis, bei dem unterschiedlichste Vertragsbedingungen hinterlegt werden können. Durch die dezentrale Speicherung und Authentifikation von Verträgen anhand der Blockchain-Technologie hat das Potenzial von Smart Contracts in jüngerer Zeit stark zugenommen.

¹⁰ Goldmedia Blog (2017). Trendmonitor 2018: Disruption durch die Blockchain. Von Plattformanbietern ist Weitsicht gefragt. <http://www.goldmedia.com/blog/2017/12/trendmonitor-2018-disruption-durch-die-blockchain/> (Abruf am 12.9.2018).

kaum noch Zeit haben, eine neue Technik, ein neues Produkt oder eine neue Dienstleistung kennenzulernen, bevor die verbesserten Nachfolger kurz nach dem Kauf bereits erhältlich sind. Dies wiederum führt dazu, dass langfristiger Besitz sowohl für Unternehmen als auch für Konsumenten unattraktiver wird. Unternehmen schließen sich zusammen, um Know-how, Ressourcen und Kosten teilen zu können und sich damit in einer unbeständigeren, sprunghaften Wirtschaft gegen Verluste abzusichern und flexibler zu werden, während Konsumenten kurzfristigen Zugang als Alternative zum Kauf wählen.¹¹

Im Rahmen dieser **Sharing-Ökonomie** setzen Unternehmen immer häufiger auf eine Plattform-Strategie. Die Grundidee dahinter ist: Man verbindet Anbieter und Nachfrager einer bestimmten Leistung oder Produktwelt miteinander über digitale Technologien.

Apple hat mit iTunes verstanden, dass Musik-Konsumenten nur selten ganze Alben kaufen wollen und stattdessen einzelne Lieder zu Playlisten zusammenstellen. Beide Disruptionen sorgten dafür, dass sich der Kauf von physischen Medien reduzierte. Dank nunmehr hohen mobilen Bandbreiten hat Spotify eine Plattform entwickelt, die es ermöglicht, Musik live zu streamen und das millionenfach und mit einem zu diesem Zeitpunkt völlig neuen Preisansatz: Man zahlt eine Flatrate, um auf Millionen Songs zuzugreifen. Dabei kann grundsätzlich auch kostenlos auf die Songs zugegriffen werden, wenn dafür Werbeeinblendungen in Kauf genommen werden. Werbefreie Premium-Angebote mit Zusatzfunktionen sind aber kostenpflichtig („Freemium“-Modell).

Diese Entwicklung forderte auch von Seiten der Konsumenten ein Umdenken zur Flatrate und weg vom Sammeln von Songs. Die Musik ist ständig und überall verfügbar, man muss sie nicht mehr besitzen. Bis auf wenige Ausnahmen wird heute keine Musik mehr gekauft, sondern gestreamt. Dieses Beispiel zeigt, dass der digitale Medienvertrieb sich kontinuierlich von **Modellen** verlagert, die auf **Eigentum** basieren, hin zu Modellen, die auf **Zugriff** basieren.

Diese Veränderung ist tief disruptiv, weil sie eine nachhaltige Verhaltensveränderung der Gesellschaft zur Folge hat. Dabei sind es Plattformen, die Anbieter – z.B. die Musikverlage und Musiker – sowie Nachfrager zusammenbringt und damit die Kräfte des ursprünglichen Marktes ad absurdum führt. Dies führt in zahlreichen Fällen zum Wegfall einzelner Stufen aus der Wertschöpfungskette und somit zur Aufhebung der klassischen Wertschöpfung.

Der Plattform-Ansatz eint eine Besonderheit: Der Besitz – oder vielmehr der Nichtbesitz. Spotify bietet die weltgrößte Plattform für Musik, ohne den Besitz eines einzigen eigenen Songs. Facebook ist das größte Medienunternehmen der Welt und produziert keinen eigenen Content. Aber alle Plattformen besitzen den Zugang zu Angebot und Nachfrage und sie verfügen über eine Technologie, die Daten sammelt. Diese und einige weitere Aspekte sind wichtige Erfolgsfaktoren einer Plattform-Strategie.

Eine andere Plattformentwicklung konzentriert sich auf die **Integration von crowdbasierten Lösungen** und kollaborativen Innovationen in der Wertschöpfung.¹² Im Deutschen z. T. als „Schwarmauslagerung“ bezeichnet, ermöglicht diese Methode die Lösung von komplexen und aufwendigen Aufgaben, indem sie in einzelne Teilaufgaben zerlegt werden und durch eine große Masse von Menschen

¹¹ Rifkin, Jeremy (2007). Access: Das Verschwinden des Eigentums: Warum wir weniger besitzen und mehr ausgeben werden. 3. Aufl. Frankfurt/New York.

¹² Prognos, FhG-ISI (2012). Die Kultur- und Kreativwirtschaft in der gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfungskette - Wirkungsketten, Innovationskraft, Potenziale. Berlin.

(„Crowd“) verhältnismäßig leicht bearbeitet werden können und somit neue Lösungen und Inhalte erarbeitet werden („sourcing“).

Crowdsourcing hat unterschiedliche Erscheinungsformen. Zu unterscheiden ist zwischen:

- Crowdfunding. Hier finanziert eine Gruppe von Interessierten gemeinsam ein Projekt, ein Unternehmen o.ä.,
- Co-Creation. Unter Einbeziehung der Community werden Ideen generiert, konkrete Designs eingebracht und teilweise von der Community umgesetzt,
- Microworking. Die Crowd erfüllt kleinere Teilaufgaben, die final zu einem Gesamtergebnis zusammengesetzt werden.

Crowdfunding ist eine internetbasierte Form der Projektfinanzierung und wird in verschiedensten Bereichen angewendet – bei der ersten CD einer noch unbekanntem Band, bei Filmprojekten bis hin zu Unternehmensgründungen. Crowdfunding konnte sich bislang als alternative Form der Projektfinanzierung – vorrangig im Kreativ- und Kulturbereich – etablieren.

Die Finanzierung von Projekten und Unternehmen über das Internet erfordert strategische Kommunikation der Projektinitiatoren bzw. Unternehmen mit ihren (potenziellen) Unterstützern bzw. Investoren. Online-Plattformen übernehmen dabei die Rolle des Intermediärs zur Projektabwicklung und Kommunikation. Über verknüpfte und zum Teil integrierte Social-Media-Kanäle wird die „Crowd“ aktiviert und informiert. Deren Mitglieder können wiederum als Experten, Kunden, Multiplikatoren, potenzielle Mitarbeiter etc. zur erfolgreichen Projekt- bzw. Unternehmensentwicklung beitragen.

Wichtigste Treiber zum Einsatz von Crowdsourcing sind zunächst grundlegende technische Weiterentwicklungen, die erst seit einigen Jahren eine breite und umfassende Nutzung möglich machen. So sind Web 2.0 Mechanismen eine wichtige Grundlage zur Vernetzung von Usern und dem Entstehen von Crowdsourcing Communities. Die Verbreitung von Online- und Micropayment-Modellen ist ebenfalls für die verschiedenen Ausprägungen von Crowdsourcing-Diensten essenziell.

In Zukunft werden die Konsumenten digitaler Inhalte auf einfache Weise mit vernachlässigbaren Transaktionskosten **digitale Zahlungen** auslösen können. Es wird davon ausgegangen, dass solche **Mikrozahlungen** das bereits bestehende System digitaler Abonnements oder Flatrates, wie sie sich etwa im Bereich Musik (z. B. Spotify) oder Film (z. B. Netflix) zunehmend durchsetzen, ergänzen werden.

Die Mobile-Games-Branche hat **das Free-to-Play-Prinzip** erfunden, bei dem das Grundangebot unentgeltlich und Zusatzangebote entgeltlich ausgestaltet wurden. Diese Innovation eines Geschäftsmodells hatte Ausstrahlungseffekte in andere Medienbereiche. Diese konnten auf den komplexen und vielfältigen Erfahrungen der Games-Unternehmen mit Mikrozahlungssystemen aufbauen.

Demgegenüber stellen **nutzergenerierte Inhalte** (auch: User-Generated-Content) einen wachsenden, zugleich aber auch sehr heterogenen Bereich der digitalen Medien dar, in dem die interpersonale bzw. gruppenbezogene Kommunikation einerseits und öffentliche Medieninhalte andererseits eng miteinander verflochten sind. Social-Media-Angebote spielen in diesem Zusammenhang eine wesentliche Rolle, weil sie das Erstellen und Verbreiten von nutzergenerierten Inhalten oft erst ermöglichen. Im Fall von YouTube und neuerdings auch Instagram eröffnen sie zudem populären Nutzern die

Chance, ihre Reichweite in Form von Werbeeinnahmen oder auch Sponsoring zu monetarisieren. Generell gilt allerdings, dass der ganz überwiegende Teil von nutzergenerierten Inhalten nicht aus kommerziellen Motiven erstellt und verbreitet wird.

2.4 Politischer Trendbereich

Rahmengebend in Deutschland war in den vergangenen Jahren die „**Digitale Agenda 2014-17**“ der Bundesregierung. Sie definierte Meilensteine in der Digitalpolitik rund um die drei Kernziele Wachstum und Beschäftigung, Zugang und Teilhabe sowie Vertrauen und Sicherheit. Die Digitale Agenda der Bundesregierung gab somit die Leitlinien der Digitalpolitik vor und bündelte Maßnahmen in zentralen Handlungsfeldern, um den digitalen Wandel zu begleiten und mitzugestalten. Für ihre Umsetzung waren das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, das Bundesministerium des Innern und das Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur gemeinsam verantwortlich.

Ein 10-Punkte-Plan gab dabei Schritt für Schritt die Richtung in Deutschlands digitale Zukunft vor.¹³ Dazu zählten u.a. regulatorische Klarheit und Sicherheit, hochleistungsfähige Breitbandnetze bis 2025, intelligente Vernetzung zentraler Infrastrukturbereiche unserer Wirtschaft, Datensicherheit bzw. Datensouveränität, digitale Bildung sowie die Gründung einer zentralen Digitalagentur.

In der 19. Legislaturperiode soll ein „Digitalkabinett“, in dem alle Ministerien vertreten sind, im Herbst 2018 eine neue digitale Agenda vorlegen.

Europäische und nationale Maßnahmen und Konzepte müssen Hand in Hand gehen. Mit einem regulatorischen Flickenteppich bleiben europäische Unternehmen im weltweiten Wettbewerb hinter den Möglichkeiten weit zurück. Gerade in der vernetzten, digitalisierten Welt braucht Europa einen harmonisierten Rechtsrahmen für den Binnenmarkt.¹⁴

Die Europäische Kommission hat im Mai 2015 ihre Strategie für den **europäischen digitalen Binnenmarkt** vorgestellt.¹⁵ Sie verfolgt damit drei grundlegende Ziele: (1) Besserer Online-Zugang für Verbraucher/innen und Unternehmen zu Waren und Dienstleistungen in ganz Europa. (2) Schaffung der richtigen Bedingungen für florierende digitale Netze und Dienste. (3) Bestmögliche Ausschöpfung des Wachstumspotenzials der europäischen digitalen Wirtschaft.

In 2017 wurde eine Halbzeitbewertung der Strategie für einen digitalen Binnenmarkt veröffentlicht.¹⁶ Darin werden als wichtigste Handlungsfelder die 1) Ausschöpfung des vollen Potenzials der **europäischen Datenwirtschaft**, 2) der Schutz europäischer Interessen und Werte durch die Bewältigung der **Herausforderungen im Bereich der Cybersicherheit** und 3) die Förderung der **Online-Plattformen** als verantwortungsvolle Akteure in einem fairen Ökosystem des Internets benannt. Außerdem befasst sich die Kommission mit der Notwendigkeit, weiterer Investitionen in digitale Infrastrukturen und Technologien zu tätigen.

¹³ BMWi (2016). Digitale Strategie 2025. Berlin.

¹⁴ BMWi (2017). Weißbuch Digitale Plattformen: Digitale Ordnungspolitik für Wachstum, Innovation, Wettbewerb und Teilhabe. Berlin.

¹⁵ Europäische Kommission (2015): Strategie für einen digitalen Binnenmarkt für Europa. Brüssel. COM(2015) 192 final.

¹⁶ Europäische Kommission (2017). Mid-Term Review on the implementation of the Digital Single Market Strategy: A Connected Digital Single Market for All. Brüssel. COM(2017) 228 final.

Im Bereich der **Online-Plattformen** möchte die Kommission mit ihren Initiativen gegen missbräuchliche Vertragsklauseln und unlautere Handelspraktiken vorgehen, die in den Beziehungen zwischen Plattformen und Unternehmen festgestellt wurden. Die Kommission hat mehrere Dialoge mit Online-Plattformen innerhalb des digitalen Binnenmarktes aufgebaut (z. B. EU-Internetforum, Verhaltenskodex zur Bekämpfung illegaler Hassreden im Internet und gemeinsame Absichtserklärung zum Verkauf nachgeahmter Güter über das Internet) und will diese nun besser koordinieren. Eines der Ziele sind Fortschritte bei den verfahrenstechnischen Aspekten und Grundsätzen für die Entfernung illegaler Inhalte (Melde- und Abhilfeverfahren) auf der Grundlage von Transparenz und Schutz der Grundrechte.

Weitere Grundsätze zur Rolle der Online-Plattformen werden diskutiert, wonach diese verpflichtet werden sollen, mit den jeweiligen Rechteinhabern an den betreffenden Inhalten Lizenzverträge abzuschließen und geeignete Maßnahmen zu ergreifen, um sicherzustellen, dass solche Verträge auch tatsächlich ordnungsgemäß erfüllt werden. Online-Plattformen sollen ferner geeignete und angemessene Maßnahmen treffen, um nutzergenerierte Inhalte zu schützen. Dies betrifft insbesondere den Schutz vor einer nicht vom Rechteinhaber autorisierten Abrufbarkeit bzw. Wiedergabe über die Angebote entsprechender Online-Plattformen, insbesondere durch Technologien zur semantischen Erkennung von nutzergenerierten Inhalten. Insoweit sind Online-Plattformen auch zur Transparenz verpflichtet, da sie Einsatz und Funktionsweise dieser Technologien gegenüber Nutzern offenlegen und entsprechende Rechtsschutzverfahren implementieren müssen. Diese neue urheberrechtliche Verantwortlichkeit von Content-Providern stellt sich indes im Gesamtkontext der DSM-Strategie (Digital Single Market) nur als einzelner Mosaikstein eines neuen regulatorischen Gesamtbildes dar, in dessen Zentrum die Betreiber von Online-Plattformen stehen.

Ein weiterer Schwerpunkt ist v. a. der Ausbau der digitalen Infrastrukturen. Von Seiten der EU-Kommission richtet sich das Projekt WiFi4EU an Bürger und Besucher der EU, die in öffentlichen Räumen wie Parks, Plätzen, öffentlichen Gebäuden, Bibliotheken und Gesundheitszentren in der EU Zugang zu kostenlosem WiFi bzw. WLAN haben werden. Die WiFi-Hotspots können von Gemeinden und WiFi-Installationsunternehmen mithilfe eines Gutscheins der EU eingerichtet werden.

Damit einher geht die Diskussion um Mittel und Wege, den **Breitbandausbau** in Deutschland anzukurbeln. Ursache für den weiter steigenden Bandbreitenbedarf ist insbesondere die Nutzung von Streamingdiensten über das Festnetz und die gleichzeitige Zunahme des mobilen Datenverkehrs durch den vermehrten Gebrauch von Smartphones und Tablets. Ein solches Umfeld forciert die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle, innovativer Produkte und smarter Services, welche auf den Möglichkeiten ultraschneller Dienste basieren.

Eine leistungsfähige Netz- und IT-Infrastruktur bildet auch die Grundlage für die Anwendung digitaler Technologien wie Cloud-Computing oder Big Data-Anwendungen. Das ermöglicht die Entwicklung und Zurverfügungstellung digitaler Serviceangebote wie Open Data, verbessertes E-Government oder WLAN-Hotspots im öffentlichen Raum, welche zu Bestandteilen öffentlicher digitaler Infrastrukturen werden.

Im Hinblick auf einen zukunftsfähigen Wettbewerbsrahmen spielt die **Netzneutralität** eine wichtige Rolle. Unter dem Begriff versteht man die Vorschrift, dass die Netzbetreiber grundsätzlich alle Daten gleich behandeln müssen. Es ist also nicht erlaubt, bestimmte Dienste zu drosseln oder andere bevorzugt zu behandeln. Auf diese Weise soll sichergestellt werden, dass alle Unternehmen gleich gute

Chancen haben die Nutzer zu erreichen. In Deutschland ist die Netzneutralität auch weiterhin vorgeschrieben.

Zudem wird ein zeitgemäßes Wettbewerbs- und Regulierungsrecht diskutiert, mit dem eine effiziente **Besteuerung digitaler Player** erreicht werden soll. Etliche große außereuropäische Digitalkonzerne, die hohe Einnahmen in Europa erwirtschaften und dabei auch die Infrastruktur Dritter nutzen, verlagern ihre Gewinne in Niedrigsteuerrländer, um ihre Gesamtsteuerlast zu reduzieren. Sie verschaffen sich damit einen Wettbewerbsvorteil gegenüber hiesigen Unternehmen.

Seit dem 1. Januar 2015 gilt innerhalb der Europäischen Union ein neues einheitliches **Umsatzsteuerrecht für digitale Güter und elektronische Dienstleistungen**. Online-Anbieter von Telekommunikations-, Rundfunk-, Fernseh- und auf elektronischem Weg erbrachten Dienstleistungen (Musik, Filme, E-Books oder Computerprogramme) an private Kunden innerhalb der EU müssen die in dem jeweiligen Land des Kunden geltenden Umsatzsteuer-Sätze berechnen und dort abführen. Bislang war diese in dem Staat zu entrichten, in dem das leistende Unternehmen ansässig ist. In einigen Rechtsgebieten sind somit Tendenzen erkennbar, digitale Plattformen trotz ihres Sitzes im Ausland mehr in die Verantwortung zu nehmen. Im weiteren Verlauf der Untersuchung wird vertieft geprüft, inwieweit Plattformen ohne Sitz in Deutschland zur Künstlersozialabgabe herangezogen werden können (siehe hierzu u.a. Kapitel 5.3).

Im vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) herausgegebenen Weißbuch „Digitale Plattformen“¹⁷ werden die Grundprinzipien der politischen Rahmensetzung bei der anstehenden digitalen Transformation nochmals zusammenfassend formuliert: Ein moderner Ordnungsrahmen muss über alle Ebenen fairen Wettbewerb fördern. Er muss Anreize setzen für eine zukunftsweisende Datenökonomie und flächendeckend gigabitfähige digitale Infrastrukturen. Alle Menschen müssen am Wachstum teilhaben können und zu einem souveränen, demokratischen Umgang mit den innovativen Technologien befähigt sein. Und schließlich müssen staatliche Einrichtungen in einer digitalen und vernetzten Welt kompetent ihre Aufgaben erfüllen können.

Während der Weißbuch-Prozess des BMWi etwa kartell- und wettbewerbsrechtliche Aspekte in den Fokus rückte, standen die Fragen des Arbeits- und Sozialrechts im Zentrum des Weißbuch-Prozesses des BMAS.¹⁸ Darin wird ein Leitbild „Gute Arbeit im digitalen Wandel“ skizziert. Es setzt an den Stärken des deutschen Wirtschafts- und Sozialmodells an und zielt auf eine sozial austarierte neue Arbeitswelt, die Sicherheit und Flexibilität bietet. Leistungsgerechte Einkommen und soziale Sicherheit in allen Branchen bleiben dabei elementare Kriterien für „Gute Arbeit“, die Integration aller Bürger in Gute Arbeit zentrales Ziel. Zugleich geht es aber darum, zunehmend plurale Ansprüche an Arbeit anzuerkennen und somit mehr Selbstbestimmung im Lebensverlauf möglich zu machen. Auch sollten die Potenziale des technologischen Wandels für eine bessere Gestaltung und Organisation von Arbeit genutzt werden.

¹⁷ BMWI (2017): Weißbuch Digitale Plattformen: Digitale Ordnungspolitik für Wachstum, Innovation, Wettbewerb und Teilhabe. Berlin.

¹⁸ Bundesministerium für Arbeit und Soziales (2017). Arbeit weiterdenken. Weißbuch „Arbeiten 4.0“. Berlin.

3. Stand der digitalen Transformation in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft

3.1 Pressemarkt

Der Pressemarkt umfasst Korrespondenz- und Nachrichtenbüros, das Verlegen von Zeitungen, Zeitschriften, Adressbüchern und Verzeichnissen sowie den Einzelhandel mit Zeitungen, Zeitschriften und Schreibwaren. Zusätzlich werden selbstständige Journalisten und das sonstige Verlagswesen dem Teilmarkt angerechnet.

Mit dem Einzug digitaler Medien und der Demokratisierung der Informationshoheit durch den Graswurzeljournalismus,¹⁹ stellen sich vielfältige Herausforderung an das klassische printbasierte Pressegeschäft. Neue Akteure aus dem digitalen Segment, wie reine Online-Nachrichtenanbieter, Nachrichtenaggregatoren (RSS-Reader, Flipboard etc.) und Suchmaschinen sowie soziale Netzwerke verändern das Wertschöpfungsgefüge nachhaltig.²⁰ Die Nachfrage nach Informationen und Nachrichten wird zunehmend von einer vielfältigen Angebotsseite bedient. Dies hat entscheidende Konsequenzen für das traditionelle Geschäftsmodell von Presseverlagen und Nachrichtenagenturen. Rückläufige Erlöse aus dem Verkauf von Printmedien und Anzeigeflächen stellen das traditionelle Geschäftsmodell zunehmend unter Druck und zwingen zu einer Anpassung an die neuen digitalen wie sozialen Bedingungen des Marktes und zur Ausweitung der Geschäftsfelder.

Zentrales Problem bleibt die Monetarisierung von Informationen und Nachrichten über digitale Vertriebskanäle, die mit einem Überangebot kostenloser Anbieter konkurrieren. Während große Verlagshäuser, wie The New York Times, The Economist und The Guardian²¹ bereits früh mit digitalen Geschäftsmodellen experimentierten und erfolgreiche Strategien für digitale Geschäftsmodelle finden konnten (freiwillige Spenden und Memberships, Online-Abonnements, Pay-per-Track, Per-per-View), bleibt die wirtschaftliche Situation insbesondere regionaler Presseverlage weiterhin schwierig.²² Gleichwohl finden sich mittlerweile neben überregionalen deutschen Zeitungen (z.B. Spiegel+ oder BILD Plus) auch diverse regionale Presseverlage, die Bezahlmodelle auf den eigenen Internetseiten integrieren.

In dieser Hinsicht wirkt sich die digitale Revolution des Pressemarkts entscheidend auf die Beschäftigungs- und Erlössituation freier Journalisten aus. Laut dem Deutschen Journalisten-Verband fallen auch für die Jahre 2016-2018 die Honorare für Text- und Bildbeiträge verhältnismäßig gering aus.²³ Auf der anderen Seite bieten digitale Innovationen, wie Multimedialität, die modulare Integration von Darstellungsformen, Interaktionsmöglichkeiten mit der Lesercommunity und neue Recherchemöglichkeiten über Social Media²⁴ großes Potenzial zur Neugestaltung für den Journalismus. Darüber hinaus lassen sich mit Blogs und den darauf aufsetzenden Verwertungspraktiken neue Erlösquellen, wie Affiliate-Marketing oder Spenden/Crowdfunding für Journalisten erschließen.

¹⁹ Graswurzeljournalismus beschreibt eine Form des Journalismus, bei der die Zivilgesellschaft durch digitale Medien, wie Blogs, Podcasts oder Videoplattformen am gesellschaftlichen Diskurs teilnimmt.

²⁰ OECD (2010). The Evolution of News and the Internet.

²¹ Warner, Ansgar (2017). Zukunftsmodell Guardian: Leserfinanzierung übersteigt mittlerweile die Anzeigeeerlöse. e-book-news.de. URL: <http://www.e-book-news.de/zukunftsmodell-guardian-leserfinanzierter-journalismus-ganz-ohne-paywall/> (letzter Abruf: 12.9.2018).

²² Bartl, Marc (2018). Das Geschäftsmodell der Zukunft heißt Demut – 4 Medien-Thesen von Veit Dengler. kress.de. URL: <https://kress.de/news/detail/beitrag/139674-das-geschaeftsmodell-der-zukunft-heisst-demut-4-thesen-von-veit-dengler.html> (Abruf am 13.9.2018).

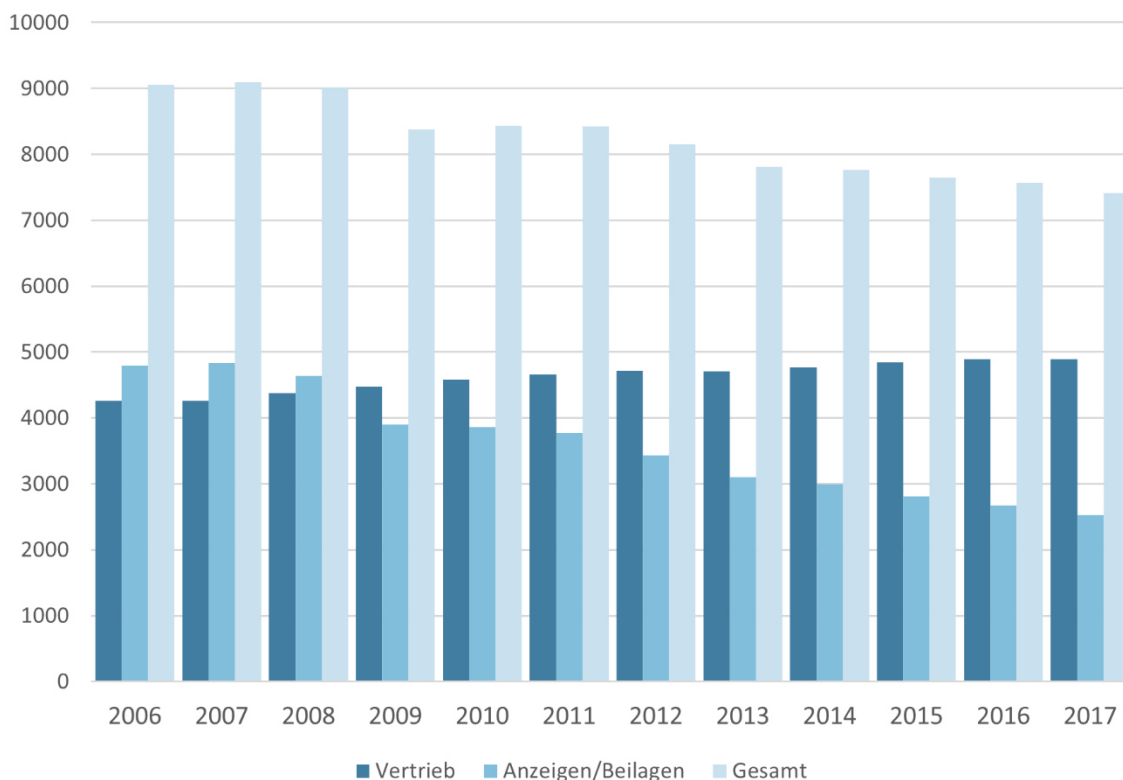
²³ DJV (2016). Honorartabelle für freie arbeitnehmerähnliche Journalistinnen und Journalisten an Tageszeitungen 2016-2018. URL: https://www.djv-mv.de/fileadmin/user_upload/Honorartabelle_f%C3%BCr_Text-_und_Bildbeitr%C3%A4ge.pdf. (Abruf am 13.9.2018).

²⁴ Landesanstalt für Medien NRW (2014). Digitaler Journalismus. Dynamik – Teilhabe – Technik.

3.1.1 Teilmarktbeschreibung

Der Pressemarkt in Deutschland erwirtschaftete im Jahr 2016 einen Umsatz von schätzungsweise 30,5 Mrd. EUR. Dies entspricht einem Anteil von 17,7 % am Gesamtumsatz der Kultur- und Kreativwirtschaft. Der Pressemarkt gehört folglich weiterhin zu den umsatzstärksten Teilmärkten. Für den Zeitraum 2010 bis 2016 sind die Umsätze allerdings um insgesamt 2,8 % zurückgegangen. Auch für die restlichen Wirtschaftsindikatoren lässt sich eine negative Entwicklung feststellen. Die Zahl der Kernerwerbstätigen (Freiberufler / Selbstständige und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte) ist von 163.305 im Jahr 2010 auf 148.138 im Jahr 2016 zurückgegangen. Dies entspricht einem Rückgang von knapp 10 %. Der Rückgang geringfügig Beschäftigter verlief viel stärker: Betrug die Zahl geringfügig Beschäftigter im Jahr 2010 noch 133.704, so ist dieser Wert um 36,9 % auf 84.395 im Jahr 2016 gefallen. Ebenfalls rückläufig entwickelt sich die Anzahl der Unternehmen im Pressemarkt. Mit 33.564 Unternehmen im Jahr 2010 ist die Anzahl um 4,8 % auf 31.943 im Jahr 2016 gefallen.²⁵

Abbildung 1: Entwicklung Anzeigen- und Vertriebsumsätze der Zeitungen (in Mio. EUR)



Quelle: BDZ (2018). Zur wirtschaftlichen Lage der deutschen Zeitungen 2018.

Abbildung 1 zeigt die erzielten Umsätze deutscher Zeitungen aus dem Vertriebs- und Anzeigengeschäft. Während die erwirtschafteten Umsätze aus dem Vertrieb von Printerzeugnissen von 2016 von 4,88 Mrd. EUR auf 4,89 Mrd. EUR im Jahr 2017 leicht wachsen konnten, sind die Umsätze aus Werbeanzeigen und Beilagen weiter gefallen. Mit 2,52 Mrd. EUR im Jahr 2017 sind diese im Vergleich zum Vorjahr um -5,6 % weiter gefallen. Dabei kann das leichte Plus im Vertrieb die Umsatzrückgänge aus dem Werbegeschäft nicht kompensieren. Der Gesamtumsatz deutscher Zeitungen aus Vertrieb, Anzeigen und Beilagen liegen im Jahr 2017 bei 7,41 Mrd. EUR. Im Vergleich zum Vorjahr mit 7,56 Mrd. EUR ist der erwirtschaftete Gesamtumsatz der Zeitungsbranche um -1,2 % zurückgegangen.

²⁵ BMWi (2017). Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2017.

Tabelle 1: E-Paper-Auflagen der Zeitungen 2012 bis 2016

	Tageszeitungen		Wochenzeitungen	
	als E-Paper verkaufte Auflage	Anteil am Verkauf in Prozent	als E-Paper verkaufte Auflage	Anteil am Verkauf in Prozent
2012	195.420	0,91	1.320	0,08
2013	378.711	1,84	20.052	1,16
2014	559.025	2,83	28.914	1,66
2015	736.624	3,92	45.091	2,65
2016	910.191	5,24	66.965	3,92

Quelle: Hans-Bredow-Institut (2017). Zur Entwicklung der Medien in Deutschland zwischen 2013 und 2016.

Diese Zahlen und Darstellungen verweisen auf allgemeine Entwicklungen im Pressemarkt, die eine Verlagerung von traditionellen hin zu neuen digitalen Geschäftsprozessen erkennen lassen. So steigen die Auflagenabsätze und Verkaufsanteile von E-Papers von Tages- und Wochenzeitungen seit 2012 in Folge und erreichten 2016 einen Verkauf von jeweils 910.191 und 66.965 Mio. Exemplaren (vgl. Tabelle 1). Auch weisen steigende Umsätze im Bereich Online-Werbung darauf hin, dass sich das Geschäft mit Werbeanzeigen im digitalen Kontext grundlegend wandelt. Die Netto-Werbeinnahmen von Tages- und Wochenzeitungen stiegen im Jahr 2000 von 153 Mio. EUR, auf 689 Mio. EUR im Jahr 2007 und erreichen 2016 einen Wert von 1,5 Mrd. EUR.²⁶

3.1.2 Akteursgeflecht

Zu den potenziellen Versicherten nach dem KSVG zählen im Pressemarkt u.a. freie Journalisten, Lektoren, Übersetzer und Bearbeiter, Bildjournalisten, Bildberichterstatter, Pressefotografen, Kritiker, wissenschaftliche Autoren, Fachfrauen/Fachmänner für Öffentlichkeitsarbeit oder Werbung sowie Selbstständige, die einer publizistischen Tätigkeit im Bereich Wort nachgehen.

Zu den klassischen Verwertern gehören Zeitungsverlage, Nachrichtenagenturen sowie Rundfunkanstalten.

Zur Gruppe der potenziellen neuen Verwerter zählen z.B. Affiliate-Netzwerke sowie digitale Bildagenturen.

Affiliate-Netzwerke

Unter Affiliate-Netzwerken versteht man Plattformen, die sogenannte Publisher (z.B. Blogger) mit Advertisern (werbetreibenden Unternehmen) zusammenbringen. Dabei stellen Affiliate-Netzwerkbetreiber Publishern Werbemittel zur Verfügung, die diese auf ihren Blogs und Webseiten integrieren können. Werbemittel können dabei z.B. Text-Links für Fließtexte in Artikeln, sowie Banner, Buttons oder Videos sein, die in den Beitrag oder die Sidebar der Webseite oder des Blogs integriert werden. Diese führen Leser zur Webseite des werbetreibenden Unternehmens bzw. zu dessen Online-Shop. Hieraus resultieren Erlöse für den Publisher, die in Form von Provisionen ausgeschüttet werden und sich am generierten Traffic orientieren. Das zugrundeliegende Erlösmodell lässt sich in „Pay per

²⁶ BDZV (2017). Die deutschen Zeitungen in Zahlen und Daten 2018.

Click²⁷, „Pay per Lead“²⁸ und „Pay per Sale“²⁹ unterscheiden. Das Affiliate-Netzwerk übernimmt dabei das Tracking von Webseitenbesuchern sowie die damit anfallende Provisionsermittlung für den Publisher.

Bildagenturen

Bildagenturen sind Online-Marktplätze zur Verbreitung von lizenzfreien sowie zum An- und Verkauf lizenzierten Bildmaterials. Auf den dominierenden Bildagenturen Fotolia, Getty Images oder Shutterstock können Fotos und Videos dateiweise oder im Abonnement gegen eine Lizenzgebühr bezogen werden. Anbieter von Bildmaterial werden entsprechend der eigenen Geschäftsbedingungen vergütet. Diese sehen häufig eine Umsatzbeteiligung in Form einer Kommission für jeden Verkauf vor.

3.1.3 Wertschöpfungswandel

Abbildung 2 zeigt eine vereinfachte Darstellung der traditionellen Wertschöpfung im Pressemarkt. Diese unterteilt sich in die Funktionsschritte Inhaltserstellung, Herstellung (im Wesentlichen der Druck) und Vertrieb. Die Werbung ist als gesonderter Baustein zu bewerten, der jedoch einen zentralen Beitrag zum gesamten Wertschöpfungsprozess leistet.

Erstellung von Inhalten

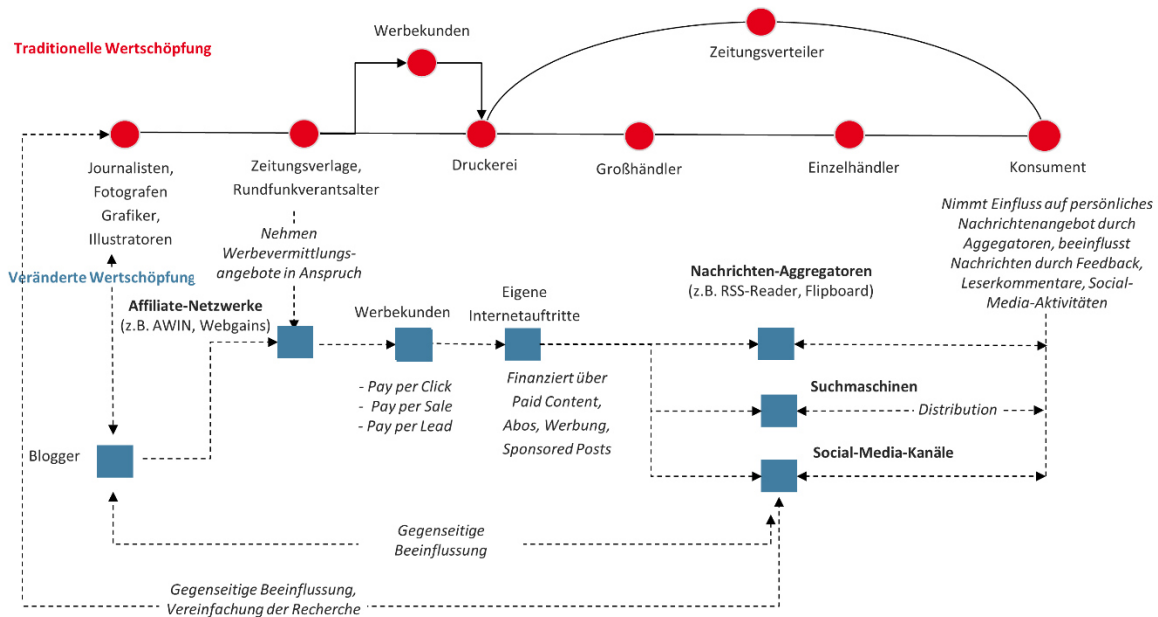
Die Generierung von Inhalten ist im journalistischen Bereich ein aufwendiger Prozess, der neben vielfältigen Aktivitäten insbesondere auf umfangreichen Recherchen, Bewertungen und Einordnungen von Informationen beruht. Dieser Wertschöpfungsschritt stützt sich auf diverse Akteure, wie Journalisten, Fotografen und Nachrichtenagenturen, die Inhalte und Nachrichten sammeln, analysieren und berichten. Nachdem erste Beitragsentwürfe erstellt sind, folgt im weiteren Prozess das Lektorat, die Bearbeitung, das Layout sowie alle grafischen Arbeiten. Der fertige Beitrag wird in digitaler Form in den Druck gegeben bzw. online bereitgestellt.

²⁷ Vergütung pro geklicktem Werbebanner, wobei Werbetreibende den Preis festlegen von wenigen Cents bis hin zu 2 EUR.

²⁸ Zusätzlich zum Klicken muss der Leser eine Aktion ausführen, etwa ein Abonnement abschließen oder sich für einen Newsletter einschreiben.

²⁹ Blogger erhält prozentualen Anteil am Verkauf einer Ware/Dienstleistung durch Leser.

Abbildung 2: Wertschöpfungswandel im Pressemarkt



Quelle: Prognos AG (2018).

Die Erstellung von Inhalten ist in der traditionellen Wertschöpfung mit erheblichen finanziellen und personellen Ressourcenaufwendungen verbunden. Durch neue digitale Möglichkeiten und Kommunikationslösungen kann dieser Prozess deutlich effizienter gestaltet werden. Journalisten profitieren dabei vom Feedback ihrer Lesercommunities als auch diverser Social-Media-Kanäle, die Informationen, Bild-, als auch Videomaterial direkt zur Verfügung stellen und somit Rechercharbeiten erheblich erleichtern. Wie jüngste Entwicklungen zeigen, ist dieser Trend auch kritisch zu bewerten. Die Möglichkeiten einer kosteneffizienten Kommunikation eröffnet Gelegenheiten und Mittel Falschnachrichten einfach zu produzieren und zu verbreiten und somit gezielt die öffentliche Meinung zu beeinflussen oder die Glaubwürdigkeit seriösen Journalismus zu schädigen.

Verlage

Die Funktion des Zeitungsverlages besteht darin, als traditioneller Intermediär zwischen Journalisten, werbetreibenden Unternehmen und der Leserschaft das Pressegeschäft zu koordinieren. Verlage selektieren, prüfen und bereiten Informationen für ein Leserpublikum in aggregierter Form auf. Darüber hinaus übernehmen Verlage das Anzeigengeschäft mit werbetreibenden Unternehmen. In diesem Sinne bedienen Verlage einen zweiseitigen Markt, in dem sie Informationen und Werbeflächen bereitstellen.

Um mit der zunehmenden Konkurrenz im digitalen Segment mithalten zu können, sind viele Verlage dazu übergegangen eigene Online-Angebote anzubieten. Ein zentrales Problem bleibt die Suche nach passenden Geschäftsmodellen, um eigene Inhalte monetarisieren zu können.

Vertrieb

Zeitungsverlage setzen traditionell auf eine umfangreiche Vertriebsinfrastruktur über Groß- und Einzelhändler, wobei Zeitungen entweder an einzelnen Verkaufsstellen oder im Abonnement vertrieben werden. Hierbei nehmen Zeitungsverteiler eine wichtige Rolle ein, indem sie die Logistik, Liefer- und Kundenservice verantworten.

Mittlerweile bieten sich diverse Möglichkeiten, Nachrichten und Informationen digital zu verbreiten. Neue Akteure, wie Online-Nachrichtenanbieter, Nachrichtenaggregatoren (z.B. RSS-Reader, Flipboard etc.) und Suchmaschinen sowie soziale Netzwerke bieten hierzu eigene Lösungen zur Distribution des Pressemarktes an.³⁰ Für Journalisten sind eigene Blogs ein potenzieller Weg ihre Arbeit einer Leserschaft zur Verfügung zu stellen.

Werbung

Ein wesentliches Element in der Wertschöpfungskette des Pressemarkts sind Anzeigenkunden und werbetreibende Unternehmen. Sie sind eine wichtige Voraussetzung für die finanzielle Tragfähigkeit des Verlags.

Wie eingangs erläutert entwickelt sich das Affiliate-Marketing zu einem zentralen Finanzierungskanal für das digitale Werbegeschäft. Hiervon wird auch der Pressemarkt als zentraler Anzeigenanbieter erfasst. Darüber hinaus ließen sich in den letzten Jahren eine Reihe an Neuerungen in Bezug auf die Form und Gestaltung von Werbung beobachten. Ein Trend ist hierbei das Vermischen redaktioneller Inhalte mit Werbeinhalten durch Sponsored Content und Advertorials.³¹

3.1.4 Erlösstrukturen

Im klassischen Rechtsverhältnis zwischen freien Journalisten und Verlagen sind Tarifverträge für arbeitnehmerähnliche freie Journalisten/-innen Grundlage für die Bestimmung der Höhe von Honoraren. Maßgebend für die Berechnung ist dabei der gedruckte Umfang (je Druckzeile á 34 bis 40 Buchstaben) und die Höhe der Auflage. Nicht selten finden im Rahmen der Arbeitsverträge zwischen freien Journalisten und Rechteinhabern „Total Buyout“-Klauseln Anwendung. Diese bestimmen, dass alle Verwertungsrechte an Texten, Fotos, Rundfunk- und Online-Beiträgen an die jeweiligen Verwerter übertragen und mit einer Honorarzahlung abgegolten sind.³²

Im Rahmen einer Umfrage des Deutsche Journalisten-Verbands (DJV) im Jahr 2014 wurden die Einkommen freier Journalisten erfasst. Im Durchschnitt beliefen sich die Einkommen auf 2.180 EUR brutto und liegen damit im Vergleich nominell nur wenig über dem Durchschnittseinkommen aus dem Jahr 2008 mit 2.147 EUR brutto. Inflationsbereinigt sind die durchschnittlichen Einkommen seit 2008 sogar real um rund 8 % gesunken.³³

Die Einkommen sind dabei stark davon abhängig, in welchem Medienbereich freie Journalisten tätig sind (vgl. Abbildung 3). Zeitungen als wesentliche Auftraggeber zahlen lediglich 1.395 EUR im Monat. Im Online-Bereich orientieren sich die gezahlten Einkommen in der Regel am Mutterkonzern des Online-Dienstes.

Überdurchschnittliche Einkommen lassen sich im Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie bei Rundfunkanstalten mit jeweils durchschnittlich 2.940 und 3.003 EUR mtl. erzielen. Tagessätze für PR-Arbeit beginnen üblicherweise bei etwa 500 EUR und gehen sogar bis zu 2.000 EUR.

Frei Bildjournalisten verdienen im Durchschnitt 1.573 EUR im Monat bei fast 48 Wochenstunden. Hinzu kommt, dass, verglichen mit freien Journalisten, bei freien Bildjournalisten die Betriebskosten

³⁰ OECD (2010). The Evolution of the News and the Internet.

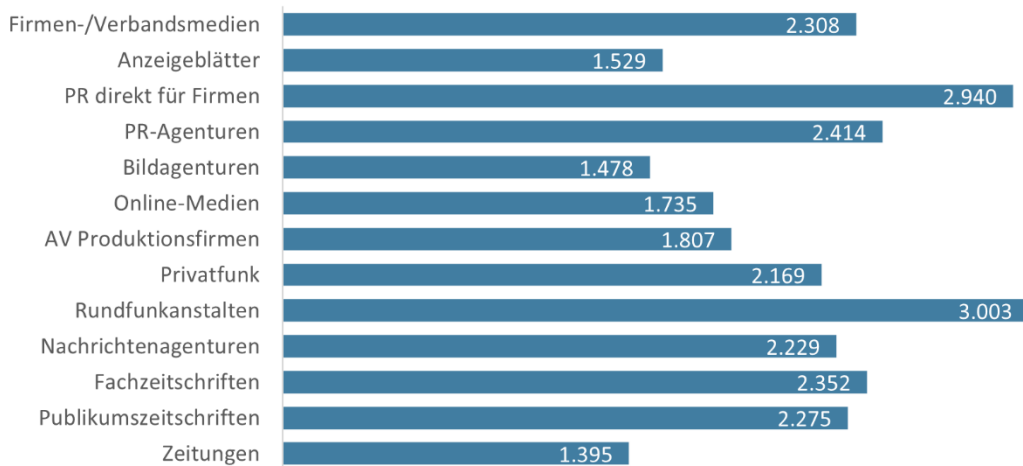
³¹ Siehe auch Ziff. 3.2.2.

³² Spielkamp, Matthias (2009). Branchenportrait Presse. In: Arbeit 2.0. Urheberrecht und kreatives Schaffen in der digitalen Welt.

³³ DJV (2014). DJV-Umfrage freie Journalisten 2014.

durch technische Aufwendungen (Fotokameras, Computerhardware etc.) deutlich höher sind und somit einen finanziellen Mehraufwand bedeuten.³⁴

Abbildung 3: Einkommen nach Medienbereich in EUR für das Jahr 2014



Quelle: DJV (2014). DJV-Umfrage Freie Journalisten 2014.

Diese Einkommenszahlen aus der klassischen Verwertung lassen sich denen aus der digitalen Verwertung gegenüberstellen.

Blogs

Blogs und die darauf aufsetzenden Verwertungspraktiken sind eine Option um Erlöse zu generieren. Zwar lässt sich keine verlässliche Aussage zur Anzahl der in Deutschland aktiv betriebenen Blogs machen, da kein Gesamtverzeichnis hierüber vorliegt und die Bloglandschaft durch eine hohe Dynamik geprägt ist.³⁵ Allerdings stellen die Befragungsergebnisse einer Studie der Forschungsstelle Medienwirtschaft und Kommunikationsforschung von 2014 fest, dass bereits rd. 17,7 % aller befragten Blogger als Journalisten tätig sind und 15,1 % eine journalistische Ausbildung vorweisen können.³⁶ Auch für die Zukunft ist mit einer Professionalisierung der Bloggerlandschaft zu rechnen.

Autoren und Journalisten verfolgen dabei im Wesentlichen drei Strategien zur Monetarisierung ihrer Arbeiten auf Blogs:

Paid Content

Paid Content als Erlösstrategie wird häufig parallel zu frei zugänglichen Inhalten auf Blogs gestellt. Frei zugängliches Material soll dabei für exklusive Bezahlinhalte werben. Im Paid Content unterscheidet man zwischen der pauschalen Einmalzahlung für dauerhaften Zugriff auf exklusive Inhalte, dem monatlichen bzw. jährlichen Abonnements, der Abrechnungen pro gelesenen Artikel und sogenannten Bundle-Angeboten, die mehrere Artikel zum vergünstigten Preis anbieten. Bezahlssysteme, wie PayPal dienen hierbei als Begleitstruktur, um Transaktionen von Lesern zu Bloggern zu gewährleisten.

³⁴ Ebd.

³⁵ Forschungsstelle Medienwirtschaft und Kommunikationsforschung (2014). Blogger 2014 – Das Selbstverständnis von Themenbloggern und ihr Verhältnis zum Journalismus.

³⁶ Ebd.

Affiliate-Marketing

Über Affiliate-Netzwerke lassen sich ebenfalls Erlöse in Form von Werbezahllungen durch werbetreibende Unternehmen generieren. Wie bereits in Kapitel 3.1.2 erläuterten, treten dabei Affiliate-Netzwerke als Dienstleister oder Vermittler auf, die aktiv am Werbegeschäft teilhaben.

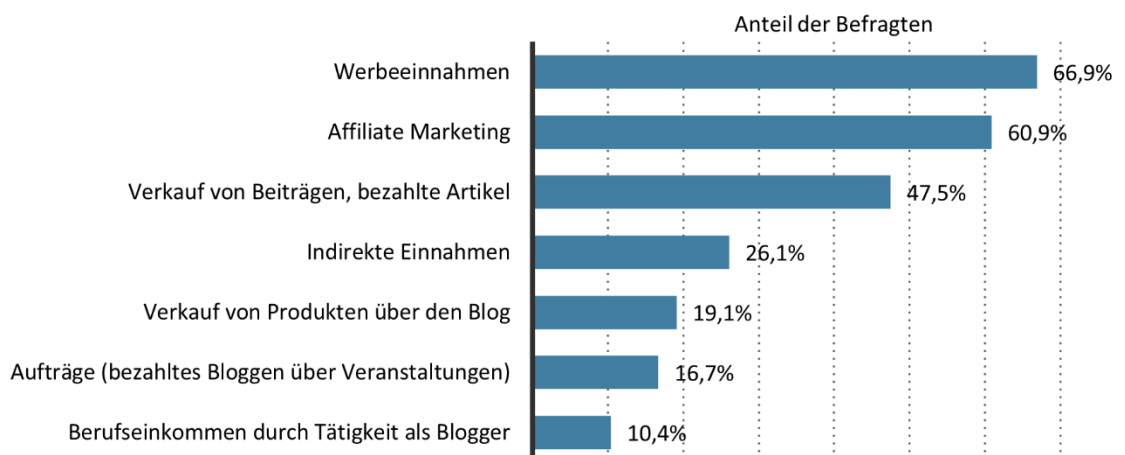
Die Werbeleistung durch den Blogger kann in Form von Text-Links, Werbebannern, Videos und sonstiger Werbemittel erfolgen, die in Sidebar und Blog integriert werden. Eine Vergütung findet in Form von „Pay per Click“, „Pay per Lead“ und „Pay per Sale“ statt.

Weitere Werbeaktivitäten

Weiterhin kann eine Werbeleistung in Form von Sponsored Posts erfüllt werden. Hierbei werden entweder Beiträge geschrieben, in denen redaktionelle und Werbe-Inhalte gemischt sind (Advertorial) oder als bezahlte Review in Auftrag gegeben werden, in denen der Autor oder Journalist relative Meinungs- und Bewertungsfreiheit mit Blick auf ein Produkt bzw. eine Dienstleistung hat.

Abbildung 4 zeigt die Verteilung aller generierten Einnahmen, die über Blogs generiert werden konnten und zeichnet im Ergebnis das klassische Finanzierungsmodell des Pressemarkts wieder. Werbung und das Affiliate-Marketing sind mit 66,9 % und 60,9 % aller befragten Blogger (N = 515) die zentralen Erlösquellen, gefolgt von Einnahmen aus dem Verkauf von Artikeln mit 47,5 %.

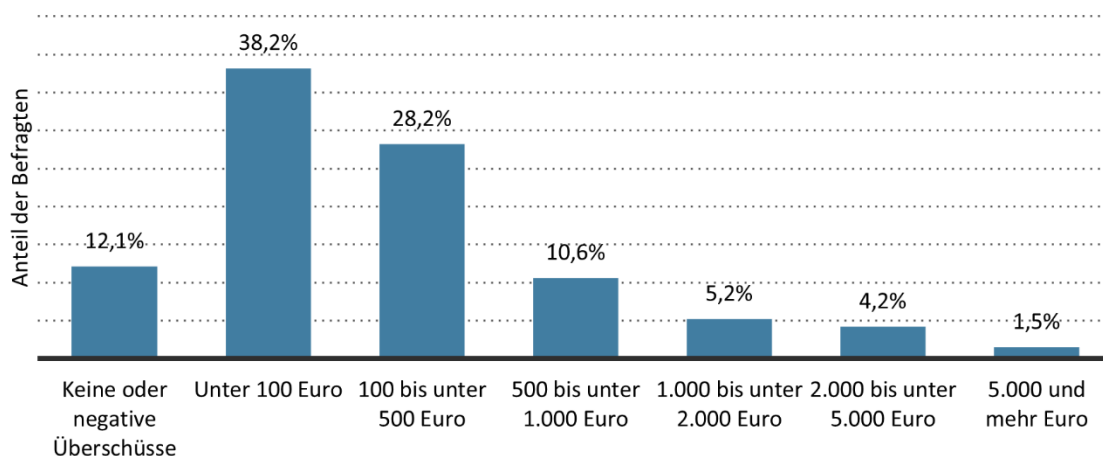
Abbildung 4: Einnahmen von Bloggern nach Ursprungsart



Quelle: Forschungsstelle Medienwirtschaft und Kommunikationsforschung (2014). Blogger 2014 – Das Selbstverständnis von Themenbloggern und ihr Verhältnis zum Journalismus.

Abbildung 5 weist die monatlichen Einnahmen von Bloggern aus. Relativ deutlich wird, dass die Hälfte aller befragten Blogger mit ihrer Blogtätigkeit entweder keine bzw. negative Überschüsse (12,1 %) oder nur geringe Einnahmen bis zu 100 EUR (38,2 %) erwirtschaften konnten. Einen Erlös von über 500 EUR können rd. 20 % aller Befragten erreichen, wobei 10,9 % sogar einen Erlös über 1.000 EUR erwirtschaften konnten.

Abbildung 5: Monatliche Einnahmen durch Blogging (in Prozent)



Quelle: Forschungsstelle Medienwirtschaft und Kommunikationsforschung (2014). Blogger 2014 – Das Selbstverständnis von Themenbloggern und ihr Verhältnis zum Journalismus.

Im Ergebnis bleibt festzuhalten, dass Erlöse aus digitalen Kanälen, wie Blogs und Textbörsen, gering und lediglich als zusätzliche Einnahme für den überwiegenden Großteil aller freien Journalisten zu verstehen sind. Ein kleiner Teil kann hierbei allerdings höhere Einkommen erreichen.

Bildagenturen

Im Hinblick auf die Vergütungsrichtlinien von Bildagenturen werden Anbieter von Bildmaterial entsprechend der agentureigenen Geschäftsbedingungen vergütet. Diese sehen häufig eine Umsatzbeteiligung in Form einer Kommission für jeden Bildverkauf vor. Die Höhe des Kommissionsatzes, also den durch die Agentur ausgezahlten Prozentsatz an den Urheber, richtet sich nach einem Rankingsystem, das einzelne Fotos nach der Zahl der Verkäufe bewertet. Je höher die Zahl der Verkäufe eines Fotos, desto höher steigt die Umsatzbeteiligung des Urhebers. Die Umsatzbeteiligung variiert hier nach Bildagentur zwischen 20 % bis 46 %. Werden Bilder exklusiv durch eine Bildagentur vertrieben, so lässt sich der Umsatzanteil des Urhebers steigern.

Den Aussagen und persönlichen Nutzererfahrungen auf Blogs und Foren zufolge, werden häufig mehrere Bildagenturen als Vertriebskanäle gewählt, um einen möglichst breiten Markt abzudecken. Ein Nutzer konnte beispielsweise innerhalb eines Jahres mit insgesamt ca. 2000 Bildverkäufen einen Umsatz von ca. 1.350 EUR erzielen. Seine mtl. Einnahmen betragen somit 112 EUR. Es ließen sich allerdings auch verhältnismäßig hohe jährliche Umsätze von 28.700 USD generieren.³⁷

Laut einer DJV-Studie von 2014 sind lediglich 1 % aller befragten (Bild-)Journalisten auf Bildagenturen tätig.³⁸ Demzufolge sei die Bedeutung von Bildagenturen als Einkommensquelle einzelner Publizisten aus dem Pressemarkt als eher gering zu bewerten.

³⁷ Kneschke, Robert (2016). Geld verdienen mit dem Verkauf von Fotos? Umsätze und Erfahrungen von Microstock-Anfängern (2016). alltaginesfotoproduzenten.de. URL: <https://www.alltaginesfotoproduzenten.de/2016/01/11/geld-verdienen-mit-dem-verkauf-von-fotos-umsaetze-und-erfahrungen-von-microstock-anfaengern/> (Abruf am 13.9.2018).

³⁸ Deutsche Journalisten-Verband (2014). DJV-Umfrage freie Journalisten 2014.

3.1.5 Implikationen der Digitalisierung für die KSVG-Abgabepflicht

Aus künstlerersozialversicherungsrechtlicher Sicht sind im Pressemarkt insbesondere von Publizisten betriebene Blogs und Newsletter, Affiliate-Netzwerke sowie Bildagenturen von Interesse.

Eigene Blogs/ Newsletter etc.

Wer selbst verfasste im weitesten Sinne journalistische Texte über eigene Blogs, Newsletter etc. der Öffentlichkeit zugänglich macht, übt zweifelsohne eine publizistische Tätigkeit im Sinne des § 2 S. 2 KSVG aus.³⁹ Nachdem sich der Blogger bzw. Online-Journalist direkt an seine Leser wendet und damit klassische abgabepflichtige Verwerter wie z.B. ein Presseverlag nicht mehr beteiligt sind, kann in der Regel keine Künstlersozialabgabe erhoben werden.

Sofern ein Publizist seine Texte den Lesern kostenpflichtig anbietet⁴⁰, wird es sich bei diesen meist um Privatpersonen handeln, die von vornherein nicht der Abgabepflicht unterliegen.⁴¹ Soweit der Publizist über den Verkauf von Werbeflächen Einnahmen erzielt (sog. Affiliate-Marketing), sind auch diese an ihn gezahlten Entgelte für die Käufer der Werbeflächen nicht abgabepflichtig.⁴² Daran ändert es nichts, dass die Einnahmen aus dem Affiliate-Marketing aufgrund des wirtschaftlichen, inhaltlichen und organisatorischen Zusammenhangs mit der publizistischen Tätigkeit für den versicherungspflichtigen Online-Journalisten zum Arbeitseinkommen zählen.⁴³ Denn das „aus selbstständiger künstlerischer und publizistischer Tätigkeit erzielte Arbeitseinkommen“ im Sinne des § 3 Abs. 1 S. 1 KSVG ist weder begrifflich noch inhaltlich mit dem „für künstlerische oder publizistische Werke oder Leistungen gezahlten Entgelt“ im Sinne des § 25 Abs. 1 S. 1 KSVG vergleichbar. Die Vorschriften weisen jeweils einen anderen Regelungsgegenstand auf und verfolgen unterschiedliche Zweckrichtungen.⁴⁴

Im Ergebnis sind eigene Blogs/ Newsletter eine neue Form der Selbstvermarktung, der kein abgabepflichtiges Unternehmen gegenübersteht. Die Finanzierung der Künstlersozialversicherung wird in solchen Fällen der Selbstvermarktung nicht über die Künstlersozialabgabe, sondern über den Bundeszuschuss gemäß § 34 Abs. 1 KSVG abgedeckt.⁴⁵

Affiliate-Netzwerke

Affiliate-Netzwerke (z.B. Affilinet, AWIN, Belboon, Webgains) sorgen dafür, dass Publisher (z.B. Blogger) die Werbemittel von Advertisern (werbetreibende Unternehmen) auf ihren Blogs und Webseiten integrieren und dafür eine Beteiligung an den hieraus erzielten Erlösen erhalten.

Auf die an den Publisher geleisteten Zahlungen wird man in aller Regel weder bei dem Affiliate-Netzwerk, noch bei dem Advertiser Künstlersozialabgabe erheben können. Denn es handelt sich bei der Zahlung nicht um ein Entgelt für publizistische Werke oder Leistungen im Sinne des § 25 KSVG. Das Bundessozialgericht hat hierzu in seinem Grundsatzurteil zum werbefinanzierten Onlinejournalismus Folgendes ausgeführt:

³⁹ Vgl. das Grundsatzurteil des BSG zum Online-Journalismus vom 21.07.2011, Az.: B 3 KS 5/10 R.

⁴⁰ Dies dürfte nur im Special Interest-Bereich im Einzelfall funktionieren (z.B. Börsennewsletter o.ä.).

⁴¹ Abgabepflichtig sind gemäß § 24 KSVG nur Unternehmer. Selbst wenn der Leser im Einzelfall ein abgabepflichtiger Unternehmer sein sollte, wird das für den Text gezahlte Entgelt regelmäßig nicht der Künstlersozialabgabe unterfallen, da abgabepflichtig nur diejenigen Entgelte sind, die der nach § 24 KSVG abgabepflichtige Verwerter „im Rahmen der dort aufgeführten Tätigkeiten“ zahlt.

⁴² Vgl. BSG, aaO., Rn. 27.

⁴³ Vgl. BSG, aaO.

⁴⁴ Vgl. BSG, aaO., Rn. 30.

⁴⁵ Vgl. BSG, aaO., Rn. 25; BT-Drucks. 9/26, S. 17.

„Das zwischen dem Kläger und dem werbenden Unternehmen für den Werbeflächenverkauf vereinbarte Entgelt wird weder final für eine publizistische Leistung noch kausal wegen ihr gezahlt (...). Zwar ist die durch die klägerischen Texte beeinflusste Website-Frequenzierung in der Regel Grundlage für die Auswahl des Klägers als Vertragspartner, nicht aber Gegenstand des Vertrags. Geschäftsgegenstand ist vielmehr allein der Verkauf von Werbeflächen. Das vereinbarte Entgelt wird für den Kauf einer Werbefläche bestimmter Größe für einen bestimmten Werbezeitraum, nicht aber für die auf der Website veröffentlichten Texte gezahlt.“⁴⁶

Allerdings mag die Beurteilung anders ausfallen, wenn die publizistischen Werke nicht ohne Einflussnahme der Affiliate-Netzwerke bzw. Advertiser auf deren Inhalt als bloßes „Transportmittel“ für die Werbemittel dienen, sondern konkrete inhaltliche Vorgaben (z.B. Nutzung bestimmter Keywords) gemacht werden und das Entgelt somit final für eine genau definierte publizistische Leistung gezahlt wird.

Bildagenturen

Sofern Journalisten, Blogger, Presseverlage usw. Bilder, Videos oder Fotos über digitale Bildagenturen (z.B. Getty Images, Shutterstock, Fotolia, Adobe Stock) lizenzieren, stellt sich die Frage, inwieweit auf die gezahlten Entgelte Künstlersozialabgabe erhoben werden kann.

Bilderdienste sind in § 24 Abs. 1 S. 1 Nr. 1 KSVG ausdrücklich als abgabepflichtige Unternehmen genannt. Allerdings haben inzwischen de facto alle großen Bildagenturen ihren Sitz im Ausland, so dass sie nicht zur Künstlersozialabgabe herangezogen werden können.⁴⁷ Die Erhebung von Künstlersozialabgabe beim Kunden der Bildagentur erscheint auf den ersten Blick ebenfalls ausgeschlossen. Erstens sind die Bilderdienste nahezu ausnahmslos als juristische Personen organisiert, so dass eine Abgabepflicht des Kunden eigentlich von vornherein ausscheidet. Zweitens ist Künstlersozialabgabe nur auf das an den Künstler für das von diesem erstellte Werk zu zahlen, nicht aber auf das Entgelt für die Weiterveräußerung durch einen Dritten.⁴⁸

Nicht zuletzt aufgrund der Abwanderung deutscher Bildagenturen ins Ausland, wendet die Künstlersozialkasse jedoch in der Prüfpraxis beim Erwerb von Stock-Footage von einer ausländischen Bildagentur zunehmend einen „Kunstgriff“ über § 25 Abs. 4 KSVG an, um eine Abgabepflicht des deutschen Kunden zu erreichen. Gemäß § 25 Abs. 4 KSVG ist Künstlersozialabgabe zu leisten, wenn ein abgabepflichtiges Unternehmen (hier der Kunde) von einer Person mit Sitz oder Wohnsitz im Ausland (hier die Bildagentur) ein Werk von einem selbstständigen Künstler oder Publizisten (hier der Urheber der Stock-Bilder) erwirbt, der zur Zeit der Herstellung des Werkes seinen Wohnsitz in Deutschland hatte, es sei denn, der Abgabepflichtige weist nach, dass von dem Entgelt bereits Künstlersozialabgabe gezahlt worden ist oder die Veräußerung des Werkes mehr als zwei Jahre zurückliegt. Unter Berufung auf diese für den juristischen Laien kaum verständliche Vorschrift fordert die KSK die abgabepflichtigen Unternehmen im Rahmen der Amtsermittlung zur Mitteilung auf, von welchen Personen die eingekauften Fotos erstellt wurden, ob diese Personen zum Zeitpunkt der Werkserstellung ihren Wohnsitz in Deutschland hatten und wann die Bildagentur die Rechte an den einzelnen Fotos erworben hat. Soweit die angeforderten Informationen vom Kunden nicht beschafft werden können, geht die KSK im Wege einer Beweislastregelung im Zweifel zulasten des Kunden von einer Abgabepflicht aus. Die Höhe des von der Bildagentur an die Urheber gezahlten Entgelts als Bemessungsgrundlage für die Künstlersozialabgabe wird dabei notfalls unter Berücksichtigung des Gewinn- und

⁴⁶ BSG, Urteil vom 21.07.2011, Az.: B 3 KS 5/10 R, Rn. 25.

⁴⁷ Vgl. Ziff. 5.3.2.

⁴⁸ Vgl. BSG, Urteil vom 25.02.2015, Az.: B 3 KS 5/13 R.

Kostenanteils auf Seiten der Bildagentur geschätzt. Diese Vorgehensweise ist zwar rechtlich diskutabel und von den Sozialgerichten noch nicht ausdrücklich anerkannt worden. Sie führt aber aktuell dazu, dass beim Erwerb von Stockfotos über ausländische Bildagenturen etwaige Künstlersozialabgabe-Ausfälle zumindest teilweise vermieden werden können.

3.2 Werbemarkt

Zum Werbemarkt zählen alle erwerbsorientierten Tätigkeiten, die sich mit der Konzeption und Umsetzung werblicher Projekte beschäftigen, wie zum Beispiel die Gestaltung von Anzeigen, Plakaten, Werbespots und Webdesigns. Zum Werbemarkt zählt außerdem die Werbevermittlung, die sich mit der Vermarktung und Vermittlung von Werbeflächen und Werbeseiten über Print, TV, Außenwerbung sowie Online-Werbung beschäftigt.

Eine eindeutige Trennung ist zwischen der Werbemarkt und Designwirtschaft nicht immer möglich. Aus einer künstlerisch-publizistischen Sicht sind die Grenzen fließend. Dies wird in erster Linie schon an der Beschäftigtenstruktur deutlich: Ein Drittel aller selbstständigen Designer sind primär in der Werbegestaltung tätig.⁴⁹ Entsprechend sind viele, den Werbemarkt prägende Entwicklungen auch in der Designwirtschaft zu beobachten.

Technologie und Daten verändern etablierte Wertschöpfungsstrukturen im Werbemarkt, öffnen Räume für neue Geschäftsmodelle und Plattformakteure, begünstigen werbebetriebene Medieninhalte und definieren schließlich den Wert von Werbung neu.⁵⁰

Online- und Mobile-Werbung wachsen in Deutschland rasant und erreichen OVK⁵¹-Prognosen zufolge im Jahr 2018 ein Nettorekordvolumen von 2.121 Mrd. EUR.⁵² Dies bedingt allerdings eine Fragmentierung in allen damit verbundenen Bereichen (Nutzungs-Devices, Mediaangebote, AdTech, u.a.) und stellt Branchenakteure vor neue Effektivitäts Herausforderungen.⁵³ Gleichzeitig bietet es mit dem Programmatic Advertising⁵⁴ neue Möglichkeiten durch datengetriebene und personalisierbare Werbung, Zielgruppen präziser zu adressieren und Streuverluste zu minimieren. Allein in Deutschland betrug der Anteil des Programmatic Advertising an der OVK-Werbestatistik im Jahr 2017 bereits 44 %, was ein Wachstum von 11 % im Vergleich zu Vorjahr darstellt.⁵⁵ Dies hat zur Folge, dass die Datenhoheit über Nutzerpräferenzen und -verhalten die Position großer international agierender Plattformen, wie Google und Facebook, weiter stärkt und etablierte Medienagenturen aus der Werbevermittlung vor neue Risiken stellt.⁵⁶

Auch im Bereich der Werbung verändert das Aufkommen digitaler Trends und Entwicklungen die klassische Geschäftspraxis von Werbeagenturen. Neben der personalisierbaren Werbung wird vor allem Werbung immer wichtiger, die von Zielgruppen als authentisch empfunden wird. Werbeinhalte und Kommunikationsformen bekommen durch Content Marketing, Native Advertising⁵⁷ und vor allem das Influencer Marketing eine neue Richtung. So wird weniger auf die simple Werbebotschaft abgezielt, als vielmehr auf einen informativen Mehrwert und einer authentischen Kommunikation

⁴⁹ BMWi (2015). InfoKreativ: Praxistipps für Kreative und Kulturschaffende: Designwirtschaft.

⁵⁰ Institut für Europäisches Medienrecht (2016). (Neue) Geschäftsmodelle der Medienagenturen – Eine ökonomische und rechtliche Betrachtung.

⁵¹ Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW).

⁵² Bundesverband Digitale Wirtschaft e.V., OVK-Report für digitale Werbung 2018/01: Online und Mobile – Zahlen und Trends im Überblick. URL: https://www.bvdw.org/fileadmin/bvdw/upload/publikationen/ovk/RZ_OVK_Report_2018_1_final.pdf (Abruf am 13.9.2018).

⁵³ Fachgruppe Online-Mediaagenturen (2017). FOMA Trendmonitor 2017 URL: https://www.bvdw.org/presseserver/Publikationen/BVDW_FOMA_Trendmonitor_2017.PDF (Abruf am 13.9.2018).

⁵⁴ Unter Programmatic Advertising versteht man den automatisierten und softwarebasierten Ein- und Verkauf von Werbeflächen, in Form einer Auktion. Dabei wird die eingeblendete Werbung gezielt auf den Nutzer zugeschnitten.

⁵⁵ Bundesverband Digitale Wirtschaft e.V. (2017). BVDW-Werbestatistik – Programmatic Advertising 2017/02. URL: https://www.bvdw.org/fileadmin/bvdw/upload/publikationen/programmatic_advertising/factsheet_programmatic-advertising_2017_02.pdf (Abruf am 13.9.2018).

⁵⁶ Interviewaussage eines Branchenakteurs.

⁵⁷ Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. definiert Native Advertising als eine Form der bezahlten Onlinewerbung, die sich optisch und funktional an die redaktionellen Inhalte der Ausspielseite anpasst.

der Marke als „Experte“ oder festen Bestandteil eines Themas oder Lebensbereiches (z.B. RedBull Magazin).⁵⁸

Um die Nachfrage nach digitalen Werbeformaten und -gestaltungsformen zu decken, hat sich ein Plattform-Ökosystem entwickelt, welches insbesondere durch Crowdfunding, Multichannel-Network und Influencer Marketing neue Formen der Arbeitsorganisation zunehmend etabliert. In diesem Zuge verändern digitale Arbeitsweisen nachhaltig die Arbeitsrealität und Einkommenssituation von Kreativen.⁵⁹

3.2.1 Teilmarktbetrachtung

Die Umsätze des deutschen Werbemarktes sind zwischen 2010 und 2016 mit jeweils 25,7 und 26,2 Mrd. EUR relativ konstant geblieben. Nichtsdestotrotz entspricht der generierte Umsatz für 2016 einem Anteil von 15,2 % des Gesamtumsatzes der Kultur- und Kreativwirtschaft – damit zählt der Werbemarkt zu den drei umsatzstärksten Teilmärkten. Der erwirtschaftete durchschnittliche Umsatz der Unternehmen im Jahr 2016 ist mit knapp 176.000 EUR pro Erwerbstätigen im Vergleich zu anderen Teilmärkten ebenfalls hoch. Auch die Beschäftigung im Werbemarkt stellt sich positiv dar. Während die Anzahl der Kernerwerbstätigen (Freiberufler / Selbstständige und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte) seit 2010 um 9 % auf 149.380 wachsen konnte, ist die Anzahl der geringfügig Beschäftigten im Vergleich um 17,4 % auf 101.685 gefallen. Die Anzahl der Unternehmen ist im betrachteten Zeitraum um 17,5 % zurückgegangen und beträgt 29.139 Unternehmen im Jahr 2016. Dies entspricht einem Unternehmensanteil von 9,5 % an der Gesamtanzahl aller Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft.⁶⁰

Tabelle 2 skizziert die strukturellen Veränderungen der Werbewirtschaft in Deutschland anhand der erfassbaren Netto-Umsatzentwicklungen einzelner Werbeträger von 2014 bis 2017. Deutlich wird, dass gerade printbasierte Werbeträger im betrachteten Zeitraum einen deutlichen Umsatzrückgang zu verzeichnen haben. Der deutlichste Rückgang lässt sich im Bereich Publikumszeitschriften (-6,7 % p.a.), Tageszeitungen (-5,6 % p.a.), Wochenzeitungen (-3,7 % p.a.) und Fachzeitschriften (-1,3 % p.a.) beobachten. Einzig das Anzeigengeschäft konnte sich mit einem geringen jährlichen Wachstum von 0,2 % verhältnismäßig stabil halten.

Dynamisch wächst hingegen das digitale Werbegeschäft mit Online- und Mobile-Werbung – hier konnten Netto-Umsätze von 1.638,76 Mio. EUR im Jahr 2017 verzeichnet werden. Dies entspricht einem durchschnittlichen jährlichen Wachstum seit 2014 von 6,8 %. Besonders hervorzuheben ist das Werbegeschäft im Bereich Fernsehen, Hörfunk und Out-of-Home-Werbung (OoH) mit einem jährlichen Wachstum von jeweils 2,3 %, 2,1 % und 7,5 %. Zur positiven Entwicklung in diesen Werbesegumenten trägt bei, dass trotz der allgemeinen Beliebtheit digitaler Angebote das lineare Fernsehen und der Hörfunk für 91,5 % bzw. 92,6 % aller Deutschen ein etabliertes und regelmäßig genutztes Medium bleibt.⁶¹ Da die verbrachte Zeit außer Haus ebenfalls kontinuierlich steigt, bleibt die OoH-Werbung weiterhin ein bewährtes Massenmedium der Werbewirtschaft.⁶²

⁵⁸ Horizont Online (2018). So schätzen Media-Entscheider den Werbemarkt 2018 ein. URL: <https://www.horizont.net/agenturen/nachrichten/TV-Kino-Online-OoH-So-schaetzen-Media-Entscheider-den-Werbemarkt-2018-ein-164019> (Abruf am 13.9.2018).

⁵⁹ Leimeister et al. (2016). Crowd Worker in Deutschland. Eine empirische Studie zum Arbeitsumfeld auf externen Crowdsourcing-Plattformen.

⁶⁰ BMWi (2017): Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2017.

⁶¹ Verband Privater Rundfunk und Telemedien e. V. (2017). VPRT-Mediennutzungsanalyse 2017. Mediennutzung in Deutschland 2017. Berlin.

⁶² Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft ZAW e.V. (2017). Netto-Umsatzentwicklung der Werbeträger 2017. URL: <http://www.zaw.de/zaw/branchendaten/nettoumsatzentwicklung-der-werbetraeger/> (Abruf am 13.9.2018).

Betrachtet man allerdings die absoluten Zahlen für das Jahr 2017, so wird deutlich, dass es mit dem Fernsehen (4.591,10 Mio. EUR), den Tageszeitungen (2.386,19 Mio. EUR) und dem Anzeigengeschäft (1.856,75 Mio. EUR) weiterhin die klassischen Werbeträger sind, die den Werbemarkt dominieren.

Tabelle 2: Netto-Werbeinnahmen erfassbarer Werbeträger in Deutschland 2014 bis 2017

Werbeträger	2014	2015	2016	2017	Durchschnittliches jährliches Wachstum
Fernsehen	4.292,16	4.421,85	4.559,70	4.591,10	2.3%
Tageszeitungen	2.840,20	2.651,38	2.529,89	2.386,19	-5.6%
Anzeigeblätter	1.847,00	1.811,00	1.917,00	1.856,75	0.2%
Online und Mobile	1.344,22	1.424,74	1.517,35	1.638,76	6.8%
Außenwerbung	926,33	1.005,44	1.033,01	1.150,78	7.5%
Publikumszeitschriften	1.190,00	1.075,00	1.015,00	965,00	-6.7%
Fachzeitschriften	868,55	861,60	864,53	834,27	-1.3%
Verzeichnismedien	970,10	891,52	845,16	790,22	-6.6%
Hörfunk	737,66	742,80	767,55	784,46	2.1%
Wochenzeitungen/Sonntagszeitungen	154,20	154,54	144,04	137,71	-3.8%
Kino	80,59	95,14	88,28	92,84	4.8%
Zeitungssupplements	79,30	79,30	79,30	79,30	0.0%
Gesamt	15.330,31	15.214,31	15.360,81	15.307,38	-0.1%

Angaben in Mio. €, netto: nach Abzug von Mengen- und Malrabatten sowie Mittelprovisionen ohne Produktionskosten

Quelle: ZAW (2018). Netto-Umsatzentwicklung der Werbeträger 2017.

3.2.2 Akteursgeflecht

Zu den potenziell Versicherten nach dem KSVG zählen u.a. Grafiker und Art Directoren sowie Illustratoren und Texter. An dieser Stelle sei auf die Nähe zum Designmarkt verwiesen, dem viele Künstler/Publizisten aus dem Werbemarkt zuzuordnen sind.

Zu den klassischen Verwertern zählen neben Werbe- und Mediaagenturen auch Networkagenturen.

Als potenzielle neue Verwerter sind insbesondere zu nennen:

Textbörsen/Content-Plattformen

Auf Textbörsen bzw. Content-Plattformen werden u.a. Texte für Pressemitteilungen, PR-Texte, Produktbeschreibungen und SEO-Texte⁶³ an Werbungtreibende vermittelt. Der Auftraggeber hat hierbei die Möglichkeit, eine qualifikationsbasierte Vorauswahl der Crowdworker vorzunehmen (Bewertungssystem auf Basis von Kundenbewertungen) und denjenigen mit dem passendsten Profil zu wählen. Aus diesem Grund wird diese Kategorie des Crowdforkings auch als Marktplatz-Plattform bezeichnet.⁶⁴ Beispiele hierfür sind textbroker.de oder content.de.

⁶³ SEO-Texte zielen darauf ab, die Platzierung von Webseiten und Inhalten in Ergebnissuchen über Suchmaschinen zu erhöhen, in dem Suchbegriffe gezielt auf das Suchverhalten von Nutzern optimiert werden.

⁶⁴ Leimeister et al. (2016). Crowd Worker in Deutschland. Eine empirische Studie zum Arbeitsumfeld auf externen Crowdsourcing-Plattformen.

Design-Plattformen

Als weitere Kategorie sind Design-Plattformen zu nennen. Aufgrund der großen Überschneidungen zwischen Werbung und Design im Bereich der Gestaltung und Konzeption, ist auch diese Kategorie für den Werbemarkt relevant. Design-Plattformen vermitteln insbesondere Gestaltungsaufgaben, wie Logodesign, Webdesigns sowie Designentwürfe für Merchandise und Corporate Identity. Die Vergabe ist im Rahmen von kreativen Wettbewerben organisiert und wird mit einem Preisgeld vergütet.⁶⁵ Beispiele für Design-Plattformen sind etwa der dominierende Plattformbetreiber 99designs oder das in Deutschland ansässige Unternehmen designenlassen.de mit mittlerweile 35.000 verfügbaren Crowdworkern.⁶⁶

Innovationsplattformen

Innovationsplattformen legen den Fokus auf Innovationsentwicklung und Ideengenerierung u.a. auch in den Bereichen Werbung, Design und Kommunikation.⁶⁷ Lösungen zu Fragestellungen und Problemskizzen großer Unternehmen und Organisationen werden auch hier im Wettbewerb ausgeschrieben und mit Preisgeldern vergütet. Neben der Entwicklung von Open Innovation-Lösungen durch die Crowd, findet ebenfalls eine Vermittlung von Marketing-Kampagnen für große Unternehmen statt (z.B. jovoto).⁶⁸

Influencer-Plattformen

Influencer-Plattformen vermitteln Influencer an werbetreibende Unternehmen. Die Werbeinhalte werden entweder von den werbetreibenden Unternehmen bzw. den von diesen beauftragten externen Kreativen oder von den Influencern selbst gestaltet und erstellt. Hierbei können Unternehmen und Agenturen aus einem Pool an Influencern diejenigen Influencer engagieren, die das gewünschte Zielpublikum bereits bedienen. Beispiele für solche Plattformen sind das polnische indaHash oder der deutsche Anbieter Reachhero.

Multichannel-Networks (MCN)

Unter Multichannel-Networks versteht man Dienstleister, die auf Videoplattformen wie YouTube agieren und Videoproduzenten bei der Produktion, dem Publikumsaufbau, der Verwaltung digitaler Rechte sowie bei der Monetarisierung unterstützen. MCN finanzieren sich über zwei Haupteinnahmequellen. Hierzu zählen Werbeeinnahmen, an denen MCN einen prozentualen Anteil halten sowie Sponsored Content-Produktionen⁶⁹. Dabei werden entweder Kooperationsverträge mit YouTubern geschlossen oder MCN produzieren für durch MCN betriebene Videokanäle (Owned & Operated (O&O)) eigene Videos.⁷⁰ Beispiele für MCN sind u.a. Endemol Beyond, Studio71 oder Mediakraft.

Affiliate-Netzwerke

Affiliate-Netzwerken sind dem Bereich des Online-Marketings zuzuordnen und meinen Plattformen, die sogenannte Publisher (z.B. Blogger) mit Advertisern (werbetreibenden Unternehmen) zusammenbringen. Dabei stellen Affiliate-Netzwerkbetreiber Publishern Werbemittel zur Verfügung, die diese

⁶⁵ Schmidt, Florian (2017). Digital Labour Markets in the Platform Economy: Mapping the Political Challenges of Crowd Work and Gig Work, S. 16. Friedrich-Ebert-Stiftung.

⁶⁶ Leimeister et al. (2016). Crowd Worker in Deutschland. Eine empirische Studie zum Arbeitsumfeld auf externen Crowdsourcing-Plattformen.

⁶⁷ Baumann, Jana.; Rudzio, Kolja (2016). Crowdworking: Die neuen Heimwerker. Die Zeit. URL: <https://www.zeit.de/2016/18/crowdworking-freelancer-digital-arbeitsmarkt> (Abruf am 13.9.2018).

⁶⁸ Schmidt, Florian (2017). Digital Labour Markets in the Platform Economy: Mapping the Political Challenges of Crowd Work and Gig Work, S. 16. Friedrich-Ebert-Stiftung.

⁶⁹ Unter Sponsored Content versteht man Werbung, die in Form und Qualität redaktionellen Inhalten ähneln. Sie dienen in der Regel dazu durch nützliche oder unterhaltsame Inhalte die Wahrnehmung der Sponsorenmarke positiv zu beeinflussen.

⁷⁰ Strategy& (2014). The rise of multichannel networks. Critical capabilities for the new digital video ecosystem. URL: <https://www.strategyand.pwc.com/reports/rise-of-multichannel-networks> (Abruf am 13.9.2018).

auf ihren Blogs und Webseiten integrieren können. Aufgrund der inhaltlichen Nähe zum Bereich Pressemarkt werden Affiliat-Netzwerke folglich in diesem ausführlich behandelt.⁷¹

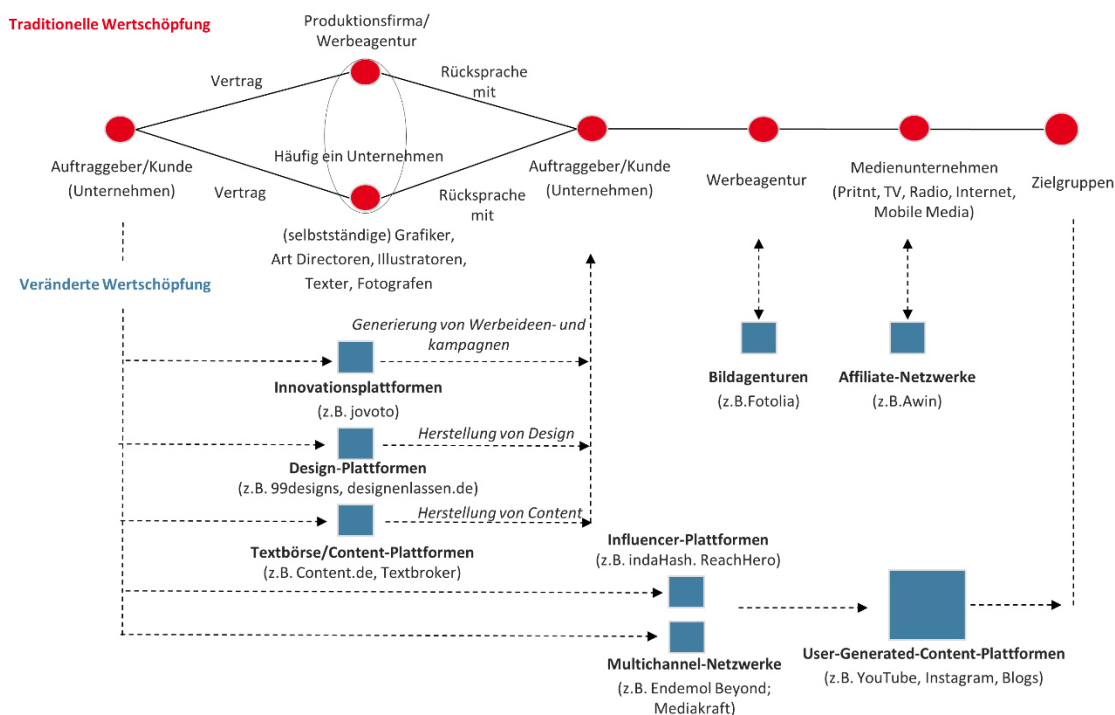
Bildagenturen

Auch im Werbemarkt können Bildagenturen, wie Fotolia oder Getty Images eine Rolle spielen. Besonders im Bereich PR und der Bespielung unternehmenseigener Social Media-Kanäle sind Stockimages eine günstige Form der visuellen Kommunikationsgestaltung.⁷² Eine ausführliche Darstellung von Bildagenturen findet sich allerdings in der Beschreibung des Pressemarktes.

3.2.3 Wertschöpfungswandel

Die Wertschöpfung im Werbemarkt ist zunehmend getrieben durch Technologien und Daten, daraus abgeleiteter Geschäftsmodelle sowie innovativen Werbeformen, deren Gestaltung und Umsetzung zunehmend in der Crowd organisiert wird. Abbildung 6 verdeutlicht die Veränderung von Wertschöpfungsprozessen im Zuge datengetriebener Werbung, Crowdfunding und dem Trend zum Influencer Marketing.

Abbildung 6: Wertschöpfungswandel im Werbemarkt



Quelle: Prognos AG (2018).

⁷¹ Siehe dazu Ziff. 3.1.2.

⁷² Interviewaussage eines Branchenakteurs.

Akquisition/Anbahnung

Im Gegensatz zum gängigen kreativwirtschaftlichen Prozess bildet nicht der schöpferische Akt, sondern die Akquisition bzw. Anbahnung eines Auftrags oder einer Geschäftsbeziehung den Ausgangspunkt einer jeden Wertschöpfung im Werbemarkt.⁷³ Dieser vorgeschaltete Wertschöpfungsschritt wird im sogenannten Pitch vollzogen und meint damit den konzeptuellen Wettbewerb zwischen einer Auswahl an Agenturen um einen Kommunikationsauftrag und einen festgelegten Werbeetat. Für die Teilnahme einer Agentur an Pitches bieten sich unterschiedliche Möglichkeiten und Strategien an. Unterschieden wird hierbei zwischen einer Anbahnung durch den Kunden⁷⁴, einer Anbahnung durch Werbeagenturen⁷⁵ sowie der Anbahnung durch sogenannte Pitch-Agenturen, die als kunden-seitige Makler und Berater agieren und den Auswahlprozess begleiten und strukturieren. Schließlich sind auch öffentliche Ausschreibungen als Anbahnungsform des öffentlichen Sektors zu nennen.

Im Pitch entscheidet sich der Kunde aus den unterschiedlichen Präsentationsentwürfen für das passende Kommunikationskonzept; Entwürfe der restlichen Wettbewerber bleiben in der Regel unvergütet. Der erfolgreiche Pitch mündet schließlich im Vertragsabschluss zwischen Kunden und Werbeagentur und leitet den eigentlichen schöpferischen Akt ein.⁷⁶

Das traditionelle Akquiseprinzip des Pitches wird im digitalen Kontext unter anderem durch Crowdfunding-Plattformen abgebildet. Auf Plattformen, wie z.B. *jovoto*,⁷⁷ das nach eigenen Angaben mit internationalen Marken, Non-Profit-Organisationen und Werbeagenturen zusammenarbeitet, können Unternehmen im Rahmen von Wettbewerben insbesondere für kleinere Werbekampagnen Ideen und Konzepte für ein festgelegtes Preisgeld einkaufen. Internationale Großorganisationen, wie Greenpeace, Audi oder Coca-Cola profitieren hierbei vom daraus resultierenden hochgradig kompetitiven Angebot, welches durch niedrige Preise und hohe Auswahl bestimmt ist. Problematisch bleibt, dass, anders als im Agentur-Pitch, Kreative als Einzelpersonen das gesamte unternehmerische Risiko tragen, wenn Kampagnen und Entwürfe vom Kunden nicht abgenommen werden.

Schöpferischer Akt

Kernstück des schöpferischen Aktes ist die Werbekampagne, die ein Produkt, eine Dienstleistung oder Marke zielgruppenorientiert kommunizieren soll. Form und Inhalt der kommunikativen Idee wird in diesem Wertschöpfungsschritt durch die Kreative einer Agentur konkret entwickelt. In Rahmen eines Pre-Tests wird das Konzept auf Ansprache und Zielgruppenwirkung kontrolliert und mit dem Kunden gespiegelt. Die Agenturberater sind hierbei wichtige Akteure, die für das Schnittstellenmanagement zwischen Auftragnehmer und -geber verantwortlich sind. Sollte die vorgesehene Werbewirkung im Pre-Test nicht bestätigt werden, findet eine Anpassung und Weiterentwicklung des Konzepts statt. Erst nachdem die Testphase positiv abgeschlossen ist, beginnt die Umsetzung des Konzeptes im Herstellungsprozess.⁷⁸

Herstellung

Im Herstellungsprozess wird die Umsetzung der Werbeidee verfolgt. Je nach Kommunikationsmedium und -produkt sind für die Umsetzung unterschiedliche Vorleistungen abzudecken und fachliche Disziplinen miteinzubeziehen. Klassische Werbekampagnen in Form von Werbeschaltungen für beispielsweise Fernsehen, Kino, Hörfunk und Printmedien setzen Fachpersonal insbesondere aus den

⁷³ Prognos AG (2012). Kreativ-Report NRW. Ökonomische Bedeutung und Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen.

⁷⁴ Vorauswahl einiger potenzieller Agenturen aus einer Longlist nach Reputation und Etathöhe.

⁷⁵ Kontakte und Netzwerkpflge der Berater einer Agentur und der PR- und Marketingabteilung eines Unternehmens.

⁷⁶ ICG culturplan Unternehmensberatung GmbH (2010). Kulturwirtschaft in Düsseldorf. Entwicklung und Potentiale.

⁷⁷ Jovoto arbeitet nach eigenen Angaben mit internationalen Unternehmen, Non-Profit-Organisationen und Werbeagenturen zusammen.

⁷⁸ ICG culturplan Unternehmensberatung GmbH (2010). Kulturwirtschaft in Düsseldorf. Entwicklung und Potentiale.

Bereichen Film- und Soundproduktionen, Fotografie, Lithografie, Grafik und Druck voraus. Nichtklassische Werbung, die auf Werbemaßnahmen am Point of Sale, Messen und Events abzielt, sowie auf Promotionaktionen, werden insbesondere von Grafikern, Lithografen, Fotografen sowie Drucktechnikern erstellt.⁷⁹

Auch in diesem Wertschöpfungsschritt bieten sich potenzielle Zugänge, um einzelne Aufgaben insbesondere der nichtklassischen Werbung auf Crowdfunding Plattformen auszulagern. Da nicht jede Werbeagentur eigene Texter beschäftigt, sind es insbesondere Textbörsen, wie textbroker.de oder content.de, die in den Wertschöpfungsprozess integriert werden können. Auch Grafiker und Mediengestalter lassen sich für die Gestaltung von Anzeigen, Broschüren, Logos und Websites über Plattformen, wie designenlassen.de oder 99designs engagieren. Für die Produktion und Umsetzung des Influencer Marketings können Werbeagenturen oder werbungtreibende Unternehmen Kampagnenaufträge über Plattformen, wie indaHasch, Reachhero oder Famebit an einzelne Influencern vermitteln, die diese umsetzen.

Verbreitung/Rollout

Das Rollout beinhaltet die Vermittlung und Kommunikation des Werbeproduktes über verschiedene Werbeplätze und -kanäle hin zur Zielgruppe.

Im Bereich der klassischen Werbung wirken Werbeagenturen gemeinsam mit Mediaagenturen zusammen. In Abstimmung mit Kunden und Werbeagenturen entwickeln Mediaagenturen eine am Werbeprodukt orientierte Leitstrategie, die darüber entscheidet, welche Medienkanäle welche Zielgruppen am effektivsten ansprechen und erreichen. Daran anknüpfend übernehmen Mediaagenturen die Abwicklung des Kommunikationsprozesses vom Ankauf von Werbeplätzen bis zur Umsetzung der Kommunikation.

Mit der Digitalisierung entwickelt sich besonders das Feld des Programmatic Advertising dynamisch weiter. Programmatisch ausspielbare digitale Kanäle werden für Werbungtreibende zunehmend interessant (vgl. auch Nettoumsatzzahlen in Tabelle 2), da sie Streuverluste im Kommunikationsprozess zu Zielgruppen minimieren. Laut Interviewaussage eines Branchenakteurs sei diese Entwicklung insbesondere aus Sicht etablierter Werbevermittler kritisch zu bewerten. Das Feld der Online- und Mobilwerbung wird überwiegend durch große Plattformbetreiber dominiert. Schätzungen zufolge erreichen Google und Facebook bis 2020 im Bereich Onlinewerbung einen Marktanteil von 85 %.⁸⁰ Diese starke Position fordert Mediaagenturen besonders heraus, im digitalen Werbesegment ihre Nische zu besetzen.

Mediaagenturen reagieren auf diese Entwicklungen, in dem sie zum einen versierte Kapazitäten im Umgang mit Daten ausbauen⁸¹ und zum anderen zunehmend auch gestalterische Kompetenzen übernehmen, um das eigene Leistungsportfolio auszubauen.⁸² In diesem Sinne decken Mediaagenturen heutzutage nicht selten ein breiteres Leistungsspektrum ab, welches auch vorgelagerte Wertschöpfungsschritte abdeckt.

⁷⁹ Ebd.

⁸⁰ Bundesverband Digitale Wirtschaft e.V. (2016). Programmatic Advertising Kompass 2016/2017. URL: https://www.bvdw.org/fileadmin/bvdw/upload/publikationen/programmatic_advertising/Kompass_Programmatic_Advertising_2016_2017.pdf (Abruf am 13.9.2018).

⁸¹ Fachgruppe Online-Mediaagenturen (2017). FOMA Trendmonitor 2017. URL: https://www.bvdw.org/presseserver/Publikationen/BVDW_FOMA_Trendmonitor_2017.PDF (Abruf am 13.9.2018).

⁸² ICG culturplan Unternehmensberatung GmbH (2010). Kulturwirtschaft in Düsseldorf. Entwicklung und Potentiale.

3.2.4 Erlösstrukturen

Der Gesamtverband Kommunikationsagenturen (GWA) führt im Rahmen seiner Gehaltsstudie 2016 Zahlen zur Gehaltsverteilung klassischer Berufsgruppen im Werbemarkt auf. Demzufolge sei grundsätzlich in größeren Agenturen ein höheres Gehaltsniveau zu erreichen als in kleinen Agenturen. Im Bereich der kreativen und gestalterischen Berufsgruppen, wie der Konzeption, seien mit einem durchschnittlichen jährlichen Einkommen von 56.224 EUR die höchsten Gehälter zu erzielen. Texter kommen auf ein durchschnittliches Einkommen von 52.469 EUR. Beschäftigte aus dem Bereich Art verdienen im Durchschnitt 50.429 EUR pro Jahr. Etwas niedriger sind die Gehälter im Bereich Produktion mit 46.663 EUR.⁸³ Diese Zahlen sollen einer Einordnung nachfolgender Ausführungen zum Arbeitseinkommen aus digitalen Kanälen dienen.

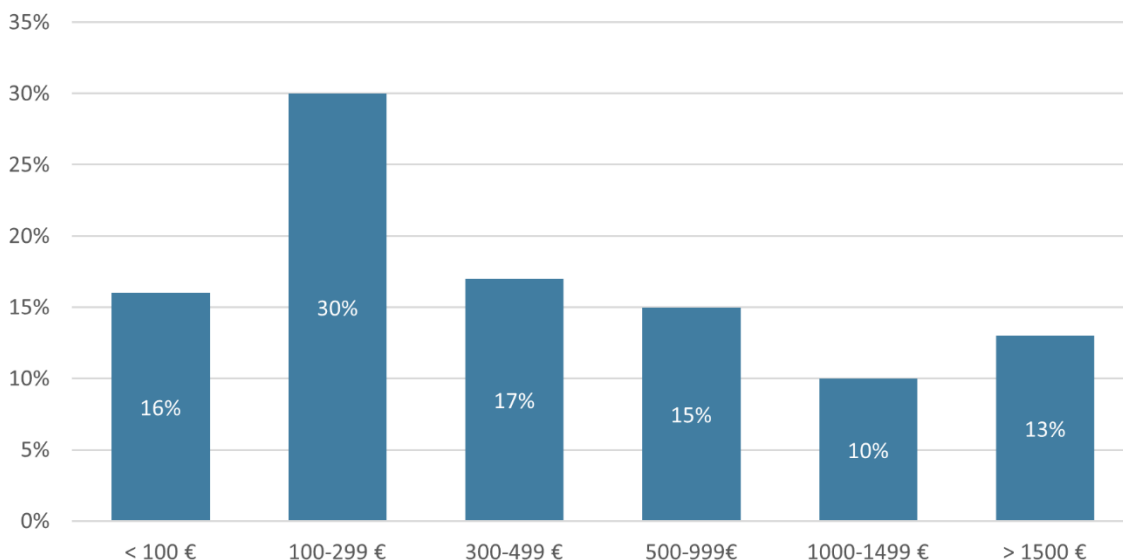
Die Einkommen freier Mitarbeiter wurden im Rahmen dieser Studie nicht erfasst, da verwertbares Zahlenmaterial hierzu fehlt. Diese Erkenntnislücke sollte zukünftig durch primärstatistische Daten gefüllt werden.

Die Gehaltszahlen aus der klassischen Verwertung lassen sich denen aus der digitalen Verwertung gegenüberstellen. Im Folgenden werden insbesondere die Honorare aus dem Bereich Crowdfunding, MCN, Influencer Marketing und aus der Verwertung digitaler Bildagenturen dargestellt.

Textbörsen/Marktplatz Plattformen

Leimeister et al. (2016) untersuchten im Rahmen einer Studie der Hans-Böckler-Stiftung u.a. die Einkommenssituation von Crowdworkern. Neben dem reinen Verdienst aus der Tätigkeit im Crowdfunding wurde ebenfalls der daraus resultierende Anteil am Gesamteinkommen erhoben. Ausgewiesen werden jeweils die effektiven Einkommen nach Abzug der Plattformgebühren und vor Abzug von Steuern.

Abbildung 7: Verteilung der Crowdworker in Einkommensgruppen im Cluster Marktplatz-Plattformen

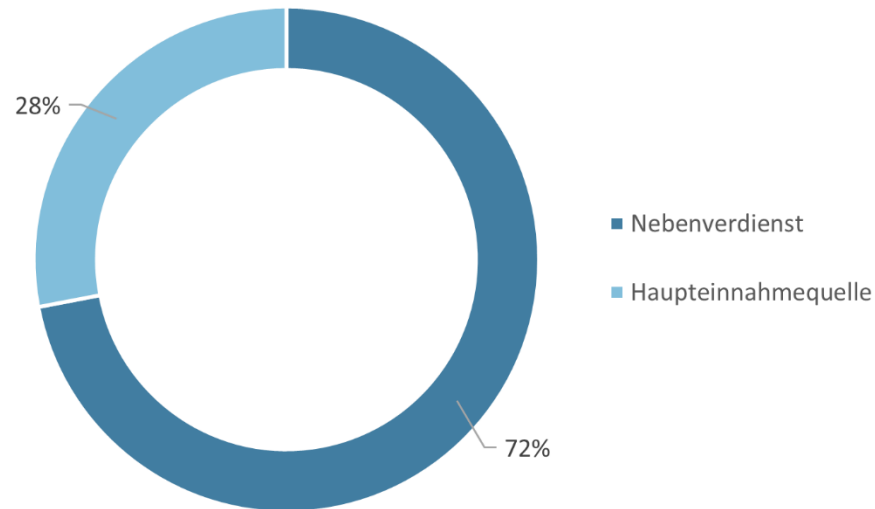


Quelle: Leimeister et al. (2016). Crowd Worker in Deutschland.

⁸³ Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA e.V. (2016): Gehaltsreport 2016.

Abbildung 7 führt die Einkommensverteilung aus dem Cluster Marktplatz-Plattformen⁸⁴ auf, wozu auch Textbörsen zählen. Die überwiegende Mehrheit von 63 % aller befragten Crowdworker gibt an, in diesem Bereich ein effektives Einkommen unter mtl. 500 EUR zu verdienen. Lediglich 13 % erreichen ein effektives Einkommen über 1.500 EUR pro Monat.

Abbildung 8: Stellenwert des Einkommens aus Crowdwork im Cluster Marktplatz-Plattformen



Quelle: Leimeister et al. (2016). Crowd Worker in Deutschland. Fallzahl:122.

Abbildung 8 differenziert nach haupt- und nebenberuflicher Tätigkeit und verdeutlicht, dass die überwiegende Mehrheit von 72 % aller Crowdworker auf Marktplatz-Plattformen Crowdworking als Nebenberuf betreiben - für 28 % ist Crowdworking allerdings die Haupteinnahmequelle.

Tabelle 3: Monatliches Einkommen aus Crowdwork von haupt- und nebenberuflichen Crowdworkern

Cluster	Häufigkeit	Nebenberuf		Häufigkeit	Hauptberuf	
		Mittelwert	Standard-abweichung		Mittelwert	Standard-abweichung
Marktplatz	88	342,94 €	431,80 €	34	1.560,76 €	1.803,65
Design	22	674,77 €	933,35 €	5	856,00 €	619,62

Quelle: Leimeister et al. (2016). Crowd Worker in Deutschland.

Entsprechend unterschiedlich gestalten sich die mtl. Einkommen: Im Nebenberuf liegt das durchschnittliche Einkommen bei 352,94 EUR, im Hauptberuf erzielen Crowdworker auf Marktplätzen im Durchschnitt 1.560,76 EUR (vgl. Tabelle 3).

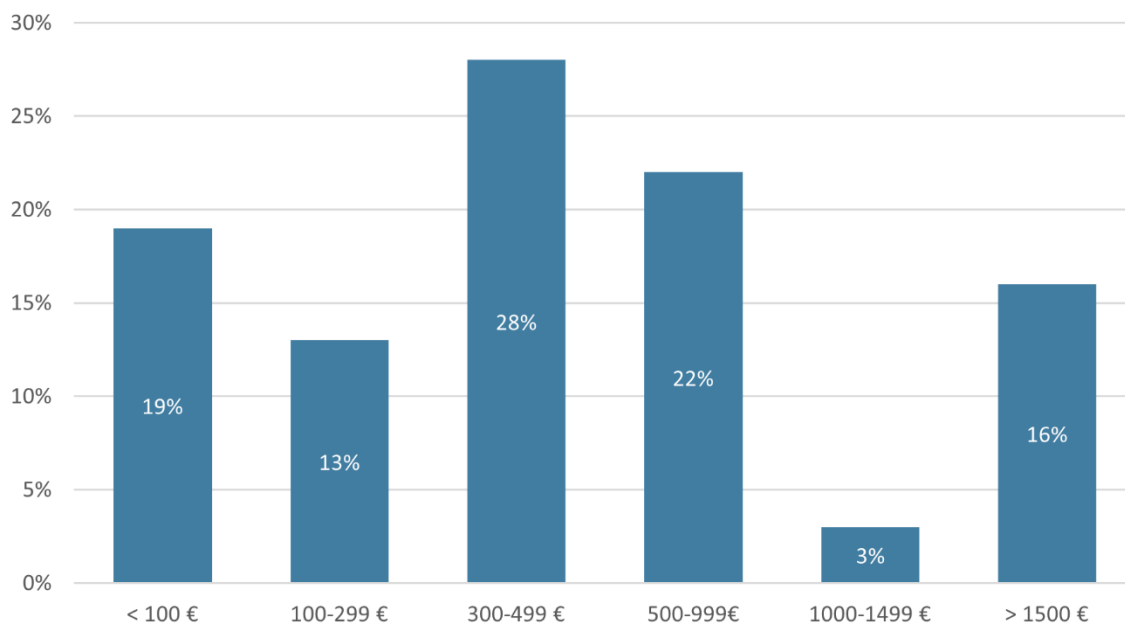
⁸⁴ Laut Leimeister et al. (2016, S.18) zeichnet sich das Cluster „Marktplatz-Plattformen“ durch seinen marktplatztypischen Charakter aus, wonach Auftraggeber und Auftragnehmer ein höheres Maß an Interaktion und Kommunikation zwischen einander aufweisen, verglichen zu den restlichen in der Studie untersuchten Plattfortmtypen. In Abgrenzung zu „Microtask-Plattformen“ (z.B. Amazon Mechanical Turk, Clickworker) weisen „Marktplatz-Plattformen“ darüber hinaus eine höhere Komplexität und geringere Granularität der Aufgaben auf, die einen besser qualifizierten Crowdworker-Pool voraussetzt.

Anzumerken sei an dieser Stelle, dass eine klare Binnendifferenzierung und Zuordnung der Zahlen zu Textbörsen nicht möglich ist. Allerdings geben Hochrechnungen auf Nutzerforen eine ungefähre Einschätzung zu den Relationen zwischen Arbeitsaufwand und Einkommen. So schätzt ein Autor seinen Verdienst pro abgegebenen Textauftrag auf 2,50 EUR. Dieser Betrag deckt alle hierfür anfallende Recherche, Schreib- und Prüfarbeit ab. Um folglich einen Verdienst von 1.500 EUR im Monat zu erreichen, stünde ein Arbeitsaufwand von jeweils 20 Texten an 30 Tagen an.⁸⁵

Design-Plattformen

Im Bereich der Design-Plattformen ist die Vergabe von Aufträgen über Wettbewerbe organisiert, wobei nur der Siegerentwurf mit einem Preisgeld vergütet wird. Das durchschnittliche Preisgeld auf der in diesem Bereich dominierenden Plattform 99designs liegt Schätzungen zufolge bei 250 EUR.⁸⁶ Im Schnitt werden pro Wettbewerb ca. 100 Designentwürfe eingereicht. Dies senkt die durchschnittliche Vergütung pro Design auf 2,50 EUR herunter.

Abbildung 9: Verteilung der Crowdworker in Einkommensgruppen im Cluster Design-Plattformen



Quelle: Leimeister et al. (2016). Crowd Worker in Deutschland.

Abbildung 9 führt die Einkommensverteilung für Crowdfunding Plattformen im Bereich Design auf. Ähnlich wie auf Marktplatz Plattformen verdient die überwiegende Mehrheit von 60 % aller Befragten unter 500 EUR im Monat; lediglich 16 % verdienen ein effektives Einkommen über 1.500 EUR.

Differenziert man diese Werte nach haupt- und nebenberuflicher Tätigkeit, so zeigt sich auch hier, dass mit 81 % aller Befragten der Großteil Crowdfunding als Nebentätigkeit betreibt; für 19 % stellt die Arbeit auf Designplattformen allerdings die Haupteinnahmequelle dar. Da in der Studie die Fallzahl für den Bereich Design allerdings nur N=27 beträgt, ist diese Einordnung eher als anekdotische Evidenz zu behandeln.⁸⁷

⁸⁵ Blogverdiener (2018). Erfahrungen zu Textbroker.

⁸⁶ Schmidt, Florian (2017). Digital Labour Markets in the Platform Economy: Mapping the Political Challenges of Crowd Work and Gig Work, S. 16. Friedrich-Ebert-Stiftung.

⁸⁷ Leimeister et al. (2016). Crowd Worker in Deutschland. Eine empirische Studie zum Arbeitsumfeld auf externen Crowd-sourcing-Plattformen.

Entsprechende Unterschiede sind auch im Einkommen festzustellen: im Nebenberuf verdienen Designer im Durchschnitt 674,77 EUR gegenüber 856,00 EUR im Hauptberuf (vgl. Tabelle 3).

Innovationsplattformen

Im plattformübergreifenden Vergleich werden auf Innovationsplattformen im Durchschnitt höhere Preisgelder gezahlt. Auf der Plattform *jovoto* finden sich Ausschreibungen mit einem Gesamtvolumen von 37.500 EUR. Greenpeace als einer von vielen namenhaften Kunden gibt beispielsweise an, mit 25.000 EUR deutlich mehr für *Crowdworking*-Kampagnen auszugeben, als sie für eine vergleichbare Kampagne bei einer klassischen Agentur ausgeben würden.⁸⁸ Im Schnitt liegen die Preisgelder auf *jovoto.de* bei ca. 250 EUR und 3.000 EUR.

Bei dem überwiegenden Teil aller Innovationsplattformen (z.B. *Innocentive*) werden Teilnehmer allerdings für ihre Leistungen nur selten entlohnt. Aus diesem Grund liegen keine repräsentativen Daten zu den Einkommen von *Crowdworkern* in diesem Bereich vor.⁸⁹

Influencer Plattformen

Im Falle der Influencer Plattformen werden nach dem Marktplatzprinzip Influencer an werbetreibende Unternehmen vermittelt. Unternehmen wählen hierbei aus einer Reihe an Influencern denjenigen aus, welcher die gewünschte Zielgruppe am besten abbildet und adressiert. Das zu zahlende Entgelt einer Kampagne wird zwischen Influencer und werbungstreibenden Unternehmen individuell ausgehandelt. Für ihre Vermittlung erheben Influencer Plattformen eine Gebühr bzw. Provision pro vermittelte Kampagne gemäß der eigenen Geschäftsbedingungen. Der deutsche Plattformbetreiber *ReachHero* bezieht z.B. 15 % von jeder Transaktion.⁹⁰

Die Höhe der Honorare richtet sich grundsätzlich nach Publikumsreichweite und allgemeiner Prominenz des Influencers gemessen an der Anzahl an Followern, der erzielten Webseiten-Besuche und des generierten „Hypes“. Ein weiterer Faktor kann der Themenbereich oder das Genre des Influencers sein.⁹¹ Ebenfalls unterscheidet sich die Honorarhöhe gemessen am Kommunikationskanal, über den eine Kampagne geschaltet wird.

Schätzungen zufolge lassen sich somit bei 5.000 Facebook-Followern rund 200 EUR pro Post zum Thema Familie verdienen. Für einen gesponsorten Reiseblog mit 30.000 Website-Besuchen können Influencer bis zu 700 EUR verdienen. Foodblogger mit 200.000 Instagram-Followern können pro Post sogar bis zu 1.000 verdienen.⁹²

Im Rahmen einer Studie aus dem Jahr 2017 hat die Werbeagentur *Jung von Matt* in Zusammenarbeit mit *Brandnew* und *Facelift* u.a. die Verdienstmöglichkeiten von 1.200 Influencern aus USA und Europa abgefragt. Die Werte beziehen sich jeweils auf die Honorarsumme pro getätigtem Post auf Social Media-Kanälen. Etwa 20 % der Befragten geben an, mit Geschenkartikeln, statt mit Geld vergütet zu werden. Die überwiegende Mehrheit von einem Drittel aller befragten Influencer verdient weniger als 500 USD. Für rund 28 % liegt der Verdienst zwischen 500 und 1.000 USD. Lediglich acht der

⁸⁸ Baumann, Jana.; Rudzio, Kolja (2016). *Crowdworking: Die neuen Heimwerker*. Die Zeit. URL: <https://www.zeit.de/2016/18/crowdworking-freelancer-digital-arbeitsmarkt> (Abruf am 13.9.2018).

⁸⁹ Leimeister et al. (2016). *Crowd Worker in Deutschland*. Eine empirische Studie zum Arbeitsumfeld auf externen Crowd-sourcing-Plattformen.

⁹⁰ *ReachHero* (2018). AGB (Nutzungsbedingungen) für Influencer. URL: <https://www.reachhero.de/terms> (Abruf am 13.9.2018)

⁹¹ Fleischhut, Maximilian (2017). *Influencer Marketing – Teil 2: Kooperationen und Kosten*. URL: <https://www.ommax-digital.com/blog/influencer-marketing-teil-2-kooperationen-kosten/> (Abruf am 13.9.2018).

⁹² Ebd.

befragten Influencer erzielen Honorare zwischen 10.000 und 25.000 USD pro Post und 3 Umfrageteilnehmer sogar Honorare über 25.000 USD.⁹³

Multichannel-Networks

Eine grundsätzliche Voraussetzung für viele Multi-Channel-Netzwerke ist, dass Videoproduzenten ein Mindestmaß an Popularität aufweisen. Für Kooperationsverträge setzen einige MCN beispielsweise eine Mindestzahl von 500 Abonnements und 1000 Videoaufrufen voraus.⁹⁴

Wie erläutert, beziehen MCN Einnahmen aus der Sponsored Content-Produktion und Werbeeinnahmen, die über YouTube generiert werden. Im Bereich des Sponsored Contents sieht eine Verteilung der Erlöse für gewöhnlich vor, dass Videoproduzenten 70 % der Einnahmen erhalten und 30 % an das MCN gehen. Je nachdem, wie intensiv das Engagement des MCN in der Verhandlung zwischen Videoproduzenten und Werbetreibenden ausfällt, kann der Anteil für MCN nach oben hin angepasst sein.

Mit Blick auf die über YouTube generierten Werbeerlöse, schütten MCN 90 % der Gesamtanteile an den Videoproduzenten aus und behalten 10 % als Gebühr ein.⁹⁵ Die Berechnung der Erlöse obliegt dabei YouTube. Das Abrechnungsmodell von YouTube richtet sich nach einem Tausend-Kontakt-Preis (engl. Cost-per-Mille), wonach Werbungtreibende eine vorab festgelegte Summe pro 1000 Sichtkontakten eines Werbemittels bezahlen. Die Qualität der Seite und die angesprochene Zielgruppe (z.B. B2B oder B2C) entscheiden über die Preissetzung.⁹⁶ Von der Gesamtsumme der Werbeerlöse behält YouTube 45 % ein.

Bildagenturen

Auch Bildagenturen können für Künstler und Publizisten aus dem Werbemarkt als potenziell relevante Einnahmequellen des Arbeitseinkommens sein. Für eine ausführliche Diskussion der wirtschaftlichen Bedeutung von Bildagenturen für Künstler und Publizisten siehe Pressemarkt.

3.2.5 Implikationen der Digitalisierung für die KSVG-Abgabepflicht

Textbörsen/ Content-Plattformen

Auf Textbörsen/ Content-Plattformen (z.B. textbroker.de, content.de, greatcontent) können Kunden unter anderem Blogbeiträge, Pressemeldungen, PR-Texte, Produktbeschreibungen, SEO-Texte für Webseiten etc. von selbstständigen Textern verfassen lassen. Die Abgabepflicht richtet sich nach dem jeweiligen Geschäftsmodell der Content-Plattform:

Soweit die Plattform ein Eigengeschäft betreibt, d.h. die Texte einkauft und an die Kunden weiterverkauft, schuldet sie dem Autor die Vergütung und unterliegt damit – bei Sitz im Inland – der Abgabepflicht. Dies ist beispielsweise bei textbroker.de der Fall. Die Plattform betont in ihren Allgemeinen Geschäftsbedingungen,⁹⁷ dass kein direkter Vertrag zwischen Autor und Kunde zustande kommt.⁹⁸ Der Vergütungsanspruch des Autors richtet sich gegen textbroker.de.⁹⁹

⁹³ Jung von Matt, Brandnew u. Facelift (2017). Influencer Marketig – What Drives Influencers.

⁹⁴ Smehaug, Henrik (2015). Multi-Channel Networks: A look at organizational structure, monetization and creative control.

⁹⁵ Ebd.

⁹⁶ Gründerszene (2018): Lexikon: Cost-per-Mille (CPM). URL: <https://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/cost-per-mille-cpm?interstitial> (Abruf am 13.09.2018).

⁹⁷ Abrufbar unter <https://www.textbroker.de/agb> (Abruf am 13.09.2018).

⁹⁸ Vgl. Ziff. 3.3 der Auftraggeber-AGB.

⁹⁹ Vgl. Ziff. 10.1 der Autoren-AGB.

Anders verhält es sich dagegen, wenn die Plattform lediglich als Vermittlerin zwischen Kunden und Textern auftritt (so zum Beispiel bei content.de¹⁰⁰). Hier besteht zwar – bei Sitz im Inland – dem Grunde nach eine Abgabepflicht,¹⁰¹ eine konkrete Zahlungsverpflichtung ergibt sich aber nicht, soweit der Kunde – wie in der Regel – abgabepflichtig ist.¹⁰² Etwas anderes gilt, wenn der Kunde nicht der Abgabepflicht unterliegt (z.B. bei Privatkunden oder ausländischen Unternehmen) oder der Plattform im Einzelfall der Nachweis der Abgabepflicht (z.B. durch Vorlage der Abgabenummer des Kunden) gegenüber den Prüfbehörden nicht gelingt.¹⁰³ In solchen Fällen hat die Plattform trotz ihrer bloßen Vermittlerstellung Künstlersozialabgabe auf das an den Autoren geflossene Entgelt, abzüglich einer etwaigen Provision der Plattform¹⁰⁴, abzuführen.

Die Künstlersozialkasse hat auf Nachfrage bestätigt, dass sich im Verwerterbestand auch zahlreiche Textbörsen und Content-Plattformen befinden und die gemeldeten Entgeltsummen in den letzten Jahren exponentiell angestiegen sind.

Influencer-Marketing

Künstlersozialversicherungsrechtlich hochaktuell ist die interessante Frage, inwieweit „Influencer“ als Künstler bzw. Publizisten im Sinne des KSVG angesehen werden können, so dass bei diesen eine Versicherungspflicht nach dem KSVG festgestellt werden könnte und deren Vertragspartner (werbetreibende Unternehmen, Influencer-Plattformen oder Multi-Channel-Netzwerke) Künstlersozialabgabe auf die an diese gezahlten Entgelte abführen müssten. Soweit ersichtlich existiert hierzu noch keine Rechtsprechung und auch bei der KSK hat sich noch keine klare Rechtsauffassung zu dieser Frage herausgebildet.

Für eine Künstlereigenschaft des Influencers könnte insbesondere ein sehr weitgehendes Urteil des Bundessozialgerichts sprechen, wonach die Einbeziehung der werbetreibenden Unternehmen in den Kreis der Kunstverwerter¹⁰⁵ darauf schließen lasse, dass gerade die von diesen typischerweise herangezogenen „kreativen“ Selbstständigen als Künstler im Sinne des § 2 KSVG anzusehen seien. Dieser Kreis der „Kreativen“ umfasst laut BSG „alle Personen, die zum Gelingen eines Werbeauftrags eigenverantwortlich und nicht unerheblich beitragen.“¹⁰⁶ Wie immer im Künstlersozialversicherungsrecht lässt sich die Frage der Künstlereigenschaft aber nicht pauschal beantworten. Es kommt im Einzelnen darauf an, was der Influencer genau macht, wie viel Gestaltungsspielraum er hat¹⁰⁷ und für welche Leistungen er das Entgelt erhält.

Aus Sicht der Künstlersozialversicherung wird die mögliche Künstlereigenschaft von Influencern tendenziell eher anzunehmen sein. Allerdings ist fraglich, inwieweit sich Influencer tatsächlich in nen-

¹⁰⁰ Laut Ziff. 2.3 der AGB ist content.de lediglich „ein Netzwerk, das als Vermittler zwischen Client und Autor auftritt, die technische Infrastruktur sowie Personal zur Verfügung stellt“, vgl.: https://www.content.de/common/content/p/contractor_tos (Abruf am 13.9.2018).

¹⁰¹ Vgl. § 24 Abs. 1 S. 1 Nr. 3 Alt. 2 KSVG, siehe dazu Ziff. 5.2.3.3.2.

¹⁰² Vgl. § 25 Abs. 3 S. 2 a.E. KSVG.

¹⁰³ In der Informationsschrift Nr. 27 der KSK zu Vermittlung und Vertretung heißt es: „Die KSK ist zwar behilflich, in Zweifelsfällen an der Aufklärung mitzuwirken. Wo allerdings keine Klärung möglich oder dies zu aufwendig ist, wird die Künstlersozialabgabe bei dem Vertreter erhoben, der sich auf die Ausnahmegvorschrift beruft, sie aber nicht beweisen kann.“, vgl.: https://www.kuenstlersozialkasse.de/fileadmin/Dokumente/Mediencenter_Unternehmer_Verwerter/Informationsschriften/Info_27_Vermittlung_und_Vertretung.pdf (Abruf am 13.9.2018).

¹⁰⁴ Vgl. Finke, Hugo und Brachmann, Wolfgang und Nordhausen, Willy. Künstlersozialversicherungsgesetz, 4. Auflage 2009, § 25 Rn. 74.

¹⁰⁵ Sog. „Eigenwerber“, § 24 Abs. 1 S. 2 KSVG.

¹⁰⁶ BSG, Urteil vom 12.05.2005, Az.: B 3 KR 39/04 R, Rn. 15.

¹⁰⁷ Es kann beispielsweise einen Unterschied machen, ob der Influencer einen Post selbst formuliert oder er vom Auftraggeber einen vorformulierten Text erhält und diesen lediglich auf einer Plattform veröffentlicht.

nenswerter Zahl bei der KSK zur Feststellung der Versicherungspflicht nach dem KSVG melden. Außerdem führt die regelmäßige Erbringung einer abgabepflichtigen künstlerischen oder publizistischen Leistung nicht zwingend zum Bestehen einer Versicherungspflicht nach dem KSVG. Während für eine Abgabepflicht bereits eine gewisse Nachhaltigkeit der künstlerischen/ publizistischen Tätigkeit genügt,¹⁰⁸ muss die Person für eine Feststellung der Versicherungspflicht erwerbsmäßig¹⁰⁹ und bei einem gemischten Tätigkeitsfeld schwerpunktmäßig künstlerisch bzw. publizistisch tätig sein.¹¹⁰ Außerdem kann aufgrund zu hoher anderweitiger Einkünfte eine Versicherungsfreiheit vorliegen.¹¹¹ Gerade bei Prominenten (z.B. Profifußballer wie Jerome Boateng¹¹²), die auch Einkünfte aus Influencer-Marketing erzielen, diese Tätigkeit aber nicht schwerpunktmäßig ausüben, wird häufig keine Versicherungspflicht nach dem KSVG gegeben sein, eine Abgabepflicht des Auftraggebers aber durchaus in Betracht kommen. Soweit im Einzelfall eine Versicherungspflicht des Influencers festgestellt wird, sind die Einkünfte hinsichtlich der Beitragspflicht durch die Beitragsbemessungsgrenzen der Sozialversicherung nach oben beschränkt, während sie grundsätzlich in voller Höhe der Künstlersozialabgabe unterworfen werden könnten.

Insgesamt ist das Influencer Marketing aufgrund der teilweise erheblichen Entgelte,¹¹³ die eventuell der Abgabepflicht unterworfen werden können, eher als potenzielle Einnahmequelle für die KSK anzusehen.

Multi-Channel-Netzwerke (MCN)

Multi-Channel-Netzwerke (MCN) unterstützen Videoschaffende („YouTuber“) und damit regelmäßig auch „Influencer“ bei der Produktion und Vermarktung von Videos, insbesondere auf Plattformen, wie YouTube.¹¹⁴ Zu diesem Zweck lassen sie sich umfassende, meist exklusive Nutzungsrechte, an den produzierten Inhalten einräumen. Die erzielten Erlöse (vor allem aus YouTube-Werbeinnahmen) werden zwischen dem MCN und den Videoschaffenden aufgeteilt. Es bestehen also direkte Vertragsbeziehungen zwischen den Videoschaffenden und dem MCN; das MCN schuldet dem Videoschaffenden das Entgelt. Dementsprechend besteht eine Abgabepflicht des MCN, soweit

- es sich bei dem Videoschaffenden um einen Künstler/ Publizisten im Sinne des KSVG handelt,
- der produzierte Inhalt eine künstlerische/publizistische Leistung im Sinne des KSVG ist,
- das MCN seinen Sitz im Inland hat.

Aus Sicht des Künstlersozialversicherungsrechts sind MCN positiv zu bewerten. Wo sich ansonsten bei Direktvermarktung des Künstlers über YouTube oder eine vergleichbare Plattform mit Sitz im Ausland potenzielle Einnahmeausfälle für die KSK ergeben hätten, können diese bei Zwischenschaltung eines inländischen MCN (z.B. Studio71, Mediakraft) vermieden werden.

Bildagenturen

Sowohl werbetreibende Unternehmen als auch von diesen beauftragte Werbe- und PR-Agenturen lizenzieren regelmäßig Grafiken, Videos und Fotos („Stockfootage“) über digitale Bildagenturen (z.B.

¹⁰⁸ Vgl. z.B. BSG, Urteil vom 24.01.2008, Az.: B 3 KS 1/07.

¹⁰⁹ § 1 Nr. 1 KSVG.

¹¹⁰ Vgl. z.B. BSG, Urteil vom 23.03.2006, Az.: B 3 KR 9/05 R.

¹¹¹ Vgl. § 4 Nr. 2 u. § 5 Abs. 1 Nr. 5, Abs. 2 Nr. 1 KSVG.

¹¹² Jerome Boateng hat aktuell über 5,8 Mio. Abonnenten auf Instagram und veröffentlicht dort regelmäßig Werbeposts, z.B. für seine eigene Modekollektion der H&M-Marke „Nyden“ oder eine eigene Brillen-Linie der Marke „Edel-Optics“, vgl. <https://www.instagram.com/jeromeboateng> (Abruf am 13.9.2018).

¹¹³ Siehe dazu im Einzelnen Ziff. 3.2.4.

¹¹⁴ Siehe dazu im Einzelnen Ziff. 3.2.4.

Getty Images, Shutterstock, Fotolia, Adobe Stock). Wie bereits für den Pressemarkt ausführlich dargestellt,¹¹⁵ kann bei den Bildagenturen mangels Sitz im Inland in aller Regel keine Künstlersozialabgabe erhoben werden. Die grundsätzlich ebenfalls nicht abgabepflichtigen Kunden versucht die KSK in der Prüfpraxis zunehmend durch einen Rückgriff auf § 25 Abs. 4 KSVG in die Abgabepflicht zu ziehen, wenn diese nicht nachweisen können, dass

- der Urheber des Stockmaterials seinen Wohnsitz zum Zeitpunkt der Herstellung des Werks nicht in Deutschland hatte oder
- der Erwerb der Rechte durch die Bildagentur mehr als zwei Jahre zurückliegt
- oder von dem Entgelt bereits Künstlersozialabgabe gezahlt worden ist.

Da die Kunden diesen Nachweis in aller Regel nicht erbringen können, kann die KSK über § 25 Abs. 4 KSVG de facto potenzielle Einnahmeverluste teilweise vermeiden.

¹¹⁵ Siehe dazu im Einzelnen Ziff. 3.1.5.

3.3 Designwirtschaft

Die Designwirtschaft umfasst produzierende Unternehmen des Industrie-, Produkt-, Mode-, Grafik-, Informations- und Kommunikationsdesigns sowie der Werbegestaltung. Gleichmaßen werden die Themenbereiche Innenarchitektur, selbstständige Fotografie sowie die Herstellung von Schmuckwaren der Designwirtschaft zugerechnet. Dies verdeutlicht die Besonderheit der Branche, die von einer designorientierten und anwendungsbasierten Vielfalt unterschiedlichster Wirtschaftsbereiche bestimmt ist.¹¹⁶

Auch an dieser Stelle sei darauf verwiesen, dass eine eindeutige Trennung zwischen der Designwirtschaft und dem Werbemarkt nicht immer möglich ist. Es liegen Überschneidungen in den einzelnen Wertschöpfungsstufen vor (etwa in der Gestaltung von Werbedesigns etc.), die sich entsprechend in der Beschäftigungsstruktur widerspiegeln.¹¹⁷ Entsprechend sind viele der im Werbemarkt bereits diskutierten Entwicklungen auch in der Designwirtschaft beobachtbar.

Strukturbestimmend sind gerade die Trends und Entwicklungen, die sich auf veränderte Bedürfnisse durch die Digitalisierung beziehen. So wachsen die Anforderungen an intuitives Interfacedesign in dem Maße, in dem Smart Devices sich zunehmend im Alltag etablieren. Neben steigenden kreativen Ansprüchen an Designer die höher werdende Komplexität in selbsterklärende Bedienoberflächen zu überführen, steigen auch die technischen Anforderungen an Kreative mit der Folge, dass eine Trennung zwischen Design und Programmierung immer unschärfer wird.

Des Weiteren birgt die Erweiterung von Wertschöpfungsprozessen durch 3-D-Druck ein großes strukturelles Veränderungspotenzial für die Designwirtschaft. 3-D-Druck ermöglicht es Designern die Wertschöpfungskette zu verlängern, da sie die Produktion von Prototypen und Unikaten selbst anbieten können. Nachgelagerte Schritte der traditionellen Wertschöpfung würden folglich immer redundanter.¹¹⁸

Schließlich besteht das Risiko, dass die Entwertung von Designleistungen durch die Digitalisierung in Zukunft zunehmen wird. Zum einen wird die Bedeutung automatisierter Designgestaltungstechniken durch Softwareanwendungen und Künstliche Intelligenz (KI) im Bereich Kommunikations-, Grafik- und Produktdesign weiter zunehmen. Zum anderen wird bereits heute ersichtlich, dass ein Entwertungsprozess durch digitalisierte Arbeitsformen in der Crowd aktiv im Gange ist. Die Etablierung von Crowdfunding und ihre Kompatibilität mit einzelnen Wertschöpfungsprozessen bedingen, dass sich ein potenziell höherer Anteil an Designern auf neue Rahmenbedingungen einstellen müssen.

3.3.1 Teilmarktbetrachtung

Die Designwirtschaft in Deutschland konnte 2016 einen Umsatz von 19 Mrd. EUR erwirtschaften, was im Vorjahresvergleich 2015 ein stabiles Umsatzniveau beschreibt. Mit einem Anteil von 11 % am Gesamtumsatz der Kultur- und Kreativwirtschaft, zählt die Designwirtschaft 2016 zu den umsatzstärksten Teilmärkten. Mit Blick auf die Beschäftigung bestätigt sich eine weiterhin positive Entwicklung, sowohl hinsichtlich der Anzahl an Kernerwerbstätigen (Freiberufler / Selbstständige und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte) als auch der abhängig Beschäftigten. Für beide Fälle lässt sich ein Wachstum von rd. 15 % seit 2010 feststellen. Nach einem zeitweiligen Rückgang der geringfügig Beschäftigten bis 2015 ist die Anzahl im Jahr 2016 wieder etwas angestiegen und beträgt 60.339. Im

¹¹⁶ Prognos (2012). Kreativ-Report NRW. Ökonomische Bedeutung und Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen.

¹¹⁷ BMWi (2015). InfoKreativ: Praxistipps für Kreative und Kulturschaffende: Designwirtschaft.

¹¹⁸ Prognos (2017). Digitalisierung in der Kreativwirtschaft Nordrhein-Westfalen. Auswirkungen und Prognosen.

Vergleich zum Jahr 2010 ist die Anzahl der geringfügig Beschäftigten allerdings um rd. 10 % zurückgegangen. Die Anzahl der Unternehmen ist seit dem Jahr 2010 gestiegen und zählt 58.845 im Jahr 2016. Dies entspricht einem Anteil von 19 % aller Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft.¹¹⁹

Da in der Designwirtschaft der Digitalisierungsprozess im Wesentlichen in Produkten und Prozessen anderer Teilmärkte und Industrien stattfindet, ist eine statistische Unterscheidung zwischen physischen und digitalen Umsatzentwicklungen sowie eine damit verbundene Zuordenbarkeit konkreter Umsatzzahlen zum Designmarkt nur schwer abbildbar. Nimmt man allerdings die Entwicklungen digitaler und analoger Produktumsätze anderer Branchen als Annäherungswert, so wird deutlich, dass sich auch in der Designwirtschaft umsatzstatistisch eine dynamische und durch digitale Innovationen getriebene Entwicklung vollzieht. Die wachsende Bedeutung von Online- und Mobilewerbung im Werbemarkt, der zunehmende Absatz digitaler Angebote im Verlagswesen der Bereiche Buch- und Pressemarkt sowie die fast durchgehende digitalisierte Gestaltung von Games und Software sind nur einige Beispiele hierfür.

3.3.2 Akteursgeflecht

Zu den potenziell Versicherten nach dem KSVG zählen u.a. Audio- und Games-Designer, Mode- und Textildesigner, Informations- und Kommunikations-Designer, Produkt- und Industriedesigner, Schmuckdesigner sowie Grafiker und Fotografen.

Eine Auswahl der klassischen Verwerter umfasst insbesondere Werbeagenturen, Verlage sowie vielfältige Unternehmen und Kunden aus der Industrie.

Zur Gruppe der potenziell neuen Verwerter zählen vor allem Crowdfunding-Plattformen. Relevante Plattformen für den Designmarkt sind:

Design-Plattformen

Design-Plattformen vermitteln insbesondere Gestaltungsaufgaben, wie Logodesign, Webdesigns, Merchandise und Designentwürfe für Corporate Identity. Die Vergabe ist im Rahmen von kreativen Wettbewerben organisiert und wird mit einem Preisgeld vergütet.¹²⁰ Beispiele für Design-Plattformen sind etwa der dominierende Plattformbetreiber 99designs oder das in Deutschland ansässige Unternehmen designlassen.de mit mittlerweile 35.000 verfügbaren Crowdworkern.¹²¹

Innovationsplattformen

Innovationsplattformen legen den Fokus auf Innovationsentwicklung und Ideengenerierung¹²² u.a. auch in den Bereichen Produktdesign.¹²³ Lösungen zu Fragestellungen und Problemskizzen großer Unternehmen und Organisationen werden auch hier im Wettbewerb ausgeschrieben und mit Preisgeldern vergütet. Neben dem Webdesign und Corporate Identity Design (z.B. jovoto) finden sich ebenfalls Ausschreibungen zu Produkt-Design (z.B. jovoto oder Quirky) oder sogar Fahrzeugdesign (Local Motors).¹²⁴

¹¹⁹ BMWi (2017). Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2017.

¹²⁰ Schmidt, Florian (2017). Digital Labour Markets in the Platform Economy: Mapping the Political Challenges of Crowd Work and Gig Work, S. 16. Friedrich-Ebert-Stiftung.

¹²¹ Leimeister et al. (2016). Crowd Worker in Deutschland. Eine empirische Studie zum Arbeitsumfeld auf externen Crowdsourcing-Plattformen, S. 20.

¹²² Ebd.

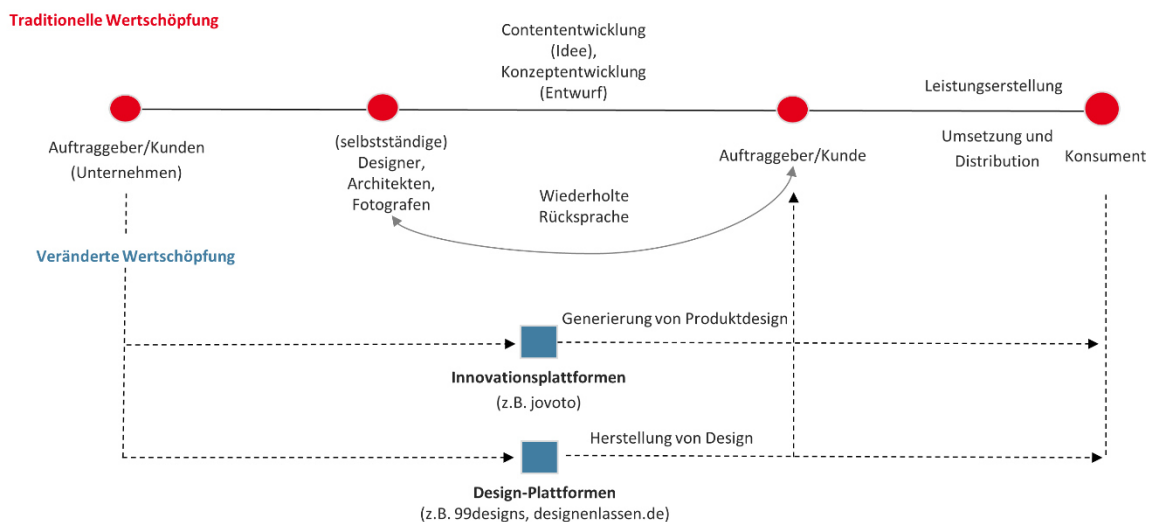
¹²³ Baumann, Jana.; Rudzio, Kolja (2016). Crowdfunding: Die neuen Heimwerker. Die Zeit. URL: <https://www.zeit.de/2016/18/crowdfunding-freelancer-digital-arbeitsmarkt> (Abruf am 13.9.2018).

¹²⁴ Schmidt, Florian (2017). Digital Labour Markets in the Platform Economy: Mapping the Political Challenges of Crowd Work and Gig Work, S. 16. Friedrich-Ebert-Stiftung.

3.3.3 Wertschöpfungswandel

Aufgrund der vielfältigen Bereiche der Designwirtschaft wird im Rahmen dieser Studie der Fokus auf diejenigen Wirtschaftsbereiche gelegt, in denen der Digitalisierungs- und Plattformisierungsprozess besonders ausgeprägt ist. Demzufolge führt Abbildung 10 den Wertschöpfungswandel der Designwirtschaft in den Bereichen Informations-, Kommunikations- und Produktdesign auf.

Abbildung 10: Wertschöpfungswandel Designmarkt



Quelle: Prognos AG (2018).

Akquise/Anbahnung

Wie im Werbemarkt, bildet auch in der Designwirtschaft die Akquise bzw. Kundenanbahnung den Ausgangspunkt der Wertschöpfung. Gerade für selbstständige Designer ist die Kommunikation und Pflege von Kundenbeziehungen analoger und digitaler Netzwerke entscheidend für die Akquise neuer Aufträge.¹²⁵

Mit Design-Plattformen wie 99designs oder designenlassen.de ist die Kundenanbahnung aus Sicht von Designern zugänglicher geworden bzw. ist mit geringeren Transaktionskosten verbunden. An Auftragsausschreibungen lässt sich, über den Weg des Wettbewerbs, relativ unkompliziert teilnehmen. Gleichwohl bedeutet dies für Designer sich auf einem globalen und hoch kompetitiven Markt behaupten zu müssen. Dies ist nicht selten mit einem niedrigen Honorarvolumen verbunden. Ebenfalls problematisch bleibt, dass das unternehmerische Risiko gänzlich auf Seiten der Designer liegt. Laut Aussagen von Branchenexperten nutzen Designer allerdings solche Design-Plattformen häufig, um erste Kontakte zu neuen Kunden aufzubauen und im Fortgang Folgeaufträge über einen direkten Kontakt unter Umgehung von Plattformen abzuschließen.

Konzeptentwicklung (Idee und Entwurf)

In diesem Wertschöpfungsschritt beginnt die Vorsondierung der Designinhalte und die maßgebliche Inhaltentwicklung gemäß den Bedürfnissen der Kunden. Erste Designentwürfe werden erarbeitet. Hierbei arbeiten Informations- und Kommunikationsdesigner in enger Abstimmung mit Produzenten audiovisueller Medien und Dienstleistern aus dem 3-D-Bereich zusammen. Gerade im Hinblick auf

¹²⁵ BMWi (2015). InfoKreativ: Praxistipps für Kreative und Kulturschaffende: Designwirtschaft.

die zunehmende Durchdringung der Medienlandschaft mit digitalen Innovationen, wie Augmented Reality (AR) und Virtual Reality (VR) und den zunehmenden Einsatz von Bewegtbild-Content im Internet sowie neuer Werbeformen sind technische Kompetenzen bereits bei der Entwicklung von Designideen maßgeblich.¹²⁶

Im Unterschied zum Informations- und Kommunikationsdesign bietet sich im Produktdesign ein anderes Bewegungsfeld für die Entwicklung von Ideen und Entwürfen. Außer durch die Vorgaben aus den Kundenaufträgen ist der kreative Schaffensprozess von Produktdesignern gleichermaßen getrieben durch das Erfordernis des Einsatzes bestimmter Materialien, Ergebnisse der Marktforschung und die Bedürfnisse der Konsumenten.¹²⁷ Ideenskizzen und erste konkrete Entwürfe der Produktdesigner werden durch Ingenieure bzw. Konstruktionsbüros in einem nächsten Schritt angepasst und weiter ausgearbeitet. Große Designunternehmen wickeln diesen Anpassungsprozess häufig auch unternehmensintern ab.

Auch in dieser Wertschöpfungsphase bieten sich Schnittstellen zur Auslagerung von Arbeitsschritten. Hier profitieren Unternehmen besonders von den Vorzügen, die eine Ideengenerierung aus der Crowd heraus ermöglicht. Aus einer Vielzahl konkret ausgefertigter Designentwürfe können Unternehmen dasjenige wählen, das vom Anspruch am besten passt, ohne dabei für die übrigen Arbeiten finanziell aufkommen zu müssen.

Leistungserstellung

Die Leistungserstellung, sprich die eigentliche Fertigstellung des Designs, ist bereits und bleibt weiterhin ein hochgradig digitalisierter Prozess. Informations- und Kommunikationsdesigner stützen sich hierbei beispielsweise auf Softwareanwendungen und Datenbanken, die die Basis multimedialer Produktion darstellen.

Im Produktdesign werden die mithilfe von Software visualisierten Entwürfe an Prototypenbauer weitergegeben. Diese fertigen auf dieser Grundlage erste Modelle und Prototypen an. Mittels Rapid Prototyping und digitalen Analyseprogrammen gewinnt der Prototypenbau deutlich an Effizienz und ermöglicht es, die Eigenschaften, die Beschaffenheit und die Zusammensetzung von Materialien zu berechnen und zu optimieren.¹²⁸

Umsetzung und Distribution

Die Distribution findet im Informations- und Kommunikationsdesign im print- und non-printbasierten Bereich statt. Hierzu zählen z.B. Druckereien, Verlage oder Webhoster, sowie Schnittstellenabnehmer wie die Rundfunkwirtschaft, Filmwirtschaft und Games-Industrie.¹²⁹

Im Produktdesign wird auf Grundlage der Prototypen durch produzierende Unternehmen die Massenanfertigung übernommen.¹³⁰

¹²⁶ Prognos (2012). Kreativ-Report NRW. Ökonomische Bedeutung und Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen.

¹²⁷ Ebd.

¹²⁸ Verband Deutscher Industriedesigner e.V. (2013). Innovationsfaktor Design. Innovationsinstrument für den Mittelstand.

¹²⁹ Prognos (2012). Kreativ-Report NRW. Ökonomische Bedeutung und Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen.

¹³⁰ Ebd.

3.3.4 Erlösstrukturen

Der Berufsverband deutscher Kommunikationsdesigner e.V. veröffentlicht auf Grundlage einer Befragung aus dem Jahr 2014 Zahlen zu Honoraren und Gehältern von angestellten und selbstständigen Kommunikations- und Industriedesignern. Laut Studie lag das durchschnittliche mtl. Einkommen angestellter Designer bei 2.800 EUR, wobei der Median bei 2.401 – 2.700 EUR liegt.

Im Vergleich dazu liegen die jährlichen Verdienste selbstständiger Designer im Durchschnitt bei 46.300 EUR, wobei sich der Median innerhalb eines Rahmens von 30.001 – 40.000 EUR bewegt. In diesen Zahlen unberücksichtigt bleiben die selbst zu tragenden sozialen Vorsorgekosten.¹³¹

Die Gehaltszahlen aus der klassischen Verwertung lassen sich denen aus der digitalen Verwertung gegenüberstellen. Im Folgenden werden insbesondere die Honorare aus dem Bereich Crowdfunding dargestellt.

Crowdfunding-Plattformen

Branchenexperten, die im Rahmen dieser Studie interviewt wurden, benannten Crowdfunding-Plattformen als das wesentliche und primäre digitale Phänomen, welches im Hinblick auf die Einkommenssituation von Designern relevant sei.

Aus der Vielzahl an Crowdfunding-Plattformen sind insbesondere die Plattformcluster Design-Plattformen und Innovationsplattformen bedeutend.

Design-Plattformen

Wie im Werbemarkt bereits angesprochen, ist die Vergabe von Aufträgen auf Design-Plattformen über Wettbewerbe organisiert, wobei nur der Siegerentwurf mit einem Preisgeld vergütet wird. Der australische Plattformbetreiber 99designs ist in diesem Bereich dominierend. Schätzungen zufolge liegen die durchschnittlichen Preisgelder auf dieser Plattform bei 250 EUR.¹³² Im Schnitt werden pro Wettbewerb ca. 100 Designentwürfe eingereicht, was die durchschnittliche Vergütung pro eingereichtem Design auf 2,50 EUR absenken würde.

Laut einer Studie der Hans-Böckler-Stiftung zum Crowdfunding in Deutschland¹³³ verdient die überwiegende Mehrheit von 60 % aller auf Design-Plattform tätigen Umfrageteilnehmer unter 500 EUR im Monat; lediglich 16 % erzielen ein effektives Einkommen über 1.500 EUR. Differenziert man nach haupt- und nebenberuflicher Tätigkeit, so wird deutlich, dass der Großteil aller Befragten (81%) Crowdfunding im Nebenberuf betreibt. Hauptberuflich arbeiten 19 % auf Designplattformen. Nach Abzug von Plattformgebühren und vor Abzug von Steuern liegen die damit verbunden effektiven Arbeitseinkommen aus nebenberuflicher Tätigkeit bei durchschnittlich 674,77 EUR. In hauptberuflicher Tätigkeit verdienen Crowdworke im Durchschnitt 856,00 EUR. Aufgrund der niedrigen Fallzahl (N=27) sind die Ergebnisse der Studie für den Bereich Design allerdings wenig belastbar und als anekdotische Evidenz einzuordnen.

¹³¹ Berufsverband der Kommunikationsdesigner (2014). Honorar- und Gehaltsreport 2014. Ein Überblick über die Einkommen im Kommunikations- und Industriedesign.

¹³² Schmidt, Florian (2017). Digital Labour Markets in the Platform Economy: Mapping the Political Challenges of Crowd Work and Gig Work, S. 16. Friedrich-Ebert-Stiftung.

¹³³ Leimeister et al. (2016). Crowd Worker in Deutschland. Eine empirische Studie zum Arbeitsumfeld auf externen Crowd-sourcing-Plattformen.

Innovationsplattformen

Im plattformübergreifenden Vergleich werden auf Innovationsplattformen im Durchschnitt höhere Preisgelder gezahlt. So zahlt der Schweizer Armeemesser Hersteller Victorinox für ein neues Design auf der Plattform jovoto ein Preisgeld von 37.950 EUR.¹³⁴ Im Schnitt liegen die Preisgelder für Produkt-, Grafik- oder Kommunikationsdesign zwischen 200 EUR und 3.000 EUR.

Bei dem überwiegenden Teil aller Innovationsplattformen werden Teilnehmer allerdings für ihre Leistungen als solche nur in seltenen Fällen entlohnt. Aus diesem Grund liegen keine repräsentativen Daten zu den Einkommen von Crowdworkern in diesem Bereich vor.¹³⁵

Inwiefern die Design-Plattformen als abgabepflichtige Verwerter nach dem KSVG zu bewerten sind und rechtliche Voraussetzungen für eine Abgabepflicht bestehen, wird im nächsten Kapitel ausführlich diskutiert.

3.3.5 Implikationen der Digitalisierung für die KSVG-Abgabepflicht

In der Designwirtschaft sind als künstlersozialversicherungsrechtlich relevante digitale Phänomene neben den klassischen „Marktplatz“-Plattformen zum Einkauf von Kreativleistungen Einzelner¹³⁶ insbesondere Crowdfunding-Plattformen (z.B. 99designs, Crowdsite, DesignCrowd, designenlassen.de) zu nennen. Je nach Geschäftsmodell ergeben sich hier unterschiedliche Implikationen für die Erhebung der Künstlersozialabgabe:

Tritt die Plattform lediglich als Vermittler auf und kommt der Vertrag über das erstellte Design zwischen dem Kunden und dem Designer zustande, so schuldet der Kunde dem Designer das Entgelt und muss darauf grundsätzlich die Künstlersozialabgabe abführen. Soweit der Kunde im Einzelfall nicht abgabepflichtig ist oder dessen Abgabepflicht von der Plattform nicht nachgewiesen werden kann, muss gemäß § 25 Abs. 3 KSVG die Plattform Künstlersozialabgabe abführen.¹³⁷

Betreibt die Plattform ein Eigengeschäft, d.h. kauft sie die Designs beim Designer ein und verkauft diese an den Kunden weiter, so schuldet sie dem Designer das Entgelt und hat hierauf Künstlersozialabgabe abzuführen. Den Kunden trifft in diesem Fall keine Abgabepflicht, da er keine direkten Vertragsbeziehungen mit dem Designer unterhält.

Die Geschäftsmodelle unterscheiden sich von Plattform zu Plattform:

Die deutsche Plattform designenlassen.de betreibt beispielsweise ein Eigengeschäft. Laut den Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Auftraggeber¹³⁸ können diese auf der Plattform Design- und Programmierleistungen ausschreiben und von designenlassen.de einkaufen.¹³⁹ Die Plattform erwirbt die Nutzungsrechte an den vom Auftraggeber ausgewählten Arbeitsergebnissen von den Dienstleistern und veräußert diese im eigenen Namen und auf eigene Rechnung an den Auftraggeber. Es besteht somit keine vertragliche Beziehung zwischen dem Auftraggeber und dem Dienstleister.¹⁴⁰ Dementsprechend hat die Plattform auf das an die Dienstleister gezahlte Entgelt Künstlersozialabgabe abzuführen.

¹³⁴ Siehe <https://www.jovoto.com/projects/victorinox2019/landing> (Abruf am 13.9.2018).

¹³⁵ Leimeister et al. (2016). Crowd Worker in Deutschland. Eine empirische Studie zum Arbeitsumfeld auf externen Crowd-sourcing-Plattformen.

¹³⁶ Siehe dazu bereits Ziff. 3.2.5.

¹³⁷ Siehe dazu bereits ausführlich Ziff. 3.2.5.

¹³⁸ Abrufbar unter <https://www.designenlassen.de/agb.php> (Abruf am 13.9.2018).

¹³⁹ Vgl. § 1 Abs. 1 der AGB.

¹⁴⁰ Vgl. § 1 Abs. 6 der AGB.

Demgegenüber tritt zum Beispiel die Plattform 99designs als bloße Vermittlerin von Kreativleistungen auf. Die Nutzungsrechte an den Designs werden unmittelbar von den Designern an die Kunden übertragen; hierfür stellt die Plattform vorformulierte Vereinbarungen zur Verfügung.¹⁴¹ Die Designervergütung ist vom Kunden geschuldet und wird lediglich von 99designs eingezogen und nach Abzug von Kosten und Gebühren sowie eventuell fälliger Steuern an den Designer weitergeleitet.¹⁴² Dementsprechend trifft die Abgabepflicht nach dem KSVG grundsätzlich den Kunden. Bei mangelnder Abgabepflicht des Kunden könnte sich zwar über § 25 Abs. 3 KSVG theoretisch eine Abgabepflicht der Plattform ergeben. Diese Regelung geht im konkreten Beispielsfall jedoch ins Leere, da die Betreibergesellschaft 99designs Pty Ltd ihren Sitz in Melbourne/ Australien hat.

¹⁴¹ Vgl. Ziffer 2 der Nutzungsbedingungen (Stand: September 2017), abrufbar unter <https://99designs.de/legal/terms-of-use> (Abruf am 13.09.2018).

¹⁴² Vgl. Ziffer 3.1 der Nutzungsbedingungen.

3.4 Buchmarkt

Zum Buchmarkt zählen selbstständige Schriftsteller, Übersetzer, Illustratoren, Grafiker sowie Buchverlage und die dazugehörigen Druckweiterverarbeitungen, Setzereien bzw. Buchbindereien und technische Dienstleister. Gleichmaßen werden diesem Teilmarkt der Einzelhandel und der Zwischenhandel mit Büchern, diverse Plattformangebote, der gesamte Bibliothekenmarkt sowie Antiquariate zugerechnet.

Die Digitalisierung des Buchmarktes hat die Branche entscheidend geprägt. Insbesondere der Onlinehandel und der Einzug des E-Book-Formats haben das Marktgefüge in einer disruptiven Weise verändert und neuen Akteuren aus dem Technologiesektor den Weg geebnet.

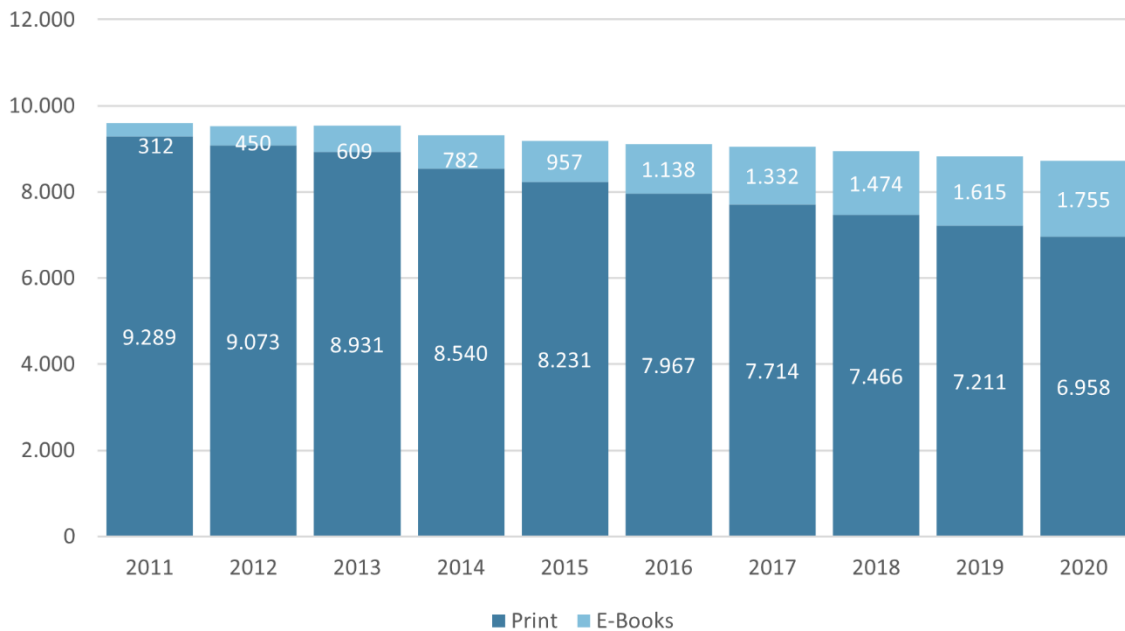
Hierbei positionieren sich Unternehmen, wie Amazon und Apple, mit ihren Angeboten und Geschäftsmodellen am Markt und treten zunehmend als Konkurrenten zu traditionellen Distributoren auf. Dieses Angebot verändert allerdings nicht nur die Geschäftspraxis etablierter Akteure auf Distributionsebene, sondern auch den Arbeits- und Organisationsprozess entlang der gesamten Wertschöpfungskette. In diesem Sinne stellen neue Geschäftsmodelle, wie das Selfpublishing sowie neue Erlösmodelle in Form von Kommissionen einen grundlegenden Wandel für Autoren, Verlage und den Buchdruck dar.

3.4.1 Teilmarktbeschreibung

Für den Zeitraum 2010 bis 2016 ist der erzielte Umsatz im Buchmarkt leicht zurückgegangen. Schätzungsweise 13,5 Mrd. EUR konnten im Jahr 2016 erwirtschaftet werden. Dies sind etwa 4,7 % weniger als im Jahr 2010. Der Buchmarkt hält somit einen Anteil von 7,8% am Gesamtumsatz der Kultur- und Kreativwirtschaft. Bei der Anzahl der Unternehmen lässt sich hingegen ein positiver Entwicklungstrend feststellen. Mit 17.204 Unternehmen im Jahr 2016 ist die Zahl der Unternehmen im Vergleich zum Jahr 2010 um 4,4 % gestiegen. Darüber hinaus lässt sich seit 2011 eine rückläufige Entwicklung in der Anzahl der Kernerwerbstätigen (Freiberufler / Selbstständige und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte) verzeichnen. Im Vergleich zum Jahr 2010 ist die Zahl um 6,7 % auf 71.673 gefallen. Auch die Anzahl der geringfügig Beschäftigten ist deutlich zurückgegangen. Mit 17.172 geringfügig Beschäftigten im Jahr 2016 ist die Anzahl somit im Vergleich zum Jahr 2010 um 17,9 % gefallen.¹⁴³

¹⁴³ BMWi (2017). Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2017.

Abbildung 11: Umsätze im Buchmarkt in Deutschland in den Jahren 2011 bis 2020* (in Mio. €)



Quelle: PwC (2016). Der Buchmarkt in Deutschland 2016-2020.

*Bei den Angaben für die Jahre 2016 bis 2020 handelt es sich um Schätzungen.

Mit dem Verkauf von Print und E-Books konnte im Jahr 2015 ein Gesamtumsatz von rund 9,2 Mrd. EUR erzielt werden. Mit einem Anteil von 89,5 % (8,2 Mrd. €) fällt auf den Verkauf von Printerzeugnissen weiterhin der Hauptteil der Umsätze ab. Im Vergleich zu 2011 (9,3 Mrd. €) ist hier allerdings ein Rückgang von 11,4 % zu beobachten, welcher sich bis zum Jahr 2020 voraussichtlich auf ein Niveau von 6,96 Mrd. EUR fortsetzen wird. Ausgehend vom Printumsatz 2015 ist somit mit einer jährlichen Änderungsrate von -3,3 % zu rechnen.

Positive Entwicklungstrends lassen sich hingegen für Umsätze im E-Book-Bereich verzeichnen – diese betragen im Jahr 2015 rund 957 Mio. EUR. Im Vergleich zum Jahr 2011, mit 312 Mio. EUR, sind die Umsätze somit auf ein Dreifaches gewachsen. Auch für die Zukunft ist mit einer Fortführung dieses Wachstums zu rechnen. Ausgehend vom E-Book-Umsatz im Jahr 2015 ist mit einem jährlichen Wachstum von 12,9 % auf 1,76 Mrd. EUR bis 2020 zu rechnen.

Festzuhalten bleibt, dass die Umsatzrückgänge im Printsegment nur zum Teil von Umsatzzuwächsen im E-Book-Bereich kompensiert werden können und die Gesamtumsätze bis zum Jahr 2020 voraussichtlich weiter fallen werden.

3.4.2 Akteursgeflecht

Zu den potenziell Versicherten nach dem KSVG gehören Schriftsteller, Autoren für Bühne, Film und Fernsehen, Lektoren, Illustratoren, Grafiker, Wissenschaftler, Übersetzer und Textbearbeiter, Pädagogen und Ausbilder im Bereich Publizistik sowie Selbstständige, die ähnlichen der Publizistik zuzurechnenden Tätigkeiten nachgehen.

Auf der abgabepflichtigen Seite positionieren sich in erster Linie die Verlage als klassischen Verwerter der Branche.

Zur Gruppe der neuen Akteure zählen Plattformbetreiber, die zum einen den Selbstverlag von Autoren erleichtern und zum anderen als Distributionskanal genutzt werden können. Es handelt sich insbesondere um Anbieter von Self-Publishing-Plattformen, Lese- und Schreibplattformen sowie Hörbuch-Plattformen, digitale Distributoren/Aggregatoren¹⁴⁴ und E-Book Shops.

Selfpublishing-Plattformen

Selfpublishing-Plattformen (z.B. Amazon Kindle Direct, Book-on-Demand, Neobooks etc.) ermöglichen es durch ihr breites Serviceangebot Autoren, Texte und Bücher im Selbstverlag zu veröffentlichen. Neben der ISBN-Ausstattung, dem Layout und der Konvertierung von Texten in kompatible E-Reader-Formate gehört auch die Listung in Online-Shops zum Leistungsumfang von Selfpublishing-Plattformen. Häufig ist dem Angebot ein Print-on-Demand-Service zugeschaltet, der einen zeitlich und auflagetechnisch flexiblen Druck ermöglicht. Der gedruckte Text kann sowohl in Onlineshops als auch im stationären Handel angeboten werden. Einige Plattformen gehen dazu über, ihr Geschäftssportfolio dahingehend zu erweitern, dass zunehmend Verlagskompetenzen – wie das Lektorat, die Korrektur, das Coverdesign und Marketing – übernommen und in Form von Zusatzleistungen als optionale Autordienstleistung angeboten werden.

Selfpublishing-Plattformen finanzieren sich über Gebühren, die nach der Text-Datengröße (Megabyte) berechnet wird. Zusätzliche Gebühren fallen bei der ISBN-Ausstattung an. Des Weiteren sehen Vertragsbestimmungen eine Beteiligung der Plattform an erzielten Verkaufserlösen vor. Zusätzliche Einnahmen können über Druck im Print-on-Demand-Service und den optimal hinzubuchbaren Autordienstleistungen generiert werden.

Zwischen Selfpublishing-Plattformen und Autoren besteht grundsätzlich kein Verlagsvertrag (z.B. nach § 1 Verlagsgesetz). Vertragliche Grundlage bilden befristete und unbeschränkte Vertriebs- und Vermarktungsrechte, die der Autor mit der Nutzung des Service dem Plattformbetreiber einräumt. Autoren behalten allerdings die rechtliche Kontrolle über die eigenen Werke und können diese über alternative Vertriebswege vermarkten. Weiterhin bestehen (exklusive) Kooperationsverträge zwischen Selfpublishing-Plattformen und dritten Online-Shops sowie Leseplattformen.

E-Book Shops

E-Book Shops (z.B. Amazon, iBooks, Tolino, Kobo, ALDI life etc.) dienen als digitaler Vertriebskanal, um E-Books direkt beim Endkonsumenten abzusetzen. Zunehmend lässt sich neben dem reinen Verkauf von E-Books immer häufiger der Verleih von E-Books beobachten. Hierbei wird ein Text für eine gewisse Zeit runtergeladen und zum Lesen bereitgestellt.

Die Plattformen finanzieren sich aus dem Verkauf von E-Books sowie aus den Erlösen durch Verleih (Pay-per-Rent). Als weitere Erlösquelle ist der Verkauf von E-Readern zu nennen. Einige Anbieter gewähren dabei den Zugriff auf den eigenen E-Book-Katalog ausschließlich über herstellereigene Lesegeräte, wie bspw. Amazon mit seinem E-Reader „Kindle“.

Mit Readfy hat sich zudem ein E-Book Shop am Markt positioniert, der einen umfangreichen E-Book-Katalog im Rahmen eines kostenlosen und eines kostenpflichtigen Abonnement-Modells zur Verfügung stellt. Auch Amazon bietet seinen Prime Kunden eine kostenfreie Bibliothek an. Bei der sogenannten gratis E-Book-Flatrate lässt sich der digitale Bücherkatalog lediglich online mit Werbeschaltungen nutzen. Im Pay-per-Rent-Modell lassen sich einzelne Titel für 30 Tage offline ohne Werbeschaltungen lesen. Die Texte werden dabei entweder über Apps oder Browser zur Verfügung gestellt.

¹⁴⁴ Eine trennscharfe Abgrenzung zwischen den Begriffen digitale Distributoren/Aggregatoren erscheint nicht möglich; sie werden weitestgehend synonym verwendet. Im Folgenden wird der Einfachheit halber nur die Bezeichnung „digitale Distributoren“ verwendet.

Auch im Fall der werbefinanzierten E-Book Shops werden Lizenzrechte am Werk von Verlagen und Distributoren erworben. Eine Bezahlung findet in Form von Pauschalen statt. Zusätzliche Kooperationsverträge mit Selfpublishing-Plattformen erlauben darüber hinaus, dass auch unbekanntere Nischenprodukte angeboten werden können.

Lese- und Schreibplattformen

Lese- und Schreibplattformen (z.B. Sweek, Radish, Wattpad) sind Plattformen für Leser und Autoren mit Fokus auf seriellen Erzählungen. Nutzer haben die Möglichkeit, eigene Erzählungen (z.B. Fan Fiction) zu schreiben, Texte anderer Nutzer zu lesen und zu kommentieren sowie auf weitere Social Reading-Funktionalitäten zuzugreifen.

Dabei verfolgen Lese- und Schreibplattformen unterschiedliche Geschäftsmodelle, von Abo-Modellen wie Oolipo (4 – 5 EUR mtl.), kostenpflichtige Werbemodelle und Self-Publishing Angebote wie z.B. Sweek (Kommissionsmodell: 37% des Nettoverkaufspreises werden an Autor ausgeschüttet) bis hin zur Integration von Affiliate Marketing und Native Advertising (z.B. Wattpad Brand) oder Kooperationen mit Verlagen und Filmstudios, um Geschichten multimedial weiter zu verwerthen (z.B. Wattpad Studio).¹⁴⁵ Das Geschäftsmodell von Plattformbetreiber Radish beruht auf Micropayments, in denen Beträge von 20 bis 40 Cent pro neu erschienenen Kapitel gezahlt werden müssen, bevor sie nach einigen Monaten zum kostenlosen Abruf freigeschaltet werden. Hier liegt ein Kommissionsmodell mit einer 50/50 Erlösverteilung vor.¹⁴⁶ Top Radish-Autoren verdienen sogar bis zu 44.000 Dollar pro Monat.¹⁴⁷

In erster Linie liegen hierbei Verträge zwischen Plattformbetreiber und den jeweiligen Schriftstellern vor.

Hörbuchplattformen

Hörbuchplattformen (z.B. Audible, Bookbeat) bieten Hörbücher für Kunden zum Download oder Streaming an. Dabei sind im Wesentlichen zwei Arten von Hörbuchproduktionen zu unterscheiden: Fremdproduktionen, also Hörbücher, welche von Hörbuchverlagen oder Drittproduzenten hergestellt und sodann an Plattformen lizenziert werden und Eigenproduktionen, also Hörbücher, welche die Plattformen selbst herstellen. Je nach Anbieter sind die Plattformen unterschiedlich stark auf Eigen- und/oder Fremdproduktionen ausgerichtet.

Teilweise bieten Plattformen im Rahmen der Fremdproduktionen den Autoren Selfpublishing-Programme an. Zu nennen ist hier etwa ACX (USA), das Audible-eigenen Selfpublishing Programms für Hörbücher.¹⁴⁸ Die vom Autor selbst hergestellte Produktion wird auf Audible sowie auf Amazon und iTunes vertrieben. Derzeit ist das Angebot nur für die USA und Großbritannien verfügbar.

Digitalen Distributoren

Im Bereich des Zwischenbuchhandels existieren digitale Distributoren sowohl für E-Books (z.B. Bookwire, Libreka, Readbox) als auch für digitale Hörbücher (z.B. Author's Republic, Feiyr, Recordjet und Xinxii). Diese Dienstleister führen nicht nur die rein technische Auslieferung von E-Books und digitalen Hörbüchern an Plattformen durch, sondern bieten teilweise auch Vertriebs-, Marketing-, Herstellungs- und Beratungsservice für die Rechteinhaber.¹⁴⁹

¹⁴⁵ buchreport.de (2016). Sweek: Wattpad auf Europäisch. URL: <https://www.buchreport.de/2016/05/06/sweek-wattpad-auf-europaeisch/> (Abruf am 13.9.2018).

¹⁴⁶ Ebd.

¹⁴⁷ Radishfiction.com (2018). About. URL: <https://www.radishfiction.com/about.html> (Abruf am 13.9.2018).

¹⁴⁸ Vgl. liberaudio.de. Was ist ACX? URL: <https://www.liberaudio.de/was-ist-acx/> (Abruf am 13.9.2018).

¹⁴⁹ Börsenverein des Deutschen Buchhandels (2017). ABC des Zwischenbuchhandels. URL: https://www.boersenverein.de/de/portal/ABC_des_Zwischenbuchhandels/174393?glossar=a&wort=795400 (Abruf am 13.9.2018).

Zu den Vertragspartnern der digitalen Distributoren auf der Nachfrageseite zählen Plattformen. Die Vertragspartner auf der Angebotsseite sind die jeweiligen Rechteinhaber, d.h. insbesondere (Hörbuch-)Verlage, Produzenten und Autoren. Eine Vergütung durch digitale Distributoren findet durch eine Beteiligung der Rechteinhaber an Verkaufserlösen statt.

Im E-Book-Segment kontrahieren digitale Distributoren nahezu ausschließlich mit Verlagen. Im Hörbuchbereich richten sich digitale Distributoren wie z.B. Author's Republic oder Xinxii dagegen teilweise auch direkt an die Autoren bzw. Produzenten.

3.4.3 Wertschöpfungswandel

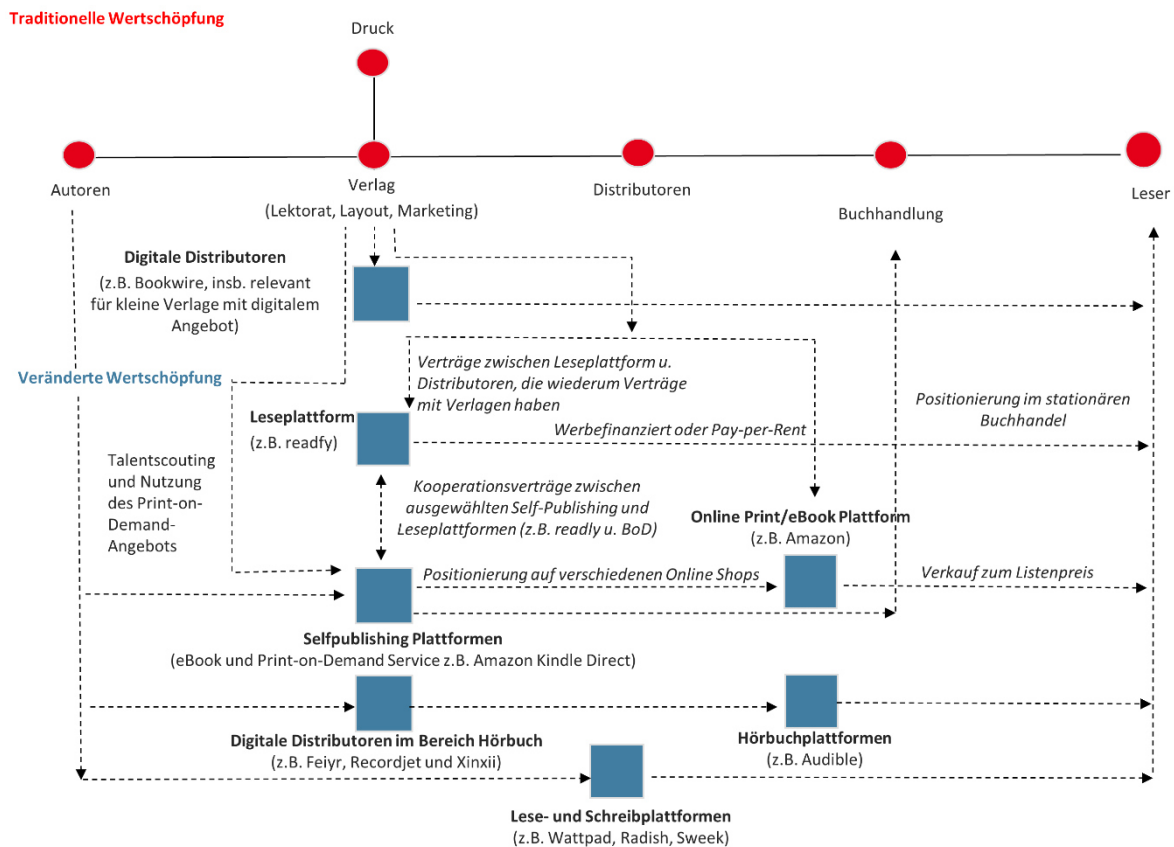
Die traditionelle Wertschöpfung im Buchmarkt ist als Großhandelsmodell bekannt. Sie untergliedert sich in die Generierung des Inhalts, die Produktion und den Verkauf/Distribution im stationären Handel.

Die Wertschöpfung eines Textes, in physischer als auch digitaler Form, ist mit hohen Vorlaufkosten und einem hohen Verlagsrisiko verbunden, da der kommerzielle Erfolg relativ schwer vorherzusagen ist. Aus zehn Büchern ist lediglich ein Titel profitabel, zwei erreichen die Gewinnschwelle und der Rest macht Verlustgeschäft und wird über Bestseller-Titel querfinanziert.¹⁵⁰

Zwar bedingt die Dematerialisierung des Textes von seiner physischen Form eine Einsparung in Produktion und Distribution, indem Stückzahlen der Nachfrageseite direkt angepasst werden können. Nichtsdestotrotz fällt der Verkaufspreis eines E-Books in Deutschland im Durchschnitt nur 15-20 % günstiger aus, als der seines gedruckten Pendant. Dies hängt zum einen mit den unverändert hohen Vorlaufkosten zusammen, einer Doppelstruktur durch das Abdecken sowohl digitaler als auch physischer Nachfrage durch Verlage, als auch der Vielzahl unterschiedlicher E-Book-Formate, wie etwa .pdf, ePub und die diversen herstellereigenen Formate, die die Kostenstruktur des E-Books prägen.

¹⁵⁰ Europäische Kommission (2017). Mapping the creative value chains: A study on the economy of culture in the digital age: final report.

Abbildung 12: Wertschöpfungswandel im Buchmarkt



Quelle: Prognos AG (2018).

Initialer Schaffensprozess

Der erste Wertschöpfungsschritt beinhaltet die Erstellung der Inhalte. Dieser kann im Buchmarkt durch verschiedene Akteure erfolgen. Autoren liefern Inhalte für Romane, Sachbücher und Fachliteratur, während Illustratoren für die Erstellung von Kinderbüchern und Comics zuständig sind. Illustratoren sind für gewöhnlich direkt bei Verlagen eingestellt und übernehmen betriebsintern auch die Covergestaltung.

Mit der Digitalisierung ergeben sich für Autoren neue Wege und Möglichkeiten, den Buchmarkt zu betreten. Durch Selfpublishing-Plattformen sind Autoren nicht mehr ausschließlich auf traditionelle Verlage, Produktionsprozesse und Verkaufskanäle angewiesen, sondern können ohne Einstellgebühren eigene Werke über Plattformen einer breiten Leserschaft sowohl in digitaler als auch physischer Form zugänglich machen. In diesem Sinne bedingen Selfpublishing-Plattformen einen Dis- bzw. Reintermediationsprozess¹⁵¹, in dem einzelnen Funktionsträger der Wertschöpfung entfallen bzw. durch neue Akteure ersetzt werden.

Darüber hinaus diversifiziert sich das Angebot an Anbietern, die das Selbstverlegen für Autoren erleichtern. Hier zu nennen sind Lulu, Book-on-Demand etc.

¹⁵¹ Die Intermediation (auch Reintermediation genannt) beschreibt den Sachverhalt, dass die Wertkette der Distribution aufgespalten wird: Die Prozesse der Gesamtdistributionsleistung werden auf Kooperationspartner ausgelagert.

Es zeigt sich allerdings, dass das Selfpublishing-Modell zum derzeitigen Entwicklungsstand das klassische Verlagsgeschäft nicht in größerem Umfang verdrängt, da Marketingmaßnahmen und Verlagskompetenzen insbesondere für einen globalisierten Buchmarkt weiterhin von Bedeutung sind.¹⁵²

Im Hinblick auf die Frage, inwieweit Autoren und Schriftsteller aus dem klassischen Verlagsmodell in den Selbstverlag wechseln (z.B. E.L. James mit „Fifty Shades of Grey“) und umgekehrt (z. B. J.K. Rowling mit der Harry Potter Reihe), zeigen Umfrageergebnissen der Selfpublishingbibel aus dem Jahr 2018, dass rund 42 % aller Selfpublisher schon mindestens einmal im klassischen Verlag veröffentlicht haben.¹⁵³ Vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen wird den sogenannte Hybridautoren besondere Bedeutung für die Zukunft beigemessen. Je nach Buch entschieden professionelle Autoren, welcher Veröffentlichungsweg zu ihrem Werk am besten passt.¹⁵⁴

Verlegen

Im zweiten Wertschöpfungsschritt wird der Text verlegt. Verlage übernehmen hierbei verschiedene Funktionen, wie das Sichten und unter Vertrag nehmen neuer Autoren und Titel, bis hin zum Lektorat, der Korrektur, dem peer review und dem Rechtemanagement.

Im weiteren Verlauf übernehmen Verlage auch den nachgelagerten Prozess der physischen und digitalen Produktion. Hierzu gehören neben der Layoutgestaltung, die Organisation von Druck und Vertrieb als auch die Verhandlungen mit Verkaufsstellen im Großhandel.¹⁵⁵

Damit sind Verlage sowohl für die inhaltliche als auch technische Qualität des Endprodukts verantwortlich, indem sie geschäftliche, rechtliche und finanzielle Aspekte in der Wertschöpfung übernehmen.

Viele der traditionellen Tätigkeiten und Funktionen im Verlag werden durch digitale Produktionsabläufe ersetzt oder entfallen sogar durch vereinfachte Verfahren, wie dem automatisierten Vertrieb im Selfpublishing und in E-Book-Shops oder dem flexiblen Druck im Print-on-Demand. Es lässt sich allerdings beobachten, dass Verlage diese Angebote auch selbst nutzen, um das eigene Geschäftsmodell effizienter zu gestalten. Verlage integrieren Plattformen in eigene Wertschöpfungsprozesse und nutzen digitale Kanäle sowie Print-on-Demand Services, um auflagenunabhängig herstellen und Handling- und Lagerungskosten einsparen zu können. Des Weiteren haben Verlage das Potenzial von Selfpublishing-Plattformen für sich entdeckt und nutzen dies verstärkt als Selektionskanal, um das kommerzielle Potenzial einzelner Autoren beurteilen zu können. Erfolgreiche Autoren werden über diesen Weg entdeckt und unter Vertrag genommen.

Distribution/Verkauf

Den dritten Schritt der Wertschöpfung bilden die Distribution und der Verkauf des Buches. Diese Aufgabe kann entweder von Verlagen oder Distributoren/Großhändlern, wie Thalia, Weltbild, Hugendubel oder Bertelsmann übernommen werden. Der Distributionsprozess umfasst Verkaufs- und Marketingaktivitäten, aber auch das Beliefern des stationären Handels.

¹⁵² Autoren, die im Selbstverlag eigene Titel veröffentlichen, gehen zum klassischen Verlagsgeschäft über, sobald sie einen gewissen Erfolg haben. Als Beispiel ist hier E.L. James mit dem Titel „50 shades of Grey“ zu nennen, die im Selbstverlag 2,5 Mio. Kopien absetzen konnte und beim Verlag Random House unterschrieben hat. Durch professionelle Marketing- und Vertriebsstrategien konnten weitere 100 Mio. verkauft werden.

¹⁵³ Matting, Matthias (2018). Die große Selfpublishing-Umfrage 2018: Die besten Dienstleister, die wichtigsten Shops. selfpublisherbibel.de. URL: <http://www.selfpublisherbibel.de/die-grosse-selfpublishing-umfrage-2018/?highlight=umfrage> (Abruf am 13.9.2018).

¹⁵⁴ Books on Demand (2016). Europäische Self-Publishing-Studie 2016: Etablierung und Chancen: Selfpublishing im internationalen Vergleich. URL: https://www.bod.de/fileadmin/user_upload_de_ch/Landingpages/Self-Publishing-Studie-2016/Europaeische_Self-Publishing-Studie-2016.pdf (Abruf am 13.9.2018).

¹⁵⁵ Europäische Kommission (2017). Mapping the creative value chains: A study on the economy of culture in the digital age: final report.

Die Digitalisierung hat die Marktstruktur des stationären Handels signifikant verändert. Neue Akteure, wie Amazon (Kindle) und Apple (iBook) übernehmen die Funktion der klassischen Distributoren und Händler. Etablierte Akteure der Distribution und des Handels haben sich den verschärften Wettbewerbsbedingungen angepasst, indem sie eigene E-Book-Plattformen anbieten. In Deutschland haben sich beispielsweise die vier großen Buchhändler Thalia, Weltbild, Hugendubel und Bertelsmann in Kooperation mit der Deutschen Telekom zusammengeschlossen, um sich mit der Plattform Tolino und einem eigenen E-Reader, Tolino Shine, am Markt zu positionieren. Im Gegensatz zu Amazon und Apple ist das alternative Angebot von Tolino darauf ausgelegt, eine offenere Infrastruktur zu bieten, in der Angebote der verschiedenen Buchhandlungen vertrieben werden können.

3.4.4 Erlösstrukturen

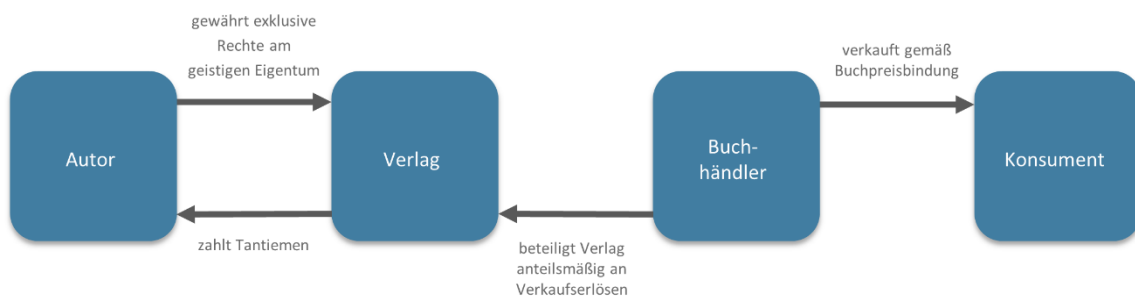
Die Preisgestaltung des Buchmarktes unterliegt in Deutschland der Buchpreisbindung, wonach Verlage gesetzlich gehalten sind, für mindestens 18 Monate einen für alle Letztverkäufer deutschlandweit verbindlichen Preis festzulegen, der nicht unter- bzw. überboten werden darf. Diese Buchpreisbindung gilt sowohl für die gedruckte als auch digitale Form des Buches (in jeweils unterschiedlicher Höhe) und bedingt somit entscheidend die Erlössituation einzelner Akteure entlang der Wertschöpfung.

Vertragliche Regelungen und die Erlösverteilung im Buchmarkt lassen sich unterscheiden hinsichtlich eines Großhandelsmodells, eines Kommissions-Modells sowie eines Selfpublishing-Modells.

Großhandelsmodell

Die traditionellen Vertragsbeziehungen zwischen Autoren und Verlagen sind entlang des Großhandelsmodells ausgerichtet (vgl. Abbildung 13). Hiernach erteilen Autoren an Verlage Exklusivrechte am geistigen Eigentum ihres Texts und erhalten im Gegenzug einen Anteil am Verkaufserlös in Form eines Autorenhonorars (in der Abbildung als Tantieme bezeichnet). Weitere Entgelte werden in Form von finanziellen Vorschusszahlungen an den Autor ausgezahlt, die mit dem erzielten Autorenhonorar verrechnet werden.

Abbildung 13: Erlösstruktur im Großhandelsmodell



Quelle: OECD (2012). E-Books: Developments and Policy Considerations.

Verlage verkaufen die Bücher an Distributoren und Großhändler für einen Prozentsatz des empfohlenen Verkaufspreises. Die Vergütung des Händlers wird in Form von Rabatten auf den gebundenen Preis verrichtet.

Aus diesem Vertragsmodell ergibt sich eine Erlösstruktur, wonach Autoren 8-15 % des Buchpreises in Form von Vorschüssen und Autorenhonoraren durch Verlage erhalten. Verlage behalten 30 % der Erlöse nach Abzug der Autorenhonorare und Druckkosten durch den Weiterverkauf an Distributo-

ren/Großhändler. Distributoren und Großhändler erhalten 10-15 % des Buchpreises aus dem Weiterverkauf an Einzelhändler. Mit 40 % streichen Einzelhändler den größten Anteil ein. Dieser ergibt sich aus der Differenz zwischen Endkundenpreis und dem Großhandelspreis.¹⁵⁶

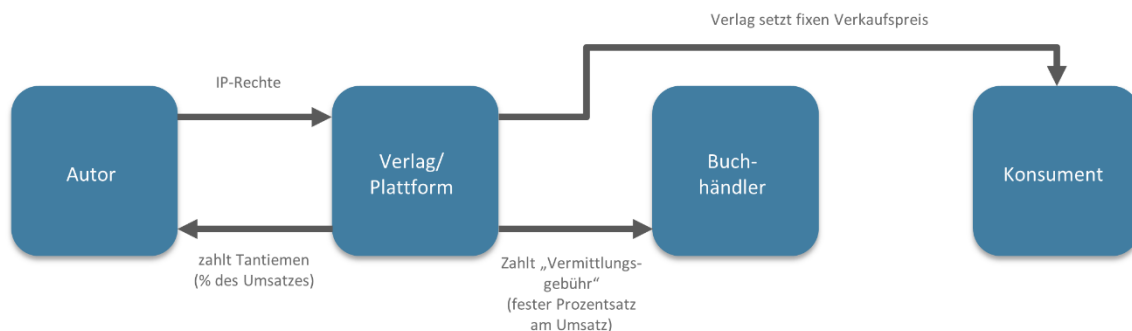
Digitale Akteure, wie Amazon, prägen das Großhandelsmodell nachhaltig. Amazon konnte sich erfolgreich in dem bestehenden Großhandelsmodell zwischen Verlagen und Konsumenten positionieren, indem es die Funktionen der Distribution sowie des Groß- und Einzelhandels übernommen hat. Amazon konnte somit seine eigene Erlössituation entscheidend verbessern, indem es die Großhandelsrabatte¹⁵⁷ von Verlagen und Einnahmen aus dem Einzelhandel direkt vom Endkonsumenten einbehalten kann.

Nachgelagerte Akteure der Wertschöpfung, wie Verlage und Autoren, verzeichnen allerdings keine nennenswerte Verbesserung der Erlössituation. Während Amazon mit 60 % den Großteil aller erzielten Erlöse einstreicht, bleibt die Erlösverteilung für Verlage mit 32 % und Autoren mit 8 % relativ unverändert.¹⁵⁸

Kommissions-Modell

Das Kommissions-Modell im Buchmarkt wurde erstmals durch Apple's iBook Store eingeführt (vgl. Abbildung 14). Hierbei agieren Plattformbetreiber als Kommissionsagenten, über den die Leser zu einem (auch in Ländern ohne Buchpreisbindung) von Verlagen festgesetzten Preis E-Books kaufen können. Dabei handeln Plattformbetreiber in eigenem Namen jedoch auf fremde Rechnung mit E-Books, wofür sie vom Verlag eine Provision erhalten.¹⁵⁹ In der Regel beträgt der Provisionsatz 30% des Endkundenpreises, wobei 70% des Buchpreises an Verlage gehen.

Abbildung 14: Erlösstruktur im Kommissions-Modell



Quelle: OECD (2012). E-Books: Developments and Policy Considerations.

Das Kommissions-Modell hat sich als Standard für E-Book-Verträge zwischen Verlagen und Distributoren etabliert. Ausgehend von diesem Modell entfallen 70 % der ausgeschütteten Erlöse auf den Autor (ca. 40 %) und an die Verlage (ca. 30 %).¹⁶⁰

¹⁵⁶ OECD (2012). E-Books: Developments and Policy Considerations.

¹⁵⁷ Verlage gewähren Großhändlern einen Rabatt auf die unverbindliche Preisempfehlung des Verlags. Die Differenz aus Preisempfehlung und festgelegtem Endkundenpreis des Großhändlers entspricht dem Erlös des Großhändlers. Dies hat eher Relevanz für Länder ohne Buchpreisbindung.

¹⁵⁸ Ebd.

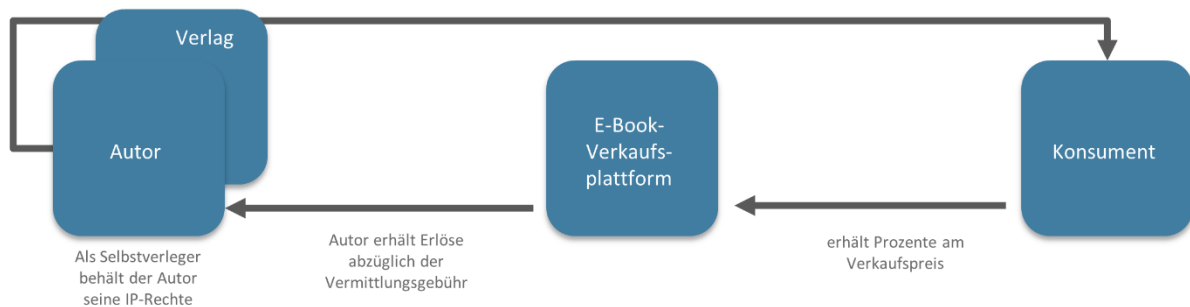
¹⁵⁹ Börsenverein des Deutschen Buchhandels (2017). ABC des Zwischenbuchhandels. URL: https://www.boersenverein.de/de/portal/ABC_des_Zwischenbuchhandels/174393?glossar=a&wort=795400 (Abruf am 13.9.2018).

¹⁶⁰ OECD (2012): E-Books: Developments and Policy Considerations.

Selfpublishing-Modell

Mit dem Erfolg des E-Books haben sich neue Geschäftsmodelle entwickelt, die den Selbstverlag von Autoren unterstützen. Mittels Selfpublishing-Plattformen, wie Smashwords, Bookbaby, Lulu, Books-on-Demand sowie Amazon Kindle Direct lassen sich neben dem Groß- und Einzelhandel nun auch Verlage und Druckereien als zwischengeschaltete Akteure umgehen. Hierbei werden digitale Distributionskanäle über Amazon Kindle, Apple iBooks oder Kobo genutzt. Sinkende Produktions- und Distributionskosten sorgen somit dafür, dass die Markteintrittsbarrieren für einzelne Autoren fallen.

Abbildung 15: Erlösstruktur im Selfpublishing

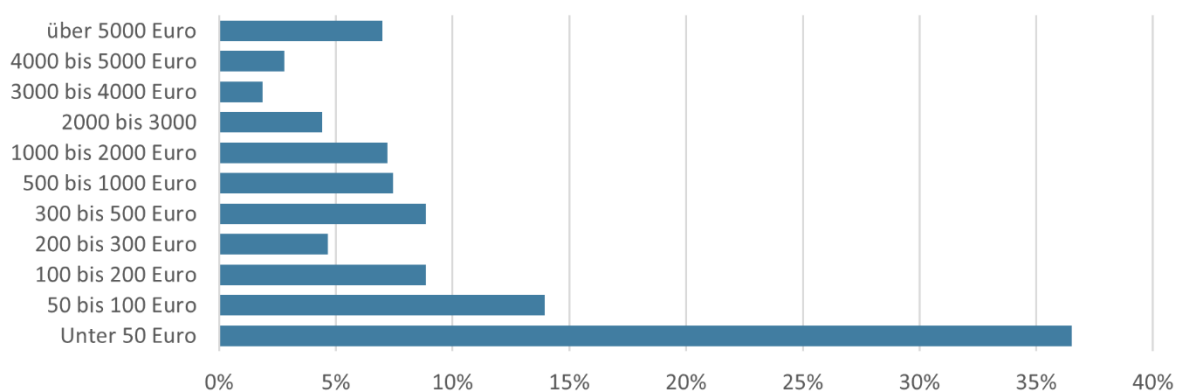


Quelle: Prognos AG (2018). Eigene Darstellung mit Anpassungen auf Basis von OECD (2012): E-Books: Developments and Policy Considerations.

Als einer der größten Anbieter integriert Amazon seinen Self-Publishing-Dienst in seine Gesamtinfrastruktur und erlaubt es, E-Books kostenlos über den herstellereigenen Kindle Store zu vertreiben. Da beim Selbstverlag Autoren neben der kreativen auch die rechtliche Kontrolle über ihr Werk behalten, ist der Vertrieb über weitere Distributionskanäle nicht ausgeschlossen, womit dem Autor weitere potenzielle Erlösquellen zur Verfügung stehen. Hierbei ist eine Dritthändlervergütung an die jeweilige Verkaufsplattform zu entrichten (vgl. Abbildung 15).

Autoren können im Selbstverlag bis zu 70 % des Verkaufspreises als Autorenhonorar erzielen. Neben einer attraktiveren Erlösverteilung setzten Self-Publishing-Plattformen einen weiteren Anreiz, indem sie Autoren erlauben, innerhalb eines festgesetzten Rahmens selbst über den Verkaufspreis ihres Werkes zu bestimmen. Vom Verkauf eines E-Books zu einem Preis von 9,99 EUR kann der Autor somit bis zu 6,99 EUR pro Verkauf für sich berechnen.

Abbildung 16: Monatliche Einnahmen aus Selfpublishing 2018



Quelle: Selfpublisherbibel.de (2018). Die große Selfpublishing-Umfrage 2018.

Inwieweit Self-Publishing als eigenständige Alternative für das Auskommen von Autoren zu bewerten ist, bleibt fraglich. Einer Umfrage der Homepage „Selfpublisherbibel“ aus dem Jahr 2018 zufolge, an der 843 Nutzer teilnahmen, erzielen knapp die Hälfte aller befragten Autoren Einnahmen bis 100 EUR im Monat. Nur 16 % erzielen hingegen Einnahmen über 2.000 EUR.¹⁶¹ Dieses Ergebnis deckt sich mit einer europaweiten Studie der Hochschule für angewandtes Management, Erding, wonach lediglich 37 % der befragten Autoren eine positivere Erlössituation als Grund für die Wahl des Self-Publishing legen.¹⁶² Hingegen bleibt für 90 % aller Befragten die eigene kreative Autonomie und Experimentierfreiheit Hauptgrund für das Selbstverlegen.

Vergleich der Erlöse aus E-Books und Print

Hinsichtlich der Frage, inwieweit sich die Erlössituation von Autoren im Vergleich zum traditionellen Erlösmodell verbessert hat, herrscht in der Literatur weitestgehend Uneinigkeit. Einige Quellen argumentieren, dass sowohl die veränderte Kostenstruktur in Produktion und Vertrieb als auch die absatzfördernden relativ niedrigeren Preise für E-Books, eine Anpassung der Autorenhonorare nach oben bedingen. Während aus dem Verkauf eines physischen Buches zum Preis von 11 EUR der Autor jeweils 0,83 EUR verdiene, betrüge der Erlösanteil am Verkauf eines E-Books für 7,70 EUR auf Autorensseite 1,46 EUR.¹⁶³

Andere Quellen widersprechen diesem Bild mit der Begründung, dass die Berechnungsgrundlage im physischen und digitalen Verkauf eine andere sei. Für das physische Buch erhält der Autor 10 % von dem Buchpreis, während für ein E-Book ein Anteil von 15 % auf den Verlagsanteil für die Autoren abfällt. Ausgehend davon würden Autoren für ein physisches Buch zum Preis von 20 EUR hiervon 2 EUR erhalten. Beim digitalen Pendant zum Preis von 9,90 EUR erhalte der Autor 15 % auf die 30 % des Verlages auf den Verkaufspreis von 9,90 EUR. Daraus resultiert ein Erlös für den Autor von 0,45 EUR.¹⁶⁴

3.4.5 Implikationen der Digitalisierung für die KSVG-Abgabepflicht

Im Buchmarkt verdienen aus künstlerischer Sicht insbesondere Selfpublishing-Plattformen und digitale Distributoren nähere Betrachtung.

E-Book-Shops zum Vertrieb von E-Books (z.B. Amazon, Apple iBooks, Tolino), Plattformen mit kostenlosem, unbegrenztem Zugriff auf E-Books (z.B. readfy) sowie Hörbuchplattformen (z.B. Audible, BookBeat) sind dagegen nicht von Relevanz, da diese in aller Regel nicht unmittelbar mit Autoren in Vertragsbeziehungen stehen, sondern Lizenzen von Verlagen, Distributoren und Selfpublishing-Plattformen erwerben.

Selfpublishing-Plattformen

Selfpublishing-Plattformen (z.B. Kindle Direct Publishing von Amazon) stehen in unmittelbarer Vertragsbeziehung mit Autoren und leisten Zahlungen an diese in Form der Ausschüttung von Verkaufserlösen. Sie kommen also grundsätzlich als abgabepflichtige Unternehmen in Betracht.

¹⁶¹ Matting, Matthias (2018). Die große Selfpublishing-Umfrage 2018: Die besten Dienstleister, die wichtigsten Shops. selfpublisherbibel.de. URL: <http://www.selfpublisherbibel.de/die-grosse-selfpublishing-umfrage-2018/?highlight=umfrage> (Abruf am 13.9.2018).

¹⁶² Books on Demand (2016). Europäische Self-Publishing-Studie 2016: Etablierung und Chancen: Selfpublishing im internationalen Vergleich. URL: https://www.bod.de/fileadmin/user_upload_de_ch/Landingpages/Self-Publishing-Studie-2016/Europaeische_Self-Publishing-Studie-2016.pdf (Abruf am 13.9.2018).

¹⁶³ Kurt Salmon (2015). Have the cultural and creative sectors found the formula for development in the digital age? A report prepared for the Forum d'Avignon.

¹⁶⁴ Europäische Kommission (2017). Mapping the creative value chains: A study on the economy of culture in the digital age: final report.

Wie noch im Einzelnen darzulegen sein wird,¹⁶⁵ handelt es sich beim Selfpublishing über Plattformen nicht um eine Selbstvermarktung im künstlersozialversicherungsrechtlichen Sinne. Die Autoren erreichen die Leser nicht ohne jedwede Zwischenschaltung eines Dritten, sondern nutzen die Organisationsstruktur der Plattform.¹⁶⁶ Bei näherer Betrachtung hat der Autor nur geringen Einfluss darauf, ob und wie sein Buch über die Plattform vermarktet wird. Die algorithmusbasierte Vermarktung findet vielmehr weitestgehend automatisch statt. Dass es nicht der Autor ist, der sich selbst vermarktet, sondern die Plattformen die Vermarktung übernehmen, zeigt sich nicht zuletzt daran, dass sich die Selfpublishing-Plattformen in ihren Allgemeinen Geschäftsbedingungen weitreichende Nutzungsrechte von den Autoren einräumen lassen – darunter explizit auch das Recht zur Vermarktung.¹⁶⁷

Da sich das Selfpublishing im Ergebnis lediglich als neue Form der Fremdvermarktung darstellt, können die Selfpublishing-Plattformen zur Künstlersozialabgabe herangezogen werden, sofern sie ihren Sitz im Inland haben. Nach Auskunft der Ausgleichsvereinigung Verlage e.V. (AV Verlage) kommen eine Vielzahl an Selfpublishing-Plattformen über die Mitgliedschaft in der AV Verlage ihrer Abgabepflicht nach. Auch im Verwerterbestand der KSK finden sich Selfpublishing-Plattformen.

Lese- und Schreibplattformen

Lese- und Schreibplattformen (z.B. Sweek, Oolipo, Wattpad, Radish) unterhalten direkte Vertragsbeziehungen zu Autoren. Soweit Entgelte an diese gezahlt werden (in der Regel in Form von Erlösbeteiligungen), unterliegen die Plattformen grundsätzlich der Abgabepflicht. Allerdings haben die meisten namhaften Lese- und Schreibplattformen ihren Sitz im Ausland (z.B. Sweek: Niederlande, Radish: USA), sodass sie nicht zur Künstlersozialabgabe herangezogen werden können.¹⁶⁸

Digitale Distributoren

Digitale Distributoren spielen für die Künstlersozialabgabe nur dann eine Rolle, wenn sie direkte Vertragsbeziehungen zu Künstlern unterhalten. Dies ist im E-Book-Segment nur selten der Fall. Distributoren wie Bookwire, Readbox oder libreaka erwerben Nutzungsrechte in aller Regel von Verlagen, nicht aber von den Autoren selbst. Anders dagegen im Hörbuchsegment: Distributoren wie Author's Republic und Xinxii richten ihr Angebot ausdrücklich (auch) direkt an Hörbuchautoren und -produzenten. In solchen Fällen direkter Vertragsbeziehungen mit Künstlern unterliegen digitale Distributoren – bei Sitz im Inland – der Abgabepflicht.

¹⁶⁵ Siehe unten Ziff. 5.1.2.

¹⁶⁶ Nach der Definition des BSG liegt damit keine Selbstvermarktung mehr vor, vgl. z.B. BSG, Urteil vom 30.09.2015, Az.: B 3 KS 1/14 R, Rn. 26.

¹⁶⁷ Vgl. z.B. Allgemeine Geschäftsbedingungen von Kindle Direct Publishing (Abruf am 13.9.2018), Ziff. 5.5, abrufbar unter https://kdp.amazon.com/de_DE/help/topic/G200627430 (Abruf am 13.9.2018).

¹⁶⁸ Siehe unten Ziff. 5.3.2.

3.5 Musikwirtschaft

Zur Musikwirtschaft zählen selbstständige Musiker wie zum Beispiel Komponisten, Textdichter und Interpreten, außerdem Tonstudios, Musiklabels und Musikverlage, Ensembles, Theater- und Konzertveranstalter, Musical- und Konzerthäuser sowie der Musikfachhandel. Ergänzt wird dies von der Produktion von Musikinstrumenten und musikbezogenen Dienstleistungen.

Von allen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft hat die Digitalisierung die Musikwirtschaft am stärksten geprägt und verändert. Musikpiraterie, der relative Bedeutungsverlust physischer Formate sowie die Erschließung neuer Vertriebskanäle über Plattformen sind nur einige Merkmale, die repräsentativ für einen umfänglichen Wandel der Branche stehen.

Diese Entwicklungen führten nicht zuletzt zu dramatischen Umsatzeinbrüchen im Musikverkauf. Nach einer Studie der Unternehmensberatung PwC ging der Umsatz im gesamten Musikmarkt von 2003 bis 2010 jährlich um mehr als 2 % zurück. Der Umsatz für physische Tonträger betrug im Jahr 2013 gerade einmal 40 % des Umsatzniveaus vom Jahr 2003.¹⁶⁹

Ein fortlaufender Adaptionsprozess hat die Branche dazu gezwungen, sich auf neue Konsumpräferenzen, Marktakteure und Geschäftsmodelle einzuspielen, um zur Rentabilität zurück zu finden. Insbesondere für Muskschaffende ändert sich in diesem Kontext die Berufspraxis – mehr als zuvor sind sie durch digitale Technologien und neue Distributionskanäle befähigt, eigene Musik selbst zu produzieren, zu vertreiben und sich am Markt zu positionieren.¹⁷⁰ Angefangen von digitalen Musikproduktionssystemen, digitalen Distributionsdienstleistern bis hin zu Marketing-Tools auf Social Media bietet sich ein breiteres Spektrum an Optionen, die eigene Musik selbst zu kommerzialisieren.

3.5.1 Teilmarktbeschreibung

Für den Zeitraum 2010-2016 hat sich die Umsatzentwicklung in allen Teilbranchen der Musikwirtschaft durchgehend positiv entwickelt. Mit einem erzielten Umsatz von 8,7 Mrd. EUR im Jahr 2016 ließ sich somit eine Umsatzsteigerung von 38,6 % erreichen. Über den Zeitraum von 2011 bis 2016 verzeichnet die Musikwirtschaft zudem mit 5,5 % die höchste durchschnittliche jährliche Umsatzwachstumsrate der Kultur- und Kreativwirtschaft.¹⁷¹ Der Anteil am Gesamtumsatz der Kultur- und Kreativwirtschaft liegt für die Musikwirtschaft bei rd. 5%. Die Anzahl der Unternehmen ist für den betrachteten Zeitraum allerdings relativ konstant geblieben. Mit rd. 14.000 Unternehmen im Jahr 2016 konnte der Wert von 2010 lediglich um 1,9 % überschritten werden. Eine ähnliche Entwicklung lässt sich von 2010 bis 2015 für die Anzahl der Kernerwerbstätigen (Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte und Selbstständige) feststellen. Von 2015 auf 2016 erhöhte sich die Anzahl der Kernerwerbstätigen in der Musikwirtschaft von knapp 48.500 auf 50.037. Darüber hinaus lässt sich seit 2010 ein Anstieg in der Anzahl der geringfügig Beschäftigten beobachten. Hier steigt die Zahl um 16,1 % auf 13.836 geringfügig Beschäftigte im Jahr 2016.¹⁷²

Unter Berücksichtigung der strukturellen Besonderheiten der Musikwirtschaft lassen sich weiterführende Aussagen zur Branche machen, die über die hier einheitlich verwendeten Daten der BMWi-Monitoringberichte hinausgehen. Der Bundesverband Musikindustrie veröffentlichte in einer Studie aus dem Jahr 2015 Kennzahlen, die neben Selbstständigen mit einem jährlichen Umsatz von unter

¹⁶⁹ PwC (2015). The Digital Future of Creative Europe: The Impact of digitization and the Internet on the Creative Industries in Europe.

¹⁷⁰ Oliver & Ohlbaum Associates, Analysys Mason (2017). The impact of the internet on the creative sector.

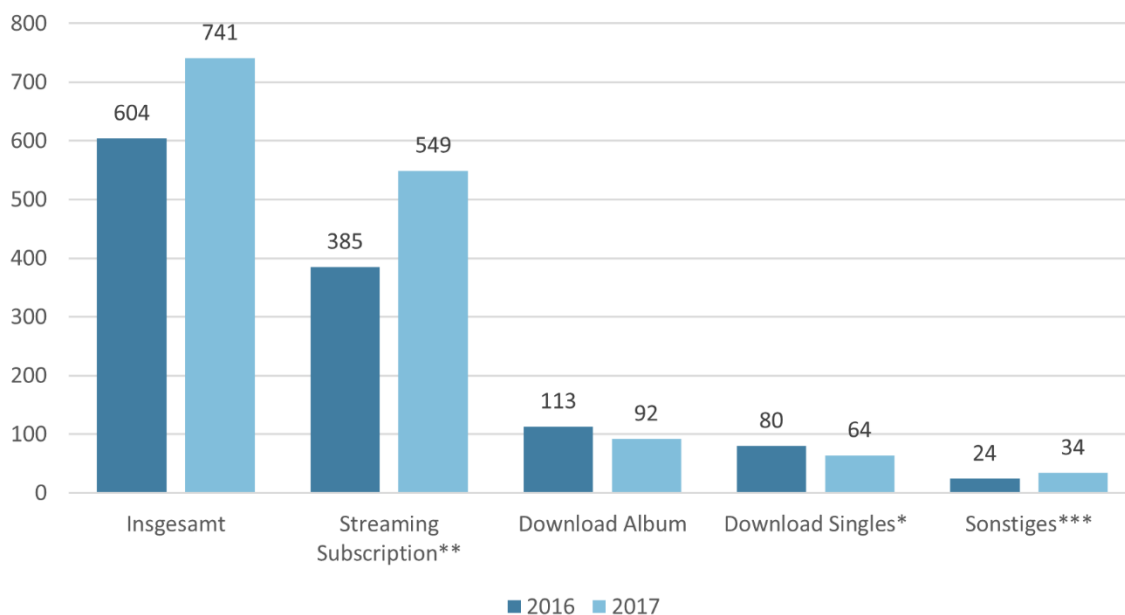
¹⁷¹ BMWi (2017). Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2017.

¹⁷² Ebd.

17.500 EUR auch weitere, an die Musikbranche angeschlossene Dienstleistungsunternehmen (z.B. Presswerke) berücksichtigt. Unter Einbeziehung dieser Statistiken sind, verglichen mit anderen Medienbranchen in Deutschland, in der Musikwirtschaft mit einer Anzahl von 127.600 die meisten Erwerbstätigen beschäftigt. Darüber hinaus konnte für das Jahr 2015 insgesamt ein Umsatz von 11,1 Mrd. EUR erzielt werden. Hauptnachfrager von Gütern und Dienstleistungen sind private Konsumenten, die im Vorjahr 2014 rund 6,7 Mrd. EUR ausgegeben haben.¹⁷³

Mit dem Verkauf digitaler und physischer Musik konnte im Jahr 2017 ein Gesamtumsatz von 1,588 Mrd. EUR erzielt werden. Mit einem Anteil von 53,4 % (848 Mio. EUR) fällt auf den Verkauf von CDs, DVDs und Schallplatten weiterhin der Hauptteil der Umsätze in Deutschland ab. Im Vergleich zu 2016 (989 Mio. EUR) ist hier allerdings ein Rückgang von 14,3 % zu beobachten.¹⁷⁴

Abbildung 17: Umsätze im digitalen Musikmarkt in Deutschland nach Segmenten in den Jahren 2016 und 2017 (in Mio. €)



Quelle: Bundesverband Musikindustrie e.V., GfK Entertainment (2017). Musikindustrie in Zahlen 2017.

* Single Tracks ** Audio-Streaming-Plattformen *** Werbefinanzierte Video-Streaming-Plattformen, Einkommen aus Cloud-Services, etc.

Positive und recht dynamische Entwicklungstrends lassen sich für das digitale Segment feststellen und hier insbesondere im Streamingbereich (vgl. Abbildung 17). Dieser ist gleichzeitig der zweitstärkste Umsatztreiber der Musikverkäufe in Deutschland. So stieg der Umsatz von 2016 auf 2017 um 42,8 % auf 549 Mio. EUR. Allerdings hat dieser Trend Auswirkungen auf das Downloadgeschäft. Hier sinken die Umsätze für denselben Zeitraum um 19,3 % von 113 auf 92 Mio. EUR. Musikmarktprognosen des Marktforschungsinstituts GfK gehen von einer Fortschreibung dieser Trends aus, wonach im Jahr 2022 mit einer Umsatzverteilung von 75 % für Streaming, 3 % für Downloads und 22 % für physische Tonträger auszugehen ist.¹⁷⁵

¹⁷³ Bundesverband Musikindustrie (2015). Musikwirtschaft in Deutschland.

¹⁷⁴ Bundesverband Musikindustrie e.V., Umsatz. URL: <http://www.musikindustrie.de/umsatz/> (Abruf am 13.9.2018).

¹⁷⁵ Ebd.

Für das erste Halbjahr 2018 übersteigt der digitale Umsatzanteil im Musikverkauf zum ersten Mal die Umsätze aus dem Verkauf physischer Tonträger. Mit 47,8 % ist Audio-Streaming das größte Umsatzsegment.¹⁷⁶ Auf dem weltweiten Musikmarkt haben bereits im Jahr 2015 digitale Umsätze den physischen Markt überholt (45 % digital, 39 % physischer Verkauf).¹⁷⁷ Streaming ist auch hier der am schnellsten wachsende Markt mit einem Umsatzwachstum von 45,2 % im Jahr 2015.

3.5.2 Akteursgeflecht

Zu den Versicherten nach dem KSVG gehören im Musikbereich u.a. Komponisten, Textdichter, Musikbearbeiter, Instrumentalsolisten, Sänger/Interpreten und Tänzer sowie Pädagogen und Ausbilder im Bereich Musik. Die Digitalisierung bedingt, dass zunehmend neue technische Voraussetzungen für Musiker entstehen, um auch als Produzenten agieren zu können. Dies ist besonders der Fall im Bereich der elektronischen Musik und für Indie-Bands.¹⁷⁸ Eine trennscharfe Unterscheidung zwischen Musikern und Produzenten ist somit nicht immer möglich.

Als klassische Verwerter der Branche sind Musiklabels und Musikverlage zu nennen. Insbesondere im Bereich der Musiklabels hat sich eine stete Marktkonzentration entwickelt, in der die drei Majorlabels Universal, Warner und Sony 80 % der Musikumsätze generieren und das überwiegende Gros am Musikkatalog des Online-Angebots halten.

Neue Akteure sind insbesondere Plattformen, die musikalische Inhalte auf Online-Kanälen vertreiben und Entgelte an Künstler auszahlen.

Die Geschäftsmodelle der einzelnen Plattformbetreiber lassen sich hinsichtlich ihrer Nutzungsverhältnisse, der Finanzierungsmodelle und der zugrundeliegenden Vertragsbeziehungen differenzieren.

Geschlossene Streaming-Plattformen

Für geschlossene Streamingdienste (z.B. Spotify, Deezer, Apple Music, Tidal, YouTube Music¹⁷⁹) besteht das gängige Geschäftsmodell darin, das Angebot an Musik in Form kostenloser und werbefinanzierter bzw. in Form kostenpflichtiger Premium-Abonnements anzubieten. Vergleichbar mit dem traditionellen Musikradio, wird im Rahmen eines werbefinanzierten Abonnements das Musikerlebnis durch Werbeschaltungen unterbrochen. Weiter ist der Zugang und das Abrufen des angebotenen Musikkatalogs durch den Streaminganbieter eingeschränkt, etwa weil der Nutzer mit dem Internet verbunden sein muss und eine „Offline-Nutzung“ nicht möglich ist. Auch bestehen Einschränkungen hinsichtlich einzelner Titel; so lassen sich Alben und Playlisten zwar abrufen, nicht aber das Abspielen einzelner Songs.

Der Verkauf von Werbeplätzen als Finanzierung findet im kostenlosen Abonnement Anwendung. Premium-Abonnements erlauben einen uneingeschränkten Zugang zum angebotenen Musikkatalog für eine monatliche Nutzungsgebühr. Hierbei erweitern Zusatzfunktionen das Angebot, welche die Möglichkeit bieten, einzelne Songs und Alben für den Offline-Gebrauch runterzuladen und auf exklusive Faninhalte sowie das Live-Streaming von Konzerten zugreifen zu können. Family-Abonnements ermöglichen das Teilen eines Accounts mit anderen Nutzern und das Streamen auf mehreren Endgeräten. Grundlage für das kostenlose als auch das Premium-Abonnement bildet der Erwerb (exklusiver)

¹⁷⁶ Bundesverband Musikindustrie e.V., BVMI-Halbjahresreport 2018: Audio-Streaming überholt die CD. URL: <http://www.musikindustrie.de/news-detail/controller/News/action/detail/news/bvmi-halbjahresreport-2018-audio-streaming-ueberholt-die-cd/> (letzter Abruf: 12.9.2018).

¹⁷⁷ International Federation of the Phonographic Industry (2018). Global Music Report (2018). Annual State of the Industry.

¹⁷⁸ Europäische Kommission (2015). Remuneration of authors and performers for the use of their work.

¹⁷⁹ YouTube Music (<https://music.youtube.com/>; Abruf am 13.9.2018) ist der erst kürzlich gestartete kostenpflichtige Abo-Streaming Dienst von YouTube, der nicht verwechselt werden darf mit der allseits bekannten, gebührenfreien, werbefinanzierten UGC-Plattform YouTube.

Lizenzen seitens der Betreiber für die Masterrechte und Verlagsrechte, die von den (Major-) Labels und den Musikverlagen/Verwertungsgesellschaften eingekauft werden.

Geschlossene Download-Plattformen

Das Geschäftsmodell von Download-Plattformen (z.B. iTunes, Amazon Prime Music, Google Play) orientiert sich an einem Bezahlssystem, in dem Nutzer für einzelne Downloads von Songs und Albums einen festgesetzten Preis bezahlen und im Gegensatz zum Streaming Eigentumsrechte an dem Musikstück erwerben. Anders als bei Geschäftsmodellen im Streamingbereich, finanzieren sich Download-Plattformen ausschließlich über den Verkauf von Downloads. Hierbei werden nicht selten Exklusivangebote vertrieben, die aus Kooperationsverträgen mit Musiklabels zu Stande kommen. Analog zum Streamingdienst, bilden auch hier Lizenzverträge für Master- und Verlagsrecht zwischen Download-Plattform und Musiklabels sowie Musikverlagen/Verwertungsgesellschaften die Grundlage des Geschäftsmodells.

User-Generated-Content-Plattformen

User-Generated-Content-Plattformen (z.B. YouTube, Soundcloud) bieten von Plattformnutzern hochgeladene Inhalte an. Nicht selten finden sich auf solchen Plattformen auch urheberrechtlich geschützte Inhalte. Ein solches Plattformformat bietet eine relativ simple Möglichkeit für einzelne Künstler und Labels eigene Musik zu promoten. Hierzu werden WerbETOOLS vom jeweiligen Plattformbetreiber angeboten (Künstler-/Labelkanal, Marketing Programme und Video Targeting Tools), um ein großes Zielpublikum zu erreichen. User-Generated-Content-Plattformen finanzieren sich in Deutschland derzeit über Werbebanner und Werbeschaltungen. Zum Teil bieten solche Plattformen allerdings auch eigene kostenpflichtige Abonnements an, wie z.B. YouTube Music.

Vertragliche Grundlage für das Einstellen und Verwerten eigener Audio- und Videoinhalte ist das Abtreten nicht exklusiver Nutzungsrechte an den Plattformbetreiber. Im Rahmen von Partnerprogrammen lassen sich die hochgeladenen Inhalte über Werbeanzeigen monetarisieren. Die Berechnung der Erlöse an den Künstler obliegt dabei dem Plattformbetreiber, diese liegen z.B. bei YouTube bei 55 %.

Digitale Distributoren/Aggregatoren¹⁸⁰

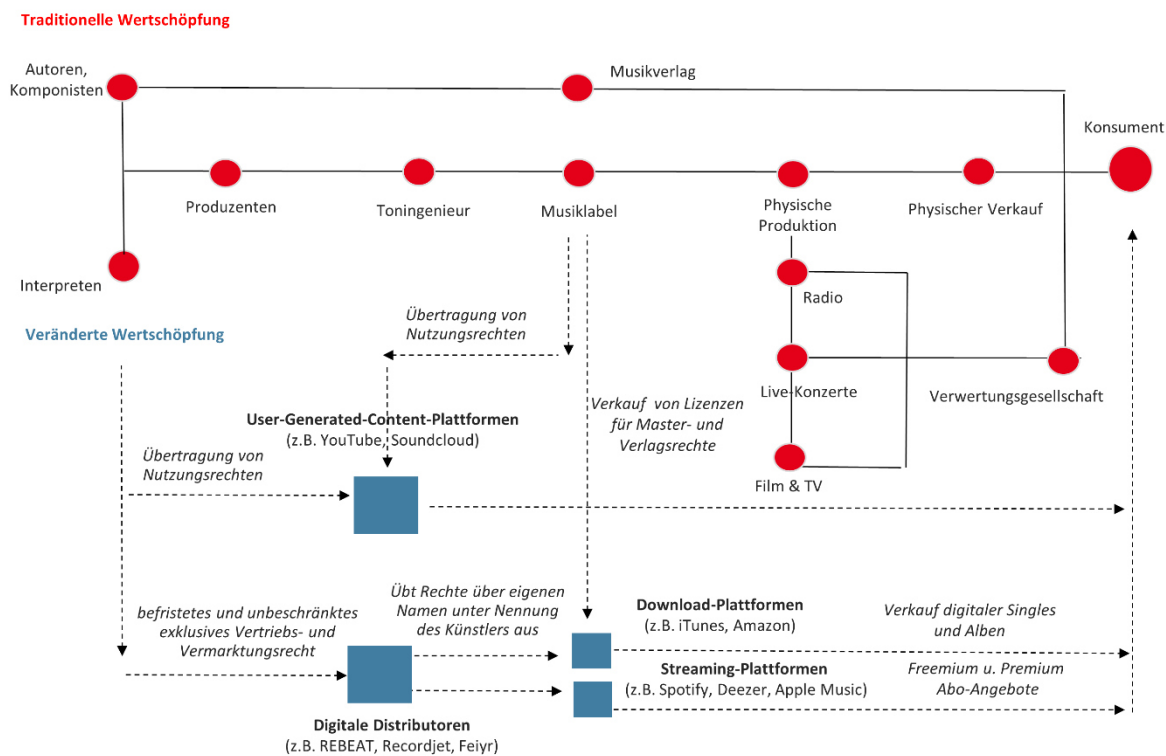
Digitale Distributoren/ Aggregatoren (z.B. REBEAT, Recordjet etc.) erleichtern Künstlern und kleineren Labels das Vermarkten von Musik, indem sie Datenmaterial in die gängigen Formate der geschlossenen Download- und Streaming-Plattformen konvertieren und einspeisen. Teil der Serviceleistung digitaler Distributoren ist es, mittels eigener automatisierter Abrechnungssysteme die Monetarisierung der Musik auf den jeweiligen Plattformen technisch, wirtschaftlich und rechtlich zu steuern und die Erlöse an Künstler und Labels auszuschütten. Das Finanzierungsmodell besteht häufig in einer Umsatzbeteiligung am Entgelt für den Verkauf bzw. Stream der Songs sowie Servicegebühren, welche pro Song abgerechnet werden. Hierfür erwirbt der digitale Distributor exklusive Vertriebs- und Vermarktungsrechte an den Musikwerken einzelner Künstler bzw. kleiner Labels und übt diese Rechte im eigenen Namen und unter Nennung des Künstlers bei Streaming- und Download-Plattformen aus.

3.5.3 Wertschöpfungswandel

Im folgenden Abschnitt wird die Wertschöpfungskette im Musikmarkt anhand einzelner Funktionsglieder und deren Akteure dargestellt. Abbildung 18 verdeutlicht die unterschiedlichen Interrelationen zwischen den einzelnen Wertschöpfungsgliedern als auch die Integration neuer Plattformbetreiber und die damit verbundenen Veränderungen im traditionellen Wertschöpfungsgefüge.

¹⁸⁰ Eine trennscharfe Abgrenzung zwischen den beiden Begriffen erscheint nicht möglich; sie werden weitestgehend synonym verwendet. Im Folgenden wird der Einfachheit halber nur die Bezeichnung „digitale Distributoren“ verwendet.

Abbildung 18: Wertschöpfungswandel in der Musikwirtschaft



Quelle: Prognos (2018).

Initialer Schaffensprozess

Das Kernprodukt der Musikwirtschaft bildet das musikalische Werk. Dessen initialer Schaffensprozess untergliedert sich in die Komposition und Vertextung des Musikwerks sowie ihrer Darbietung und damit Interpretation durch Musiker. Der Schaffensprozess wird somit von Komponisten/Autoren und Musikern vollzogen. Die Musikstücke können dabei (vor Publikum) aufgeführt oder für Aufnahmen eingespielt werden. Hierbei ist es nicht zwingend, dass die einzelnen Schaffenskomponenten vom selben Künstler übernommen werden. Oftmals werden das Komponieren, Einspielen und Aufführen von Stücken von unterschiedlichen Akteuren vollzogen.

Produktion und Vervielfältigung

Den zweiten Wertschöpfungsschritt bildet die Produktion einer Aufnahme des Musikstücks. Hierbei leiten und begleiten Produzenten und Toningenieure die Künstler bei der Aufnahme und Produktion des Musikstückes. Diesen Wertschöpfungsschritt übernehmen üblicherweise Musiklabels und kleinere Musikstudios. Im Zuge sinkender Kosten für Produktionsequipment und dem Zugang zu Fachwissen aus Online Communities, sind die Möglichkeiten der Eigenproduktion durch Künstler deutlich gestiegen.¹⁸¹ Digitale Audio-Workstations erleichtern die Selbstproduktion von Künstlern, indem sie bspw. durch eine Integration von Aufnahme- und Verarbeitungstools die Generierung von Masteraufnahmen erleichtern.

Im weiteren Wertschöpfungsverlauf übernehmen Musiklabels die Herstellung, d.h. Vervielfältigung, der Tonträger. Produktion und die (physische) Vervielfältigung sind bei Majorlabels vertikal integriert und werden in der Regel betriebsintern abgewickelt. Hierzu zählen neben der Herstellung von CDs

¹⁸¹ Block, Amke et al. (2010). Online Künstler-Selbstvermarktung. URL: https://www.popakademie.de/Leitfaden_Selbstvermarktung_Popakademie.pdf (Abruf am 13.9.2018).

und dem Pressen von Vinyl-Schallplatten auch die Gestaltung und der Druck von Covern, Booklets und Verpackungen. Kleinere Labels greifen hierbei auf externe Packaging-Anbieter zurück.

Im Zuge der Digitalisierung ist hierbei aber mit einem weiteren Bedeutungsrückgang zu rechnen, da das musikalische Angebot vermehrt in digitaler Form vertrieben wird. Eine Ausnahme bildet hierbei der Markt für Vinyltonträger – hier steigen Umsätze weiter an, bleiben allerdings im Verhältnis weiterhin ein Nischenprodukt.¹⁸²

Distribution und Verkauf

Distributionskanäle sorgen dafür, dass das Produkt und Künstler am Markt positioniert werden können. Der stationäre Handel bildet für physische Tonträger den gängigen Absatzkanal. Größere Labels und Majorlabels greifen hier auf eine umfangreiche Distributionsinfrastruktur zurück. Kleinere Labels schließen hierfür Distributionsverträge mit Majors bzw. größeren Labels ab, um sich mit ihrem eigenen Angebot am Markt positionieren zu können. Durch Online-Händler, die den Vertrieb physischer Tonträger übernehmen (z.B. Amazon) sowie durch den Markteintritt von Download- und Streaming-Plattformen ist jedoch von einem anhaltenden Rückgang des stationären Musikhandels bei der Wertschöpfung auszugehen.

Verstärkt wird auf digitalen Plattformen wie Spotify, iTunes, Amazon Prime Music Musik vertrieben. Majorlabels schließen hierbei direkt Lizenzverträge mit den großen Plattformanbietern ab. Einige Independent Labels haben hierfür mit Merlin¹⁸³ eine globale Interessenvertretung gegründet, um Verträge mit den Plattformbetreibern auszuhandeln und abschließen zu können. Independent Labels und einzelne Künstler greifen darüber hinaus auf automatisierte Verfahren und Dienstleistungen von digitalen Distributoren zurück, wie REBEAT, Recordjet oder feiyr. Diese Distributoren erlauben es, das Musikangebot in automatisierter Form direkt auf Download- und Streaming-Plattformen zu vertreiben. Nicht selten wird auch Marketing als Teil des Serviceportfolios von diesen Distributoren angeboten.

Als Streaminganbieter sind User-Generated-Content-Plattformen als weitere Akteure zu nennen. Mit 1,3 Mrd. aktiven Nutzern jeden Monat hat sich mit YouTube der größte und populärste Anbieter positioniert, der im Rahmen des User-Generated-Content auch zu einem wesentlichen Teil urheberrechtlich geschützte Inhalte, wie Musik, anbietet.

Marketing- und Promotionaktivitäten bilden einen weiteren Bestandteil innerhalb des Distributionsprozesses von Musikangeboten, die originär von Musiklabels und Musikverlagen getragen werden. Hierzu werden relevante Kanäle über Rundfunk, Social Media und Werbung genutzt, um eine möglichst hohe Publikumsreichweite zu erreichen und potenzielle Hörer anzusprechen.¹⁸⁴ Vermehrt kann dieser Prozess bei den Künstlern selbst beobachtet werden, indem Aufmerksamkeit über Social Media generiert wird und zur Fanbase-Bildung genutzt wird. Weiterhin integrieren immer mehr digitale Distributoren auch ein Marketingangebot in ihr Geschäftsportfolio.¹⁸⁵

Schließlich ist das Live-Konzert als weiterer Distributionskanal des musikalischen Angebots zu nennen. Auch hier lassen sich neue Strukturen in der Vermarktung und zusätzliche Verwertungsmodelle feststellen, wie etwa der Online-Ticketverkauf oder Live-Streaming von Konzerten.

¹⁸² Bundesverband Musikindustrie e.V., Umsatz. URL: <http://www.musikindustrie.de/umsatz/> (Abruf am 13.9.2018).

¹⁸³ Merlin (2018). What we do. URL: <http://www.merlinnetwork.org/what-we-do> (Abruf am 13.9.2018).

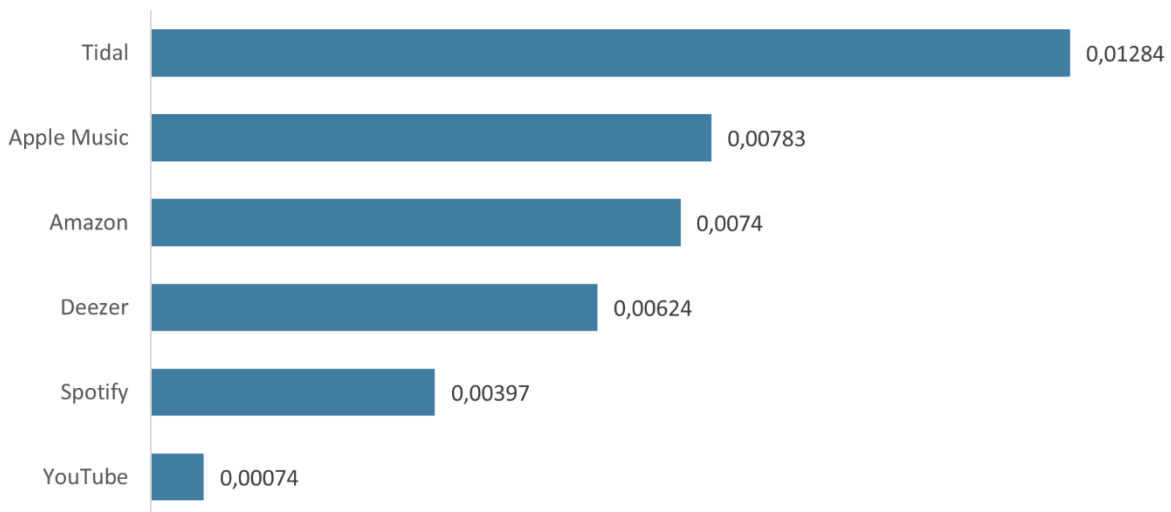
¹⁸⁴ Europäische Kommission (2017). Mapping the creative value chains: A study on the economy of culture in the digital age: final report.

¹⁸⁵ delamar.de – Fachmagazin für Musiker & Produzenten. Selbstvermarktung für Musiker und Bands. URL: <https://www.delamar.de/musikbusiness/selbstvermarktung-fuer-musiker-und-bands/> (Abruf am 13.9.2018).

3.5.4 Erlössituation

Ungeachtet der Erlösverteilungen innerhalb der Wertschöpfungskette lässt sich in den letzten Jahren durch die Digitalisierung des Marktes ein kontinuierlicher Preisverfall feststellen (physische Tonträger, Downloads, Streaming und unlizenzierte Musikangebote). Um digitale Kanäle zu monetarisieren, hat sich eine relativ niedrige Preisgestaltung seitens digitaler Plattformanbieter etabliert (vgl. Abbildung 19). Diese wirkt sich entsprechend auf die Erlössituation aller Akteure der Wertschöpfung aus.

Abbildung 19: Auszahlung an Labels im Musikstreaming bei verschiedenen Anbietern pro Stream in USD*



Quelle: The Trichordist (2017). * Basierend auf einem mittelgroßen Independent Label mit circa 200+ Alben und über 200 Millionen Streams pro Jahr.

Wesentlich sind dabei die vertraglichen Regelungen und Vereinbarungen der einzelnen Akteure innerhalb der Wertschöpfung miteinander. Diese bestimmen Umfang, Konditionen und Entgelte, die für die Einräumung von Nutzungsrechten fällig werden.

Grundsätzlich unterscheidet man in der Musikwirtschaft zwischen zwei Rechten: Dem „Masterrecht“, welches das Recht an der Musikaufnahme meint und dem „Verlagsrecht“, sprich dem Recht am Musikwerk. Komponisten und Textdichter räumen dabei im Rahmen des „Verlagsrechts“ Nutzungsrechte am Musikwerk an Musikverlage ein, welche wiederum Lizenzverträge mit Plattformbetreibern abschließen. Analog hierzu räumen Musiker im Rahmen des „Masterrechts“ Nutzungsrechte an der Musikaufnahme an Musiklabels ein, welche mittels Lizenzierung eine weitere Verwertung durch Plattformbetreiber und Distributoren entlang der Wertschöpfung ermöglichen.

Im Zuge des digitalen Wandels sind die Vertragsbeziehungen zwischen den Künstlern und Labels weitestgehend unverändert geblieben. In diesem Kontext kritisieren Künstler die Intransparenz im Geschäft zwischen Majorlabels und digitalen Plattformen, die die wesentliche Grundlage für eine zukünftig gerechtere Vergütung künstlerischer Leistung darstellen.¹⁸⁶

¹⁸⁶ Europäische Kommission (2017). Mapping the creative value chains: A study on the economy of culture in the digital age: final report.

Beispiele digitaler Erlösverteilungen in der Musikwirtschaft

In der Literatur lassen sich unterschiedliche Angaben zur Verteilung der Einnahmen aus dem digitalen Musikgeschäft finden. Einige Quellen geben an, dass ca. 70-75 % der generierten Umsätze aus Streaming an die Rechteinhaber ausgeschüttet werden (55-60 % an Labels und 10-15 % an Musikverlage).¹⁸⁷ Grundsätzlich besteht ein Konsens über die generellen Verteilungstendenzen und der Dominanz von Musiklabels in der Frage der Erlösverteilung.

Dies verdeutlicht eine Studie von Ernst & Young (2015) für den französischen Markt. Die Autoren stellen in einer Beispielrechnung fest, dass von 9,99 EUR aus dem monatlichen Abonnement des Streaminganbieters Spotify ca. 2,08 EUR (20,8 %) bei der Streaming-Plattform selbst verbleiben (vgl. Tabelle 4). Nach Abzug von Umsatzsteuer in Höhe von 1,67 EUR (16,7 %) gehen von den verbleibenden 6,24 EUR 4,56 EUR (45,5 %) an die Musiklabels und 1,00 EUR (10%) an die Musikverlage, gesteuert über deren Verwertungsgesellschaft.¹⁸⁸ Der Erlös für die Interpreten, deren Musik gestreamt wurde, beträgt 0,68 EUR (6,8 %).^{189, 190}

Tabelle 4: Erlösstruktur am Beispiel Spotify auf Basis empirisch ermittelter Durchschnittswerte

Rechenbeispiel: Streamingplattform (Spotify)	Premium-Abo
Spotify mntl. Premium-Abonnement	EUR 9,99
- Anteil Spotify	EUR 2,08
- Anteil Umsatzsteuer	EUR 1,67
- Anteil Musiklabels	EUR 4,56
= Aboerlöse Autoren/Komponisten	EUR 1,00
= Aboerlöse Interpreten	EUR 0,68

Daten beziehen sich auf französischen Markt, sollen aber mit den deutschen Verhältnissen vergleichbar sein.

Quelle: Musicbusinessworld.com (2015).

Der Übergang des klassischen Erlösmodells aus dem Verkauf von Alben zum Streamingmodell und dem Abrufen einzelner Songs hat die Einkommenssituation insbesondere für Künstler aus der Mitte des Popularitätsspektrums erschwert. Während erfolgreiche Künstler ein relativ hohes Streaming-

¹⁸⁷ Tschmuck, Peter (2017). Die Musikstreaming-Ökonomie – Ein Einblick. musikwirtschaftsforschung.wordpress.com. URL: <https://musikwirtschaftsforschung.wordpress.com/2017/04/20/die-musikstreaming-oekonomie-ein-einblick/>. (Abruf am 13.9.2018).

¹⁸⁸ Der in der Studie von Ernst & Young aufgeführte Angabe führt allerdings nicht auf, dass der ausgeschüttete Euro noch zwischen Musikverlagen und Autoren/Komponisten aufgeteilt wird.

¹⁸⁹ Ingham, Tim (2015). Major Labels keep 73% of Spotify Premium Payouts – Report. Music Business Worldwide. URL: <https://www.musicbusinessworldwide.com/artists-get-7-of-streaming-cash-labels-take-46/> (Abruf am 13.9.2018).

¹⁹⁰ Zu beachten gilt, dass die Zahlen auf empirisch ermittelten Durchschnittswerten basieren und nicht ohne weiteres mit den Auszahlungswerten pro Stream zu vergleichen sind. Da Streamingdienste ihren Service gegen eine monatliche Flatrate oder werbefinanziert anbieten, kann eine Abrechnung von Lizenzen nicht auf Grundlage von Großhandels- oder Händlerabgabepreisen erfolgen. Aus diesem Grund besteht zwischen Musiklabels und Streamingdiensten ein eigenständiges Lizenzabrechnungssystem. Dieses sieht u.a. eine Minimum-Garantie (zu zahlender Fixbetrag) und eine 55-60 prozentige Umsatzbeteiligung der Labels an allen Einnahmen eines Streamingdienstes vor, die auf den labeleigenen Musikkatalog zurückzuführen sind. Streamingdienste sind darüber hinaus vertraglich verpflichtet, monatliche Streamingstatistiken zu liefern (z.B. Informationen zur Gesamtzahl der Premium-Abonnenten, Gesamtumsätze nach Umsatzsteuer, Gesamtzahl aller Streams, Gesamtzahl aller Streams am labeleigenen Musikkatalog, Anteil der Streams eines labeleigenen Musikkatalogs an der Gesamtzahl aller Streams). Gemäß ihres Musikrepertoireanteils berechnen Streamingdienste den Umsatz eines Musiklabels. Wenn beispielsweise der Streaminganteil aus dem Musikkatalog von Universal bei 40 Prozent liegt, erhält das Label die vertraglich vereinbarten 55-60 Prozent von 40 Prozent des Gesamtumsatzes des Streamingdienstes nach Abzug der Umsatzsteuer. Liegt diese Summe allerdings unter der Minimalgarantie, so bekommt das Label den vertraglich vereinbarten Fixbetrag (Tschmuck 2017).

volumen generieren können und unbekanntere Künstler vom Zugang zu neuen Hörergruppen profitieren, können die erzielten Streaming Erlöse für Künstler aus der Popularitätsmitte Erlöse aus dem klassischen Albumverkauf nicht kompensieren.¹⁹¹

Tabelle 5: Erlösstruktur am Beispiel Rebeat

Rechenbeispiel: Digitaler Distributor (REBEAT)	Verkauf eines Tracks
iTunes Verkaufspreis im Shop	EUR 0,99
- Anteil iTunes (inkl. Urheberrecht)	EUR 0,28
- Anteil REBEAT (15%)	EUR 0,106
= Verkaufserlös für 1 Track	EUR 0,604

Quelle: Rebeat.com (2018). (https://mes.rebeat.com/wp-content/uploads/manual_deutsch.pdf; Abruf am 13.9.2018).

Neue Akteure in der Wertschöpfungskette versprechen die Erlössituation von Künstlern zu verbessern. Digitale Distributoren bieten mit ihrem Service insbesondere für kleinere Labels und einzelnen Künstler die Möglichkeit, eigene Musik direkt auf den Streaming- und Download-Plattformen zu monetarisieren. Der Zwischenschritt über Majorlabels kann somit umgangen werden. Hierbei werden Erlösanteile von bis zu 85 % auf den von Download- und Streaming-Plattformen ausgeschütteten Erlös versprochen. Eine Beispielrechnung für den österreichischen Distributor REBEAT ergibt für den Verkauf eines Songs auf iTunes zu einem Preis von 0,99 EUR einen Erlös für den Künstler in Höhe von 0,604 EUR (vgl. Tabelle 5). Für jeden verkauften oder gestreamten Song behält sich REBEAT eine Umsatzbeteiligung von 15 % ein.

Im Ergebnis zeigt der Vergleich, dass zwischen der klassischen Erlösstruktur, in der Labels als Intermediäre zwischengestellt sind und der Erlösstruktur über digitale Distributoren, letztere eine positivere Erlössituation für Künstler ermöglichen.

3.5.5 Implikationen der Digitalisierung für die KSVG-Abgabepflicht

Die Musikwirtschaft ist zweifelsohne der Teilmarkt der KKW mit dem deutlichsten digitalen Transformationsprozess¹⁹². Mit Blick auf die Künstlersozialabgabe lässt sich dabei jedoch festhalten, dass die Digitalisierung als solche nicht zwingend zum Wegfall abgabepflichtiger Unternehmen führt.

Zwar sind im Zuge der Digitalisierung neue Geschäftsmodelle entstanden und neue Akteure hinzgetreten, die ihren Sitz häufig nicht im Geltungsbereich des KSVG haben, wie zum Beispiel Streaming- und Download-Plattformen (Verkaufsplattformen), User-Generated-Content-Plattformen sowie digitale Distributoren/ Aggregatoren. Solange jedoch insbesondere mit dem Musiklabel oder Musikverlag auf der ersten Verwertungsstufe weiterhin ein abgabepflichtiges Unternehmen existiert, ist es für die Künstlersozialabgabe irrelevant, auf welchem Vertriebsweg die Musik letztlich den Endkunden erreicht und wo die Unternehmen auf nachfolgenden Stufen der Wertungskette ihren Sitz haben. Soweit die Musik von der Verwertungsgesellschaft GEMA lizenziert wird (für die Urheber und die Verlage), besteht keine Abgabepflicht.¹⁹³ Insoweit ergibt sich aber kein Unterschied zur nicht-digitalen Musikverwertung.

¹⁹¹ Oliver & Ohlbaum Associates, Analysys Mason (2017). The impact of the internet and digitalization on the European creative sector.

¹⁹² Siehe oben 3.5.

¹⁹³ Entgelte, die an Verwertungsgesellschaften gezahlt werden, unterliegen gemäß § 25 Abs. 2 S. 2 Nr. 1 KSVG nicht der Abgabepflicht. Auch Ausschüttungen der GEMA an die Urheber werden nicht als abgabepflichtig angesehen.

Negative Implikationen können sich aus künstlersozialversicherungsrechtlicher Sicht nur dort ergeben, wo abgabepflichtige Unternehmen, wie Musiklabels und -verlage, umgangen werden (z.B. Upload von Songs auf UGC-Plattformen wie YouTube durch den Singer-Songwriter selbst) und eine Abgabepflicht der neu hinzutretenden Akteure (v.a. Plattformen) nicht gegeben ist. Insofern ist eine differenzierte Betrachtung des jeweiligen Phänomens unter besonderer Berücksichtigung der Vertragsbeziehungen und Entgeltzahlungen erforderlich:

Geschlossene Streaming- und Download-Plattformen (Verkaufsplattformen)

Geschlossene Streaming-Plattformen (z.B. Spotify, Apple Music, Deezer, Tidal, YouTube Music) und Download-Plattformen (z.B. iTunes, Amazon Prime Music, Google Play) schließen in aller Regel Lizenzverträge mit Musiklabels und Verwertungsgesellschaften und stellen den Nutzern die lizenzierten Musiktitel kostenpflichtig oder werbefinanziert kostenfrei zur Verfügung. Lediglich in Einzelfällen werden Künstler direkt von den Plattformen unter Vertrag genommen (z.B. in dem „Spotify RISE“-Programm von Spotify für junge Talente¹⁹⁴). Da geschlossene Streaming- und Download-Plattformen Musiktitel also nur in Ausnahmefällen unmittelbar von Künstlern lizenzieren, ergibt sich – unabhängig vom Unternehmenssitz – von vornherein auch nur in Ausnahmefällen eine Abgabepflicht hinsichtlich der direkt von den Künstlern eingekauften Musik. Denn Künstlersozialabgabe ist grundsätzlich nur an den Künstler für das von diesem erstellte Werk zu zahlen, nicht aber auf das Entgelt für die bloße Weiterveräußerung. Die Veräußerung von Kunst im Sinne des reinen kaufmännischen Handelns ist nicht abgabepflichtig.¹⁹⁵

Dadurch ergeben sich aber nur in Ausnahmefällen potenzielle Einnahmeausfälle bei der Künstlersozialabgabe, da zumindest mit den Labels als Vertragspartner der Künstler auch weiterhin abgabepflichtige Unternehmen zur Verfügung stehen.¹⁹⁶ Geschlossene Streaming- und Download-Plattformen sind somit zurzeit abgaberechtlich als weitestgehend „neutral“ zu bewerten, d.h. hier ist aktuell kein Handlungsbedarf für den Gesetzgeber oder die Ausführungsbehörden zu erkennen.

User-Generated-Content-Plattformen

Anders als geschlossene Streaming-Plattformen können offene Streaming- und UGC-Plattformen (z.B. YouTube, Vimeo, Facebook, Soundcloud, Instagram) zu Einnahmeausfällen bei der Künstlersozialabgabe führen.

Teilweise gehen zwar auch diese Anbieter dazu über, Musiktitel über Labels und Musikverlage (bzw. Verwertungsgesellschaften) zu lizenzieren (z.B. YouTube), so dass die abgaberechtliche Situation insoweit nicht von der soeben beschriebenen Situation bei geschlossenen Streaming- und Download-Plattformen differiert. In erster Linie aber werden Musiktitel schlichtweg von Nutzern auf die Plattform hochgeladen. Auf diese Art und Weise können beispielsweise Singer-Songwriter ihre Musiktitel ohne Zwischenschaltung eines Labels direkt über die Plattform vermarkten. Soweit sie daraus über die Beteiligung an Werbeerlösen auch Einnahmen erzielen, werden Plattformen abgabepflichtige Unternehmen. Es entstehen aber jedenfalls dann Einnahmeausfälle für die KSK, wenn die Plattform – wie in aller Regel – ihren Sitz im Ausland hat. Denn in diesem Fall steht den vom Künstler erzielten Einnahmen kein abgabepflichtiges Unternehmen gegenüber.

¹⁹⁴ Spotify. Rise. <https://open.spotify.com/genre/rise-page> (Abruf am 13.9.2018).

¹⁹⁵ So ausdrücklich z.B. BSG, Urteil vom 25.02.2015, Az.: B 3 KS 5/13 R.

¹⁹⁶ Voraussetzung ist natürlich der Sitz des Labels im Inland. Dies war aber auch im herkömmlichen Modell ohne digitale Vertriebswege nicht anders.

Digitale Distributoren

Digitale Distributoren (z.B. REBEAT, Believe Distribution Services, TuneCore, Zebralution etc.) fungieren als Schnittstelle zwischen Lizenzgebern (vor allem Labels) und Plattformen.¹⁹⁷

Soweit die digitalen Distributoren die Nutzungsrechte unmittelbar von den Künstlern erwerben und die Erlöse – ggf. nach Abzug einer Vertriebsprovision – an diese ausschütten, tritt an die Stelle der Label mit dem Distributor ein neues abgabepflichtiges Unternehmen – vorausgesetzt, dieses hat seinen Sitz in Deutschland (z.B. bei YouTunez, recordJet).

Soweit die digitalen Distributoren Lizenzen von Musiklabeln einkaufen und keine direkten Vertragsbeziehungen zu Künstlern bestehen (z.B. bei Zebralution), ist die Situation abgaberechtlich neutral zu bewerten. Durch das Hinzutreten des Distributors hat sich nichts verändert; abgabepflichtig bleibt – bei Sitz im Inland – weiterhin das Musiklabel.

Potenzielle Einnahmeausfälle hinsichtlich der Künstlersozialgabe können sich also bei digitalen Distributoren nur dort ergeben, wo direkte Vertragsbeziehungen mit den Künstlern bestehen und der Sitz im Ausland liegt (z.B. bei REBEAT mit Sitz in Österreich).

¹⁹⁷ Siehe dazu im Einzelnen Kapitel 3.5.2.

3.6 Software- und Games-Industrie

Zur Software- und Games-Industrie zählt das Verlegen von Computerspielen und sonstiger Software, die Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen sowie die sonstige Softwareentwicklung. Gleichmaßen werden diesem Teilmarkt die Webportale zugerechnet. Da kreative und künstlerische Leistungen primär im Bereich Games zu verorten sind, wird im Folgenden der Fokus auf die Games-Branche gelegt.¹⁹⁸

Das Internet und die Digitalisierung haben zu erheblichen Veränderungen in der Wertschöpfungskette der Software- und Games-Industrie geführt. Geringere Produktionskosten, digitale Distribution und das Selfpublishing von Spieleentwicklungen haben eine Vitalisierung des wertschöpfungsübergreifenden Wettbewerbs einzelner Akteure zur Folge. Im Ergebnis führt dies zu einem vielfältigen Angebot im Konsolen-, PC-, Online- sowie Mobile Games-Bereich auf Anbieterseite.

Allein am Beispiel des Plattformbetreibers Steam wird diese Entwicklung deutlich: Zählte der Spielekatalog der Plattform 2004 noch gerade einmal sieben Spiele, sind es 2016 bereits 10.000 mit fast 38 % aller Veröffentlichungen, die auf dieses Jahr fallen.¹⁹⁹

Diese Dynamik weist auf Wertschöpfungsentwicklungen hin, welche es gerade kleineren Spieleentwicklern erlauben, den traditionellen Weg über Publisher und klassische Distributoren zu umgehen und mittels neuer Entwicklungs-, Distributions- und Finanzierungsstrukturen, ihre persönliche Erlössituation positiv zu beeinflussen. Der Wettbewerb unter Plattformbetreibern erlaubt nun, eine Ausweitung des Kommissions-Modells auf Abonnementprodukte mit einer bis zu 85 % Erlösbeteiligung.²⁰⁰ Early Access-Modelle zu Spielen in der Entwicklungsphase und Crowdfunding haben die finanzielle Position und Autonomie von Entwicklern zusätzlich gestärkt. In dieser Hinsicht sind 2015 beispielsweise rd. 75 % aller Spieleveröffentlichungen des französischen Marktes als Selfpublishing realisiert worden.²⁰¹

Darüber hinaus versprechen technische und soziale Entwicklungen und Innovationen, wie Microtransaktionen, die Popularität von eSports und die Integration von Virtual Reality/ Augmented Reality weiterhin optimistische Zukunftsperspektiven für die Branche.

3.6.1 Teilmarktbeschreibung

Die Software- und Games-Industrie in Deutschland konnte in den vergangenen Jahren eine durchgängig sehr positive Entwicklung verzeichnen. Besonders deutlich wird dies anhand der erzielten Umsätze. So ist die Branche mit schätzungsweise 35,8 Mrd. EUR auch 2016 der umsatzstärkste Teilmarkt der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft. Hier beträgt der Anteil an den Gesamtumsätzen 20,8 %. Auch die Anzahl der Beschäftigten hat stark zugenommen. Im Vergleich zum Jahr 2010 ist die Zahl der Kernerwerbstätigen (Freiberufler / Selbstständige und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte) um 51,3 % auf 380.953 gestiegen. Somit arbeiten 30,6 % aller Kernerwerbstätigen der KKW in der Software- und Games-Industrie, wobei pro Kernerwerbstätigem ein Umsatz von 94.000 EUR erwirtschaftet werden konnte. Ebenfalls gestiegen ist die Zahl der geringfügig Beschäftigten mit 53,8 % auf 26.921 in 2016. Schließlich hat sich die Anzahl der Unternehmen recht positiv entwickeln können.

¹⁹⁸ Um eine teilmarktübergreifende Vergleichbarkeit hinsichtlich der wirtschaftlichen Indikatoren zu wahren, wird im Kapitel 3.6.1 die gesamte Software- und Games-Industrie behandelt und im weiteren Verlauf durch separate Kennzahlen der Games-Branche ergänzt.

¹⁹⁹ Kuchera, Ben (2018). Report: 7,672 games were released on Steam in 2017. Polygon URL: <https://www.polygon.com/2018/1/10/16873446/steam-release-dates-2017>. (Abruf am 13.9.2018).

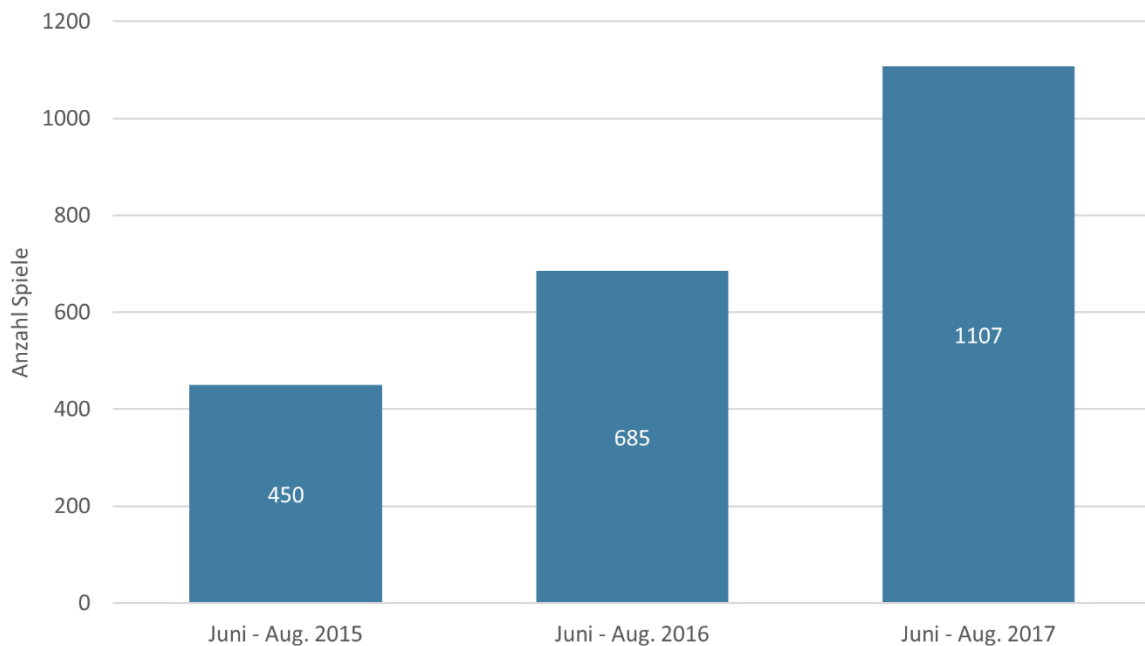
²⁰⁰ Apple (2018): Offering Subscriptions. In: <https://developer.apple.com/app-store/subscriptions/>. (Abruf am 13.9.2018).

²⁰¹ Syndicat National du Jeu Vidéo (2015). Baromètre annuel du jeu vidéo en France.

Seit 2010 konnte hier die Unternehmensanzahl von 28.527 um rd. ein Drittel auf 37.757 im Jahr 2016 gesteigert werden.²⁰²

In Abgrenzung zur Teilmarktklassifikation der Software- und Games-Industrie, ermittelte die Hamburg Media School in einer Studie aus dem Jahr 2017 erstmalig Kennzahlen, die ausschließlich die Computer- und Videospieleindustrie erfassen. Diesem Kernmarkt werden alle Unternehmen zugerechnet, die direkt oder in Form einer technischen Dienstleistung im Bereich der Entwicklung, Produktion, dem Vertrieb oder der physischen und digitalen Distribution von Computer- und Videospiele beteiligt sind. Demzufolge bildet der Kernmarkt der Computer- und Videospieleindustrie lediglich eine Teilmenge der Software- und Games-Industrie ab. Auf Basis einer Unternehmensbefragung (Fallzahl: 658) und Hochrechnung der Ergebnisse, erwirtschaftete laut Studie der Kernmarkt der Computer- und Videospieleindustrie im Jahr 2015 einen Netto-Umsatz von 2,876 Mrd. EUR. Verteilt auf die erfassten 658 Unternehmen des Kernmarktes wurde ein durchschnittlicher Umsatz von 4,37 Mio. EUR pro Unternehmen erzielt. Mit Blick auf die Beschäftigungsgröße waren im Kernmarkt 14.100 Beschäftigte tätig. In Bezug auf Umsatz und Beschäftigung zählt die Games-Industrie im Vergleich zu anderen Branchen der KKW für das Jahr 2015 somit noch zu den kleineren Kreativbranchen.²⁰³

Abbildung 20: Anzahl an Independent Spieleveröffentlichungen auf Steam weltweit



Quelle: Statista (2018).

Der Umsatzanteil von Downloads am Verkauf von PC- und Konsolenspielen in Deutschland befindet sich kontinuierlich auf Wachstumskurs: Von rd. 3 % im Jahr 2010 konnte sich die Anzahl an Spiele-Downloads auf 29 % im Jahr 2017 steigern.²⁰⁴ Dies verdeutlicht die wachsende Bedeutung plattform-

²⁰² BMWi (2017). Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2017.

²⁰³ Hamburg Media School (2017). Die Computer- und Videospieleindustrie in Deutschland.

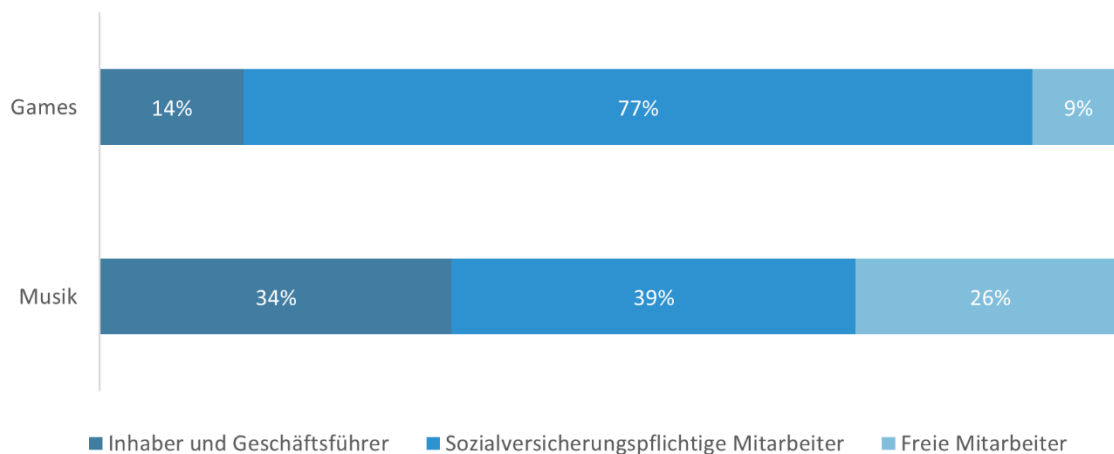
²⁰⁴ Statista (2018). Anteil der Downloads am Umsatz mit PC- und Konsolenspielen in Deutschland. URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/317104/umfrage/anteil-der-downloads-am-umsatz-mit-pc-und-konsolenspielen-in-deutschland/> (Abruf am 13.9.2018).

basierter Vertriebskanäle für den Handel mit Spielen. In diesem Zusammenhang zeigt sich gleichermaßen Bewegung im Bereich Independent Releases²⁰⁵: Von 2015 bis 2017 ist die Zahl der Spieleveröffentlichungen auf der Plattform Steam von 450 im Jahr 2015 auf 1.107 im Jahr 2017 gestiegen, was einen Hinweis auf Entwicklungen und Verlagerungen innerhalb der Wertschöpfungsstruktur liefert (vgl. Abbildung 20).

3.6.2 Akteursgeflecht

Auf der Seite der Kreativschaffenden in der Software- und Games-Industrie finden sich u.a. Grafikdesigner, Contentdesigner, Autoren, Soundtechniker, Programmierer und Entwickler. Weiterhin werden von Entwicklerstudios auch Verträge mit Künstlern, Musikern und sonstigen Kreativen geschlossen; in den meisten Fällen handelt es hierbei allerdings um betriebsinterne Mitarbeiter, also sozialversicherungspflichtig Beschäftigte.²⁰⁶ Die Beschäftigungsstruktur der Branche ist somit durch einen niedrigeren Anteil an freien Mitarbeitern als in anderen Teilmärkten geprägt (vgl. Abbildung 21). Dieser lag im Jahr 2015 bei 9 %.²⁰⁷ Die überwiegende Mehrheit dieser Berufsgruppen ist somit in Unternehmen beschäftigt (z.B. Entwicklerstudios oder Publisher).

Abbildung 21: Beschäftigungsverhältnisse in der Games-Branche im Jahr 2015 und der Musik-Branche im Jahr 2014



Quelle: Hamburg Media School (2017).
(Rundungsbedingte Abweichungen in den Summenposten erklären eine Gesamtprozentzahl von 99 % in der Musik-Branche; Fallzahl: 280).

Klassische Verwerter der Branche sind Unternehmen, welche die Rechte an Software und Spielen halten. Hierzu zählen Entwickler (sowohl kleinere Independent-Entwicklerstudios als auch große Entwicklerstudios) und Publisher.

Neue Akteure sind Plattformbetreiber, die Software und Spiele über Online-Kanäle vertreiben. Hierzu gehören Anbieter von Gaming-Plattformen und Application Stores.

²⁰⁵ Meint die unabhängige Spieleveröffentlichung durch kleinere Spieleentwicklergruppen ohne die finanzielle Unterstützung von Publishern.

²⁰⁶ Europäische Kommission (2017). Mapping the creative value chains: A study on the economy of culture in the digital age: final report.

²⁰⁷ Hamburg Media School (2017). Die Computer- und Videospieleindustrie in Deutschland.

Gaming-Plattformen

Gaming-Plattformen (z.B. Steam, GOG, Origin, Uplay etc.) dienen Entwicklern und Publishern als Verkaufskanal, um Spiele direkt an Konsumenten verkaufen zu können. Hierbei lässt sich zwischen herstellereigenen und allgemeinen Plattformen unterscheiden. Während große Entwicklerstudios und Verlage dazu übergehen, Spiele auf eigenen Plattformen anzubieten (z.B. Uplay von Ubisoft, oder Origin von Electronic Arts), profitieren kleinere und Independent-Entwickler von offenen Gaming-Plattformen wie Steam. Das Geschäftsmodell beruht auf einem Pay-to-Play-Modell, wonach Spiele einzeln und zum Listenpreis angeboten werden. Hierbei werden Lizenzverträge mit Entwicklern oder Publishern geschlossen. Als Vergütung für den Dienst behalten die Gaming-Plattformen eine Kommission von mind. 30 % des Verkaufspreises ein.

Application Stores

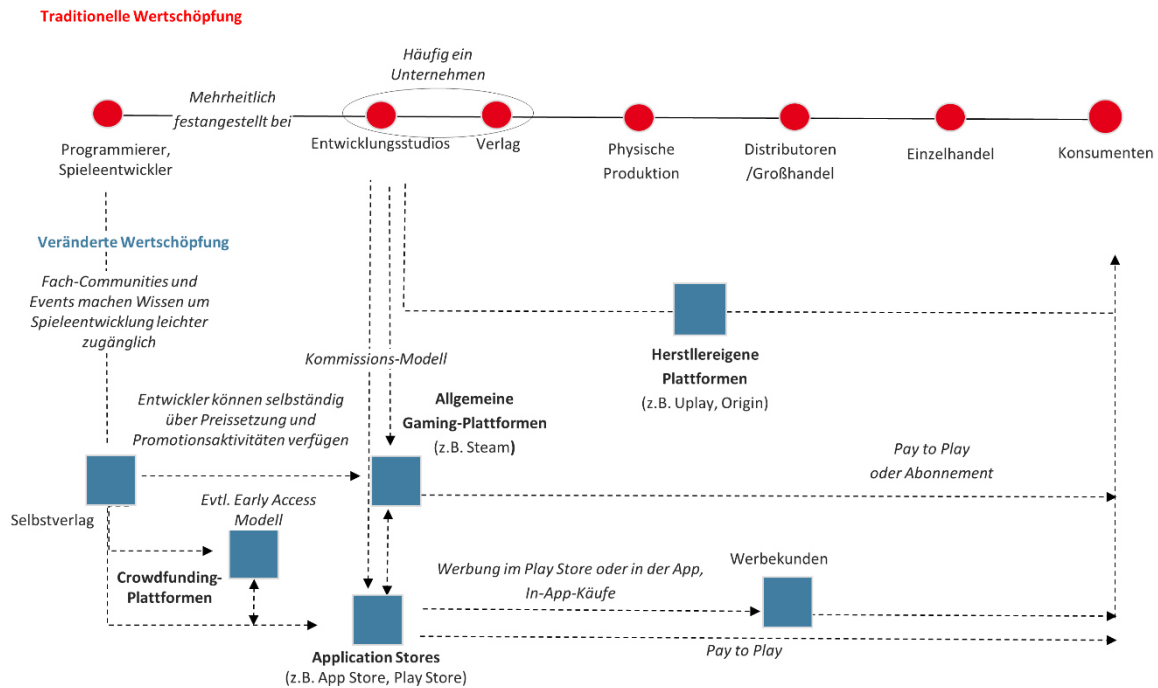
Application Stores (z.B. App Store, Play Store) sind digitale Vertriebsplattformen für Anwendungssoftware und Mobile Games. Diese ermöglichen es Drittanbietern, ihr Software- und Spieleangebot direkt an Nutzergruppen auf mobilen Endgeräten zur Verfügung zu stellen. Analog zu Gaming-Plattformen werden auch bei Application Stores Lizenzverträge mit den Entwicklern bzw. Publishern geschlossen. Die Finanzierung erfolgt hier zum einen über einen Kommissionsatz, welcher sich prozentual am Verkaufspreis orientiert. Zum anderen werden Erlöse aus Werbeschaltungen und In-App-Käufen generiert.

3.6.3 Wertschöpfungswandel

Die Wertschöpfung in der Games-Branche kann in vier Funktionsgruppen unterteilt werden: Entwicklung (Game Design und Game Development), Verlag/Publishing (Finanzierung und Vertrieb), Distribution (Großhandel) sowie Plattformen (physischer und digitaler Einzelhandel, Online-Plattformen, App Stores). Heutzutage ist die Wertschöpfungskette nicht mehr von einer arbeitsteiligen Rollenverteilung geprägt, sondern vielmehr von hybriden Arbeitsweisen, in der Wertschöpfungsakteure in mehreren Bereichen tätig sind. So ergab eine Studie der Hamburg Media School aus dem Jahr 2017, dass nicht einmal die Hälfte aller befragten Unternehmen sich eindeutig einer der vier Wertschöpfungsgruppen zuordnen können.²⁰⁸ Das Selfpublishing ist hierbei ein zentraler Aspekt, der die Hybridisierung der Wertschöpfung antreibt.

²⁰⁸ Hamburg Media School (2017). Die Computer- und Videospiegelindustrie in Deutschland.

Abbildung 22: Wertschöpfungswandel in der Games-Branche



Quelle: Prognos AG (2018).

Initialer Schaffensprozess

Den ersten Wertschöpfungsschritt bildet das Entwickeln von Software und Games, welches das Design, die Umsetzung, Tests und das Mastering des Spiels umfasst.²⁰⁹ Diese Funktion wird entweder von unabhängigen Software- und Games-Entwicklern übernommen oder inhouse in Entwicklerteams und Studios abgewickelt, die einem größeren Publisher angegliedert sind (z.B. Electronic Arts oder Activision). Wichtige Voraussetzung des Entwicklungsprozesses ist die Bereitstellung von Hard- und Middleware, d.h. technische als auch anwendungs-basierte Tools (z.B. Games Engine), die für die Entwicklung notwendig sind.

Mit dem Internet und damit verbundenen digitalen Lösungen hat sich die Position von Entwicklern in der Wertschöpfungskette verschoben. Zunehmend lassen sich klassische Intermediäre, wie Publisher und Händler umgehen. So lässt sich durch neue Finanzierungsmethoden wie dem Early Access-Modell und dem Crowdfunding bspw. die Vorfinanzierung der Spieleentwicklung tätigen und die Abhängigkeit von Publishern reduzieren. Das Early Access-Modell erlaubt es Entwicklern durch Vorverkauf des unfertigen Spiels, Umsätze in der Entwicklungsphase zu generieren und dadurch die Finanzierung zu gewährleisten. Crowdfunding-Plattformen wie Kickstarter sind eine weitere Quelle, über die unabhängige Entwickler und Studios finanzielle Mittel von ihren späteren Nutzern akquirieren können.

Durch digitale Distributionsplattformen ist darüber hinaus die Vermarktung eigener Spieleentwicklungen mittels Selfpublishing möglich. Steam, GOG oder Humble Bundle ermöglichen es Entwicklern dabei, selbstständig über Preissetzung und Promotionsaktivitäten zu verfügen. Kleine Entwicklungsteams können somit ihr Angebot auf einem globalen Markt vertreiben, ungeachtet von regionalen Mindestnachfragen.²¹⁰

²⁰⁹ González-Piñero, Manel (2017). Redefining the Value Chain of Video Games Industry.

²¹⁰ Europäische Kommission (2017). Mapping the creative value chains: A study on the economy of culture in the digital age: final report.

Neben technologischen Aspekten wie sinkenden Kosten für Entwicklungs-Tools ist auch die soziale Dimension ein wichtiger Trend für Entwickler. Das Wissen und die Fähigkeiten, Spiele in Eigenregie zu verwirklichen, ist durch die Vielzahl an Fach-Communities und Events, wie Game Jams oder Hackathons leicht zugänglich.

Im Ergebnis sind Markteintrittsbarrieren für Entwickler in der Software- und Games-Industrie in den vergangenen Jahren deutlich gesunken.

Verlegen/Publishing

Computerspiele-Publisher halten die Rechte an der Veröffentlichung von Spielen, die sie sich entweder über Lizenzen einkaufen, oder Entwickler extern oder inhouse mit der Spieleentwicklung beauftragen. Häufig werden hierfür auch eigene Tochterfirmen gegründet. Zur weiteren Funktion zählt das (physische) Herstellen und Vermarkten von Spieletiteln sowie deren Vertrieb an Einzelhändler und Endverbraucher. Bei größeren Spieleentwicklungen liegt die Vorfinanzierung ebenfalls im Kompetenzbereich der Publisher.

Im digitalisierten Kontext bleiben Publisher für kapitalintensive Spieleentwicklungen weiterhin ein wichtiges Glied in der Wertschöpfung von Konsolen- und PC-Spielen, welches aber zunehmend in Konkurrenz zum Selfpublishing steht. Auch für die Distribution bleiben Publisher ein wichtiger Partner für Entwickler. Im Bereich des Mobile Gamings (in dem Entwicklungszyklen und Finanzierungsbedarfe schrumpfen) nimmt allerdings die Bedeutung von Spielepublishern ab; hier ist der Direktvertrieb über Gaming-Plattformen oder Application Stores ein effizienterer Weg.

Distribution und Plattformen

Zur Distribution gehören die Promotion und das Vertreiben von Spielen über Offline- und Online-Kanäle. Publisher besitzen für gewöhnlich ein spezielles Vertriebsnetz, um ihre Produkte an den Einzelhandel zu transportieren. Einzelhändler beschäftigen sich mit dem Verkauf der Spiele in physischer Form.

Mit dem Einzug digitaler Gaming-Plattformen und App-Stores ändert sich dieser Wertschöpfungsschritt. Zum Teil bieten Publisher herstellereigene Vertriebsplattformen an, auf denen Spieletitel für Konsolen und PC erworben werden können, wie z.B. Xbox Live Store (Microsoft) oder der Playstation Store (Sony). Im PC-Spiele-Bereich sind es Plattformen wie Steam oder Origin (Electronic Arts), die entweder von Spieleentwicklern oder von Publishern gegründet wurden. Die Distribution von Online- und mobilen Games findet über digitale Vertriebsplattformen statt, wie z.B. den Apple App Store oder den Google Play Store.

Exkurs: Let's Play

Ein kulturelles Phänomen, das sich in letzter Zeit im Games-Bereich entwickelt hat, ist Let's Play. Unter Let's Play versteht man Livestreams oder Videoaufzeichnungen, in denen Gamer bzw. Let's Player das eigene Spieleerlebnis aufzeichnen und kommentieren.

Let's Play-Inhalte werden über Plattformen wie YouTube oder der Live-Streaming-Plattform Twitch (Amazon) einer breiten Zuschauerschaft zur Verfügung gestellt. Laut einer Umfrage des Bundesverbands Interaktiver Unterhaltungssoftware (BIU) haben bereits rund 15 Mio. Zuschauer in Deutschland Let's-Play-Inhalte angeschaut.

Um das mittlerweile eigenständige Genre hat sich ein wirtschaftliches System entwickelt, über das Plattformen und einzelne Let's Player Geld verdienen. Neben Werbeeinnahmen durch Werbeschal-

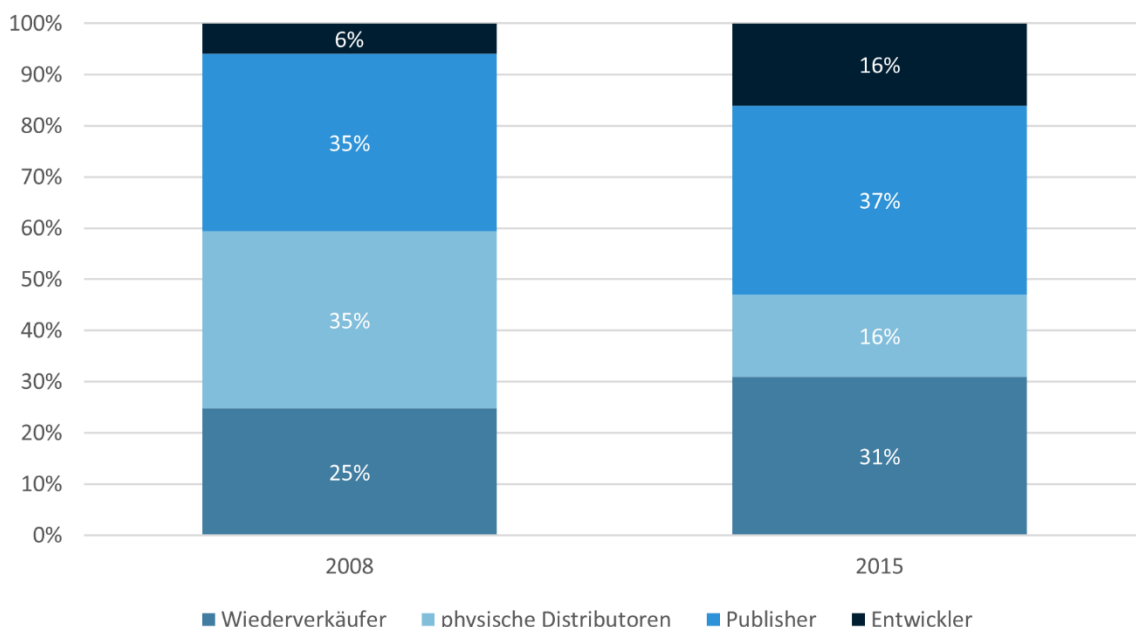
tungen im Rahmen der Videos (YouTube), bietet sich auf Twitch die Möglichkeit einer Monetarisierung über Abonnements. Zuschauer können gegen eine Gebühr einzelne Kanäle abonnieren und im Live-Stream mit Spieler und Community interagieren. Eine weitere Einnahmequelle für Let's Player sind Spenden. Laut BIU haben rund 1,15 Mio. Zuschauer auf diese Weise Let's Player finanziell unterstützt.

Grundsätzlich sind für die Erstellung von Let's Play-Inhalten entsprechende Lizenzen bei Publishern und Entwicklern einzuholen. Viele Publisher erteilen Let's Play-Kanälen allerdings eine Duldungserklärung, aufgrund derer Let's Player ihre Videos hochladen und monetarisieren dürfen. Solche Duldungen sind häufig an Richtlinien zur Einhaltung angemessener Inhalte geknüpft.

3.6.4 Erlösstrukturen

Die Umsatzverteilung in der Software- und Games-Industrie hat in den vergangenen Jahren eine deutliche Entwicklung erlebt. Abbildung 23 verdeutlicht dies anhand der Umsatzverteilung der Branche für die Jahre 2008 und 2015. Die physische Distribution wurde durch die Konkurrenz aus dem Bereich Online-Handel, wie z.B. Amazon, und durch den Übergang zu digitalen Formaten und Plattformen deutlich beeinträchtigt. Für den betrachteten Zeitraum schrumpft der Anteil von 35 % auf 16 % des Gesamtumsatzes. Der Umsatzanteil der Händler, worunter auch Plattformen (z.B. Steam) fallen, steigt von 25 % auf 31 %. Entsprechend der Möglichkeiten des direkten Vertriebs auf digitalen Plattformen verändert sich die Anteilsverteilung für Entwickler und Publisher entsprechend positiv. Während für Publisher mit einem Anteil von 37 % im Jahr 2015 die Umsatzentwicklung leicht gestiegen ist, konnten Entwickler mit einem Anstieg von 6 % auf 16 % einen deutlich höheren Anteil am Gesamtumsatz erzielen.

Abbildung 23: Anteil der Wertschöpfungsakteure am generierten Gesamtumsatz der Games-Industrie weltweit, 2008 und 2015

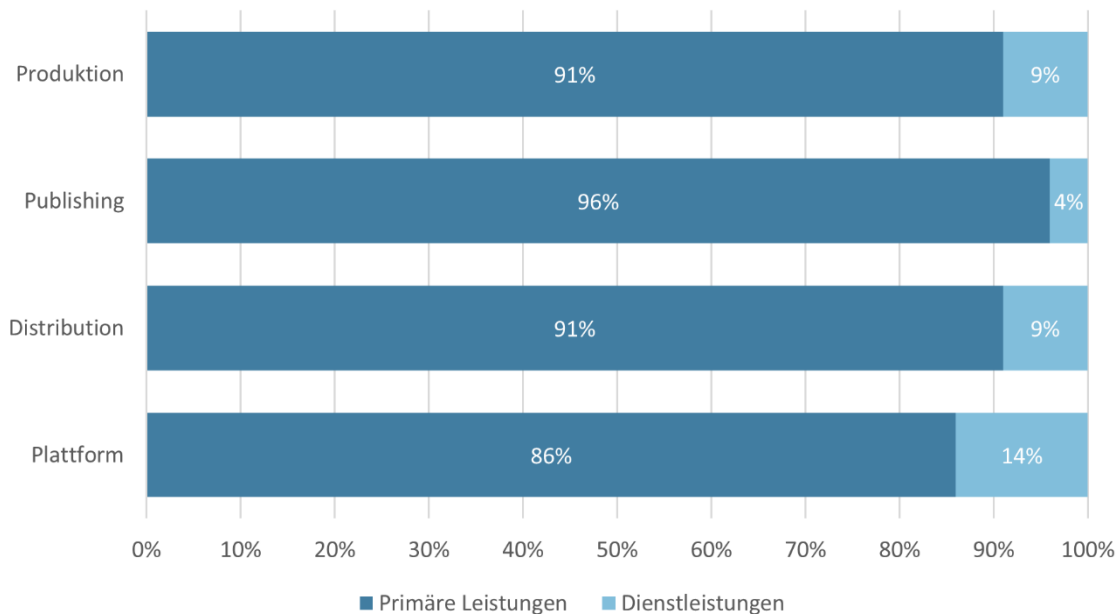


Quelle: Oliver & Ohlbaum Associates Ltd and Analysys Mason (2017).

Abbildung 24 unterscheidet die einzelnen Wertschöpfungsakteure nach primären Leistungen und Dienstleistungen für das Jahr 2015. Hierbei zeichnet sich recht deutlich ab, dass mit durchweg ca.

90 % der Großteil aller Umsätze inhouse von den einzelnen Unternehmen der Wertschöpfung generiert wird. Externe Leistungen durch Dienstleister tragen mit ca. 10 % zum Umsatz einzelner Wertschöpfungsschritte bei.

Abbildung 24: Umsatzverteilung nach Tätigkeitsbereich und Art der Leistung, 2015



Quelle: Hamburg Media School (2017). Die Computer- und Videospieleindustrie in Deutschland.

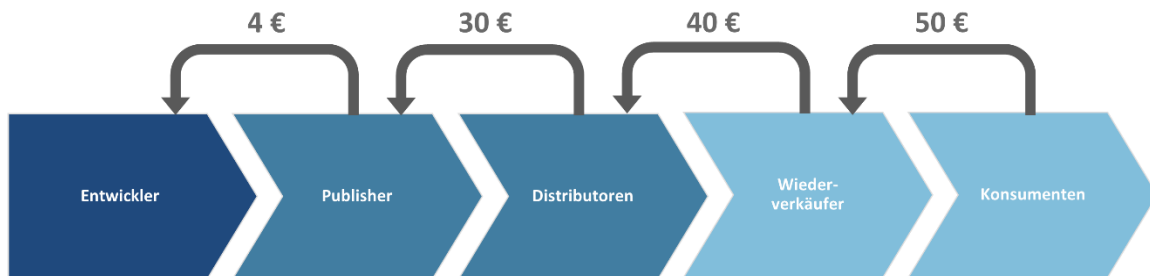
Die Verteilung von Umsatz- und Erlösanteilen lässt sich auf die vertraglichen Bestimmungen einzelner Plattformanbieter zurückführen. Hierbei konnte sich das klassische Kommissions-Modell weitestgehend plattformübergreifend etablieren.

Im Mobile Games-Bereich wird das bereits in Kapitel 3.4.4 diskutierte Kommissions-Modell angewendet, wonach eine Erlösverteilung von 70 % für Entwickler und 30 % für Plattformbetreiber kalkuliert wird. Die dominierenden Plattformbetreiber sind hierbei der Apple App Store und der Google Play Store. In jüngster Zeit hat der Plattformwettbewerb zu einer Anpassung des Kommission-Modells geführt. Sowohl bei Softwareanwendungen als auch Games, denen ein Abonnement-Vergütungssystem zugrunde liegt, werden Entwickler bzw. Publisher von Apple künftig mit einer Erlösverteilung von 85 % entlohnt; 15 % gehen an die Plattform. Diese Verteilung tritt in Kraft, nachdem Nutzer ein volles Jahr Abonnementgebühren abgeführt haben. Für die Zeit vorher gilt die Standardverteilung von 70 % Entwickler/Publisher und 30 % Plattformbetreiber. Google folgt mit seinem Play Store dieser Strategie; allerdings entlohnt der Plattformbetreiber Entwickler bereits mit Fälligkeit der ersten Abonnementgebühr mit 85 % des Verkaufserlöses. Weiterhin bleibt zu betonen, dass im Mobile Games-Segment Erlöse aus Werbung und In-App-Käufen einen weiteren und sehr zentralen Erlösposten darstellen.

Für PC-Spiele lassen sich keine genauen Angaben zur Erlösverteilung benennen, da der dominante Player Steam (Valve) hierzu keine Daten veröffentlicht. Nach Schätzungen in Literatur²¹¹ und der Recherche in Community-Foren²¹² liegt auch hier ein Kommissions-Modell vor, wonach der Erlösanteil des Plattformbetreibers mindestens 30 % beträgt.

Herstellereigene Plattformen von Entwicklern und Publishern, wie Electronic Arts mit der Plattform Origin, streichen die vollen 100 % des Verkaufspreises ein.²¹³

Abbildung 25: Traditionelle Erlösverteilung in der Games-Branche



Quelle: European Games Developer Federation (2011). Game Development and Digital Growth.

Abbildung 25 stellt anhand einer Beispielrechnung die Verteilung innerhalb der traditionellen Erlösstruktur dar. Deutlich wird, dass sich der prozentuale Erlösanteil gerade von Entwicklern erkennbar verbessert hat. Vom Verkauf eines Spieles für 50 EUR, gingen nach traditioneller Erlösverteilung 20 % (10 EUR) an den Einzelhändler, 20 % (10 EUR) an den Distributoren, 52 % (26 EUR) an den Spieleverlag und 8 % (4 EUR) an den Entwickler. Inwieweit digitale Vertriebswege eine Besserstellung der Entwickler auch in absoluten Erlöszahlen abbildet, bleibt zu klären.

Im Ergebnis wird deutlich, dass Entwickler höhere Erlöse generieren können, wenn sie in der Lage sind, sich erfolgreich mittels digitaler Vertriebsplattformen zu positionieren. Nichtsdestotrotz bleibt für viele unabhängige Entwickler die Zusammenarbeit mit Publishern ein gangbarer Weg, da betriebswirtschaftliches Wissen und wichtige Kontakte häufig fehlen.²¹⁴

3.6.5 Implikationen der Digitalisierung für die KSVG-Abgabepflicht

Die Software- und Games-Industrie spielt aus folgenden Gründen aus künstlersozialabgaberechtlicher Sicht eine eher untergeordnete Rolle:

- Programmierer sind keine Künstler im Sinne von § 2 S. 1 KSVG, da sie eine technisch ausgerichtete Tätigkeit ohne eigenschöpferischen Gestaltungsspielraum ausüben.²¹⁵
- Zwar gibt es vor allem in der Games-Industrie auch Künstler und Publizisten im Sinne des KSVG (z.B. Game-Designer, Story-Writer, Übersetzer, Content Designer, Game Designer, Komponisten, Sounddesigner usw.). Diese sind jedoch in den meisten Fällen nicht selbstständig, sondern abhängig beschäftigt. Der Anteil der abhängig beschäftigten Arbeitnehmer ist in der Games-Branche gegenüber den anderen Teilmärkten der KKW überdurchschnittlich hoch (vgl. Abbildung 21).

²¹¹ Oliver & Ohlbaum Associates (2017). The Impact of the Internet and Digitalization on the European Creative Sector.

²¹² Quora.com (2015). Valve (company). What percentage does Steam keep from sales. URL: <https://www.quora.com/Valve-company-What-percentage-does-Steam-keep-from-sales> (Abruf am 13.09.2018).

²¹³ European Games Developer Federation (2011). Game Development and Digital Growth.

²¹⁴ Europäische Kommission (2017). Mapping the creative value chains: A study on the economy of culture in the digital age: final report.

²¹⁵ Vgl. BSG, Urteil vom 07.07.2005, Az.: B 3 KR 37/04 R, Rn. 18.

- Die Entwicklung von Games ist ein arbeitsteiliger Prozess, an dem viele Personen beteiligt sind. Die Vermarktung der Werke und Leistungen eines Einzelnen ist nicht in dem Ausmaß möglich, wie z.B. in der Musikbranche. Dementsprechend stehen selbstständige Kreative in der Games-Branche in aller Regel mit einem Entwicklungsstudio/Developer (z.B. Crytek, Gameforge, Innogames, Nintendo) in Vertragsbeziehungen, der die Einzelleistungen bündelt und daraus ein Spiel entwickelt. Selbstvermarktungsprozesse oder ein Hinzutreten neuer potenziell abgabepflichtiger Akteure sind deshalb in der Games-Branche kaum zu beobachten.

Klassische abgabepflichtige Unternehmen sind im Games-Bereich nach wie vor die Developer. Publisher (z.B. Electronic Arts, Nintendo), App-Stores (z.B. Apple App Store, Google Play Store) und Gaming-Plattformen (z.B. Steam) haben dagegen soweit ersichtlich keine direkten Vertragsbeziehungen mit Kreativen, so dass eine Abgabepflicht ausscheidet.²¹⁶

Künstlersozialabgaberechtlich besonders interessant ist im Games-Bereich die Frage, inwieweit „Let’s Player“, die ihr eigenes Spielerlebnis live streamen oder als Video aufzeichnen und kommentieren, als Künstler im Sinne des KSVG angesehen werden können. Je nach dem konkreten Inhalt des Livestreams bzw. Videos erscheint es durchaus denkbar, dies als „Unterhaltungskunst“²¹⁷ zu qualifizieren. In der Folge wären Plattformen, auf denen Let’s Play-Videos veröffentlicht werden und die Werbeeinnahmen an die Let’s Player ausschütten (v.a. Twitch, YouTube) grundsätzlich abgabepflichtig, könnten jedoch aktuell nur bei Sitz im Inland tatsächlich zur Künstlersozialabgabe herangezogen werden.

²¹⁶ Anders, wenn der Publisher auch als Developer fungiert (z.B. Nintendo).

²¹⁷ Vgl. dazu insbesondere BSG, Urteil vom 01.10.2009, Az.: B 3 KS 4/08 R.

3.7 Filmwirtschaft

Zur Filmwirtschaft zählen Film- und TV-Produktionen sowie deren Be- und Nachbearbeitung. Gleichermassen werden Kinos, Videotheken, Filmverleihe und der klassische Einzelhandel mit Bild- und Tonträgern dem Teilmarkt angerechnet. Des Weiteren sind selbstständige Bühnen-, Film- oder TV-Künstler zu nennen.

Das traditionelle Geschäfts- und Finanzierungsmodell der Filmwirtschaft basiert auf dem sogenannten Modell der „Verwertungsfenster“. Hierbei werden Exklusivrechte für die Filmverwertung einem spezifischen Distributionskanal für einen definierten Zeitraum und eine definierte Region zugewiesen. In sequenzieller Form wird der Film somit zunächst im Kino ausgestrahlt, gefolgt von der Veröffentlichung auf DVD/Blue Ray bis zur Ausstrahlung im Fernsehen.

Die Digitalisierung setzt dieses Verwertungsmodell extrem unter Druck: Zum einen ist das profitable Geschäft mit dem Verkauf und Verleih von DVDs durch den Markteintritt der VoD-Plattformen stark eingebrochen und weiterhin rückläufig. Zum anderen können die sehr viel niedrigeren Erlöse aus dem Abonnementgeschäft der VoD-Plattformen diese Verluste nicht ansatzweise ausgleichen.

Zwar haben neue digitale Tools auch Einzug gehalten in Produktion und Vertrieb von Kino- und TV-Filmen, allerdings haben diese nicht zu wesentlichen Kosteneinsparungen geführt – Produktion und Vertrieb professioneller Filme bleiben ein teures, kompetenz- und investitionsintensives Geschäft. Das durchschnittliche Produktionsbudget für Kinofilme in Deutschland liegt zwischen 3 und 5 Mio. EUR.

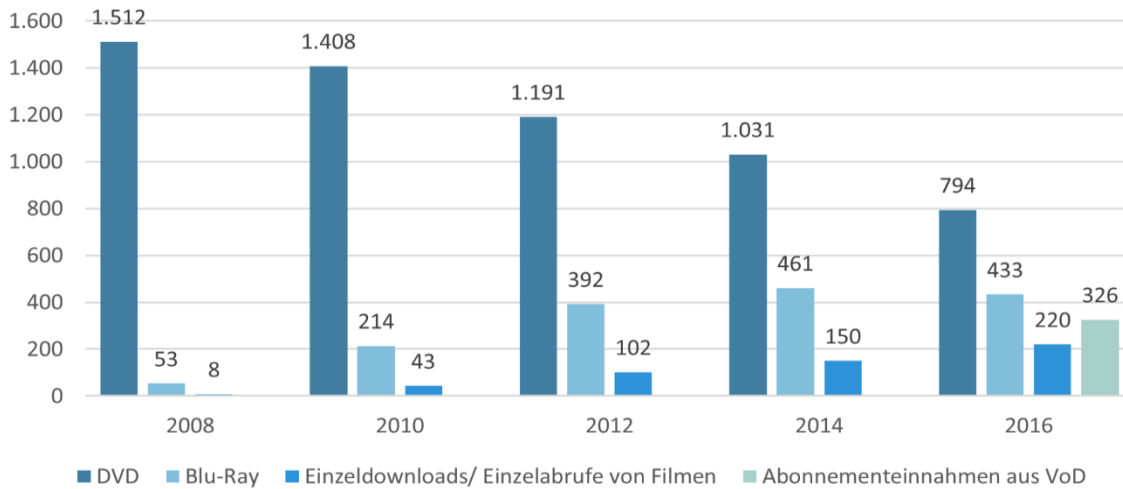
Vor diesem Hintergrund ist bisher nicht davon auszugehen, dass Autoren, Regisseure, Kameraleute und andere Filmschaffende die herkömmlichen Kino- und TV-Filme in Zukunft ausschließlich über das Internet einem breiten Publikum zur Verfügung stellen.

3.7.1 Teilmarktbeschreibung

Die unterschiedlichen Bereiche der Filmwirtschaft konnten in Deutschland im Jahr 2016 einen Umsatz von schätzungsweise 9,7 Milliarden EUR erwirtschaften. Seit dem Jahr 2010 (8,9 Milliarden EUR) ist der erzielte Umsatz somit um 9,8% gestiegen. Dies entspricht einem Anteil der Filmwirtschaft an der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft von 5,7%. Mit 59.342 Kernerwerbstätigen (Freiberufler / Selbstständige und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte) und 18.765 Unternehmen im Jahr 2016 konnte sich die Anzahl in beiden Bereichen mit jeweils 4,5% und 3,5% positiv entwickeln. Mit Blick auf die geringfügige Beschäftigung lässt sich ein kontinuierlicher Rückgang seit 2010 feststellen. Ausgegangen von einer Anzahl von 28.317 im Jahr 2010 ist die geringfügige Beschäftigung um 17,6% auf 23.323 im Jahr 2016 zurückgegangen.²¹⁸

²¹⁸ BMWi (2017). Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2017.

Abbildung 26: Umsätze im Filmmarkt in Deutschland nach physischen und digitalen Formaten in den Jahren 2008 bis 2016 (in Mio. EUR)



Quelle: GfK (2017) nach IW Medien/iwd Informationen aus dem Institut der deutschen Wirtschaft.

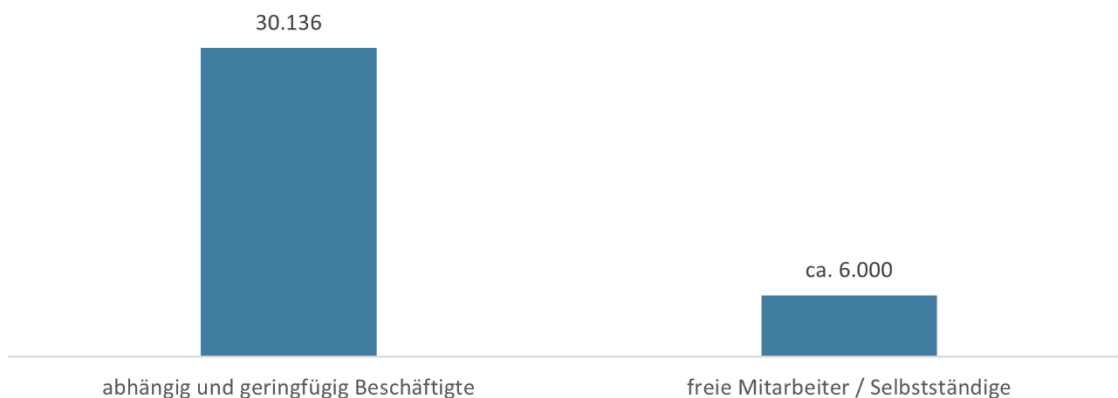
Die Digitalisierung hat zu starken Umsatzrückgängen von Bildtonträgern, das heißt DVDs und Blu-Rays geführt (vgl. Abbildung 26). Für den deutschen Markt ist der Umsatz hier von 1.512 Mio. EUR im Jahr 2008 auf gerade einmal 794 Mio. EUR im Jahr 2016 geschrumpft.

Auch wenn die Umsätze für Einzeldownloads und Abonnement-Angebote steigen, bleiben die hierbei erzielten Umsätze noch verhältnismäßig gering, weisen allerdings einen klaren Wachstumstrend auf.

3.7.2 Akteursgeflecht

Zur Gruppe der potenziell Versicherten nach dem KSVG zählen in der Filmwirtschaft u.a. Regisseure, Kameraleute, Schauspieler, Kabarettisten, Sprecher, Moderatoren und Rezitatoren, Drehbuchautoren Kostüm- und Maskenbildner. Wie Abbildung 27 verdeutlicht, war im Jahr 2014 ein Großteil dieser Filmschaffenden in Deutschland überwiegend in abhängiger oder geringfügiger Beschäftigung tätig und ist aus diesem Grund nur bedingt den Versicherten nach dem KSVG zuzurechnen.

Abbildung 27: Zahl der abhängig und frei beschäftigten Filmschaffenden in Deutschland 2014



Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Schätzung Hamburg Media School (2017).

Eine weitere Besonderheit in der Filmwirtschaft stellt sich im Hinblick auf Produzenten dar. Wie in der Musikwirtschaft, lässt sich auch in der Filmwirtschaft die Rolle des Produzenten nicht immer trennscharf von der des Künstlers abgrenzen. Produzenten wirken nicht selten im schöpferischen Prozess mit, wie etwa in der Entwicklung des Drehbuchs²¹⁹. Die Problematik der Abgrenzbarkeit zeigt sich besonders im Bereich des User-Generated-Contents, bei dem die Produzenten neben der Video- und Filmproduktion auch als Drehbuchautoren, Schauspieler und Kameraleute agieren.

Die klassischen Verwerter der Branche sind Kinos, Fernsehsender sowie die Hersteller von DVDs und Blue-Rays.

Zur Gruppe der potenziell neuen Verwerter zählen VoD-Plattformen, wie Netflix, iTunes oder Maxdome, und vor allem auch User-Generated-Content-Plattformen, wie YouTube, Facebook und Instagram sowie digitale Distributoren/Aggregatoren.

Digitale Distributoren/Aggregatoren

Digitale Distributoren/Aggregatoren (z.B. Quiver Digital, Juice Worldwide, Bitmax, Zoodigital) im Bereich Film fungieren als Vertriebsstelle zwischen den Lizenzgebern einer Filmproduktion (i.d.R. Produzenten, Vertriebspartner oder Handelsvertreter) und einem Netzwerk von VoD-Plattformen, mit denen sie vertragliche Vereinbarungen getroffen haben²²⁰. Voraussetzungen für den Upload ist, dass alle künstlerischen Urheberrechte durch den Lizenznehmer im Vorfeld entgolten wurden. Kleine und unabhängige Produzenten haben so die Möglichkeit, ihre Werke auf VoD-Plattformen einem breiten Publikum vorzustellen und zu monetarisieren.²²¹ Neben der Organisation und Umsetzung des technischen Prozesses, d.h. der Konvertierung des Films in ein VoD-kompatibles Format, bieten einige Digitale Distributoren/Aggregatoren auch zusätzliche Leistungen an, wie das Dubbing, die Untertitelung oder das Asset Management. Pro vertriebenen Film berechnen Digitale Distributoren/Aggregatoren eine fixe Gebühr, deren Höhe sich nach der Länge des Films bemisst.

Video-on-Demand (VoD) Plattformen

Das Geschäft von VoD-Plattformen (z.B. Netflix, iTunes, Amazon Prime Video, YouTube, Facebook) lässt sich in vier Modelle unterteilen. Erstens: Pay-Per-View bzw. transaktionsbasiertes Streamen (TVoD) ist die zeitlich beschränkte Einzelleihe professioneller Produktionen von Filmen, Serien, Shows und Sportevents. Zweitens: Video-Downloads (auch Electronic-Sell-Through, EST, genannt) bedeutet, dass Filme und Serien zum Einzelkauf in Form von Downloads angeboten werden. Drittens: Das Subscription-VoD (SVoD) bildet das Abonnement-Modell, mit welchem ein unbegrenzter Zugriff auf die Inhalte des Plattformbetreibers für die Dauer des Abonnements ermöglicht wird. Viertens: Plattformen, die den Konsumenten audiovisuelles Material unentgeltlich zum Streamen zur Verfügung stellen, wie zum Beispiel YouTube oder Facebook. Hier besteht das audiovisuelle Material nicht nur aus den klassischen Film- und TV-Produktionen, sondern in weiten Teilen auch aus Material, das Kreative selbst produziert und selbst auf die Plattform hochgeladen haben, um es von der Plattform vermarkten zu lassen.

²¹⁹ Europäische Kommission (2015). Remuneration of authors and performers for the use of their work.

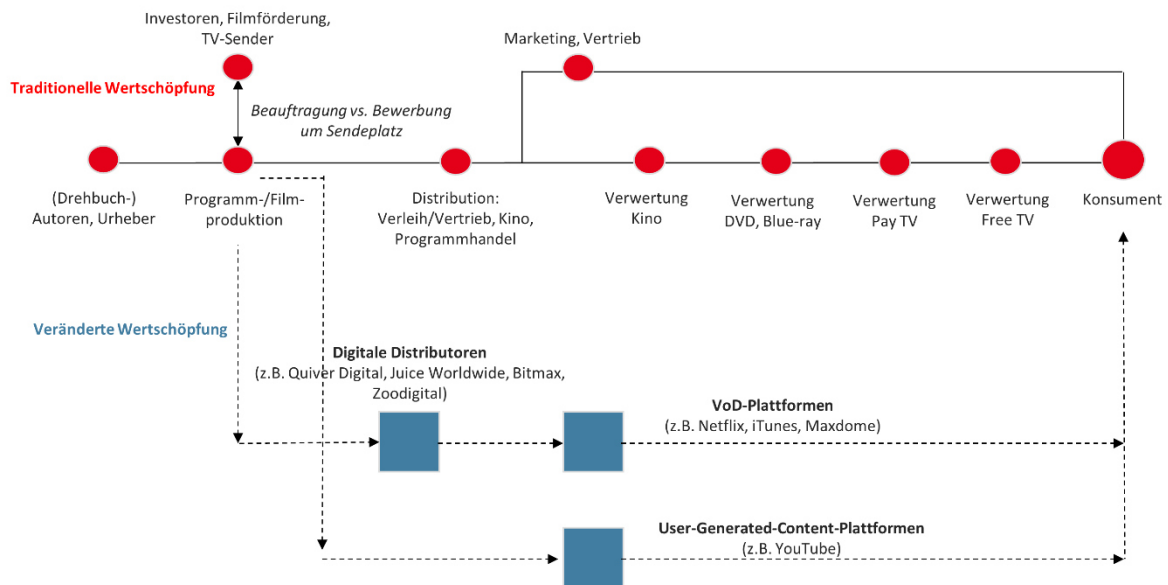
²²⁰ Charles river Associates (2014). Economic Analysis of the Territoriality of the Making Available Right in the EU.

²²¹ Europäische Kommission (2015). Remuneration of authors and performers for the use of their work.

3.7.3 Wertschöpfungswandel

Die Wertschöpfungskette der Filmwirtschaft verbindet eine Reihe von Unternehmen und Selbstständiger, die an verschiedenen Elementen des Produktions- und Vertriebsprozesses arbeiten. Die horizontale Wertschöpfung erfolgt über die Stufen der Entwicklung, Finanzierung und des Pre-Sales, der Produktion, der Lizenzierung sowie über den Vertrieb und Konsum. Jeder dieser Stufen kann eine vertikale Komponente angeschlossen sein.

Abbildung 28: Wertschöpfungswandel in der Filmwirtschaft



Quelle: Prognos AG (2018).

Initialer Schaffensprozess

Zu Beginn einer jeden Filmproduktion steht die Filmidee. Diese wird von Filmproduzenten auf Grundlage ihres Potenzials bewertet und das Drehbuch in Auftrag gegeben. Hierfür ist ein Kreativteam bestehend aus Drehbuchautor und Regisseur unter der Leitung der Filmproduktion mit der Entwicklung des inhaltlichen Materials beschäftigt. Dieser Phase angeschlossen ist die Entwicklungsfinanzierung, die aus eigenen bzw. öffentlichen Mitteln getragen wird.

Da die herkömmliche Filmproduktion sehr kapitalintensiv ist, muss die Sicherung des Filmbudgets teilweise im Voraus durch Vorverkäufe von Lizenzen, sogenannte Pre-Sales erfolgen. Als mögliche Abnehmer in Frage kommen hierbei vorrangig Fernsehsender und Filmverleihunternehmen, die den Film in die Kinos bringen und als DVD vertreiben lassen.

Produktion

Die Produktion umfasst neben der filmischen Aufnahme auch den Nachbearbeitungsprozess. Diesem Wertschöpfungsschritt sind unterschiedliche Akteure angegliedert, darunter Regisseure, Schauspieler, Filmkomponisten sowie technische Mitarbeiter für Licht, Ton und Spezialeffekte. Eine zentrale Rolle spielt der Produzent, welcher für die interne als auch externe Koordination mit Investoren zuständig ist. Sein Beitrag zur Wertschöpfung umfasst hierbei:

- die Entwicklung des Filmprojekts und hier insb. Finanzakquise und Budgetkalkulationen,
- die Auswahl von Drehbüchern und Regisseuren, Co-Produzenten, Casting-Direktoren und anderen künstlerischen Mitarbeitern,
- Verhandlung über Verträge und Vergütung aller am Produktionsprozess beteiligten Parteien,
- das Betreuen von Aufnahme und Schnitt.

Hervorzuheben bleibt, dass sich die Verwertungs- und Lizenzierungspraxis in der Filmwirtschaft auf den Produzenten als zentralen Akteur konzentriert. Produzenten erwerben und bündeln alle wirtschaftlichen Rechte an einem audiovisuellen Medium von deren Urhebern. Dies macht sie zu einer „Hauptlizenzierungsstelle“ für Lizenzierungsfragen und alle damit verbundenen wirtschaftlichen Rechte am fertigen Film. Es bleibt festzuhalten, dass der digitale Wandel an dieser Grundstruktur nichts verändert hat.²²²

Durch die Digitalisierung sind allerdings ganz neue Möglichkeiten hinzugekommen. War es früher – aufgrund des extrem kapitalintensiven Herstellungsprozesses - nur professionellen Filmproduzenten möglich, Filme herzustellen, ist dies heute nahezu jedermann möglich. Digitalkameras und Schnittsoftware sind so günstig, dass Kreative seit geraumer Zeit (auch) ihre eigenen Inhalte produzieren können.

Veröffentlichung

Nach der Fertigstellung und Genehmigung der Produktion durch Regisseur, Investoren und Produzenten, wird der Film im Kino, auf Video-on-Demand-Plattformen, im Einzelhandel als DVD/ Blue Ray und schließlich im Fernsehen, in der Regel zeitlich nacheinander, veröffentlicht.

Kinos

Auf Grundlage des Verwertungsfensters ist eine längere, exklusive Ausstrahlungsperiode von Filmen in Kinos die gängige Praxis, denn sie ist erlösstark und entscheidend für die Umsatzgenerierung nachgelagerter Verwertungsstufen.²²³ Der an der Kinokasse generierte Erfolg strahlt regelmäßig sowohl auf den DVD/Blue Ray-Verkauf als auch auf die Einschaltquoten im Fernsehen aus. Heutzutage orientiert sich das Verwertungsfenster zum einen am Kassenerfolg in der Eröffnungswoche und zum anderen an der Beliebtheit und Nachfrage von nachgelagerten Distributionskanälen (z.B. VoD), die eine frühere Verwertungsfensterausschöpfung einleiten können und somit das Kinogeschäft schwächen. Allerdings kann auch das Kino von VoD-Entwicklungen profitieren. Bereits heute wird mit einer umgekehrten Verwertungsfensterausschöpfung experimentiert, indem Filme zuerst über VoD veröffentlicht werden, um kurz vor der Veröffentlichung im Kino eine breite Fangemeinschaft abholen zu können.

Empirische Daten weisen darauf hin, dass mit dem digitalen Wandel die Position von Kinos gestärkt wird.²²⁴ Mögliche Gründe für das positive Kinogeschäft können eine bessere Sound- und Bildqualität sowie ein neues 3D-Angebot sein, der Übergang zur flexibleren Programmgestaltung und das soziale Erlebnis „Kino“ an sich. All dies weist darauf hin, dass Kino verglichen mit anderen Vertriebskanälen einen niedrigen Substitutionsgrad aufweist.

²²² Europäische Kommission (2015). Remuneration of authors and performers for the use of their work.

²²³ Bei geförderten Filmen sind die einzelnen Verwertungsfenster gesetzlich vorgesehen, siehe § 53 FFG.

²²⁴ KEA Publication (2017): Mapping the creative value chains.

DVD

Der DVD-Verkauf war ein gewinnbringendes Geschäft für die Filmwirtschaft, bevor Piraterie und neue Technologien das Konsum- und Kaufverhalten veränderten. Im Zuge der Digitalisierung ist mit einer Fortführung des Bedeutungsverlustes dieses Vertriebsformats zu rechnen.

Fernsehsender

Fernsehsender (private, öffentlich-rechtliche und Pay-TV) sind wichtiger Partner in der Wertschöpfungskette, da sie ein zentraler Abnehmer von Filmen sind. Als Verwerter leisten sie zudem einen finanziellen Beitrag zur Förderung nationaler Filmproduktionen (Filmförderungsgesetz). Um mit dem zunehmenden Wettbewerb mithalten zu können, lassen sich verstärkt neue VoD Angebote beobachten. Auch spielt die Produktion eigener Filme durch inhouse Studios und Tochtergesellschaften eine zunehmend wichtige Rolle. Durch Investitionstätigkeiten in Produktionsfirmen wird die Vertikalisierung der Wertschöpfungskette weiter vorangebracht (z.B. Canal+ und Red Production oder Sky und Love Productions).

Digitale Distributoren/Aggregatoren

Digitale Distributoren/Aggregatoren sind insbesondere für kleine und unabhängige Produzenten interessant. Sie bieten einen Vertriebskanal, um eigene Produktionen über diverse VoD-Plattformen einem breiten Zielpublikum zur Verfügung zu stellen und zu monetarisieren.²²⁵

Video-on-Demand (VoD)

In den letzten Jahren konnten sich rd. 3.000 neue Anbieter von VoD auf dem europäischen Markt positionieren. Innerhalb des VoD-Marktes ist eine deutliche Tendenz hin zu einem Wachstum des Abonnement-Modells (SVoD) festzustellen (bereits heute 70% Marktanteil im VoD-Segment). Netflix ist an dieser Stelle als dominierende Plattform herauszustellen, welche sich mit einem substantiellen Filmangebot auf dem europäischen Markt etablieren konnte. Allerdings bleiben die erzielten Erlöse der Filmschaffenden aus dem SVoD-Geschäft marginal – insbesondere auf dem europäischen Markt sind die Erlöse im Vergleich zum US-amerikanischen Markt fünf Mal geringer.²²⁶ Eine solche Entwicklung stellt ein Finanzierungsproblem für Filmproduzenten dar, die Entwicklungs- und Produktionskosten wieder einzuspielen. Dies deutet darauf hin, dass bis jetzt noch keine praktikablen Wege gefunden wurden, dieses Verwertungsfenster auch im Gesamtkontext der Filmverwertung lukrativ zu nutzen.

Zum überwiegenden Anteil werden Lizenzen für ältere Filme von VoD-Anbietern eingekauft – ein Interesse Exklusivrechte an neuen Filmen einzukaufen, ist momentan nicht zu beobachten. Vertragsbeziehungen mit VoD-Plattformen basieren somit hauptsächlich auf einer nicht-Exklusivität. Allerdings beginnen einige VoD-Plattformen damit, eigene Serien zu produzieren und sich somit in Konkurrenz zu etablierten Produktionsfirmen zu positionieren. Mit dem Markteintritt von VoD-Anbietern verschärft sich der Wettbewerb für Pay-TV Anbieter, wie Sky etc.

Weiterhin lässt sich ein Angebot an VoD-Plattformen verzeichnen, das sich speziell an Produktionsfirmen und Filmanbieter richtet. Das Geschäftskonzept solcher VoD-Plattformen, wie ONLINEFILM.org oder PANTAFLIX, liegt darin, die Distributionskette über Sales Agenten und Lokale Distributoren weitestgehend zu kompensieren und die Kosteneinsparungen an die Filmschaffenden weiterzugeben. Die Bedeutung dieser Angebote ist im Vergleich zu Netflix aber marginal.

Werbefinanzierte UGC-Plattformen wie YouTube, Facebook und Instagram, auf die jedermann audiovisuelle Inhalte hochladen kann, bieten neben den herkömmlichen Film- und TV-Produktionen ganz neuartige audiovisuelle Produktionen an, nämlich kreative, kurze, im Verhältnis kostengünstige Pro-

²²⁵ Europe Economics (2015): Remuneration of authors and performers for the use of their work.

²²⁶ Ebd.

duktionen, die ganz überwiegend von den Kreativen selbst stammen. Diese Produktionen durchlaufen nicht dem aufwendigen Herstellungs-, Finanzierungs- und Vertriebsprozess herkömmlicher Produktionen, sondern stellen eine neue – digitale – Art der Produktion dar, bei denen der einzige Vertragspartner die Plattform ist, die die – werbefinanzierte – Vermarktung übernimmt.

3.7.4 Erlösstrukturen

Es lassen sich einige Prinzipien und Veränderungen in der Monetarisierung innerhalb der Verwertungsfenster erkennen, die sich auf die Erlösstruktur einzelner Wertschöpfungsakteure auswirken. So sind zum einen die durchschnittlichen Eintrittspreise für Kinos in der EU von 6.67 EUR im Jahr 2010 auf 7,10 EUR im Jahr 2016 gestiegen, was zu steigenden Erlösen an den Kinokassen von 6,45 Mrd. EUR auf 7,1 Milliarden EUR geführt hat.²²⁷

Die Preise und der Absatz von DVDs/Blue Rays sind seit 2008 kontinuierlich gefallen, was einen weiteren Bedeutungsverlust für die Erlössituation der Filmwirtschaft bedeutet (vgl. Abbildung 26).

Erlöse aus dem Fernsehgeschäft sind von 2011 bis 2015 in neun europäischen Märkten²²⁸ mit einem jährlichen Wachstum von 1,8% kontinuierlich gestiegen. Hier sind es insbesondere Werbeeinnahmen (21.267 Mio. EUR) und Erlöse aus dem Pay-TV (22.916 Mio. EUR) im Jahr 2015, die besonders ertragsstark waren.²²⁹

VoD-Plattformen und werbefinanzierte Plattformen haben weiterhin eine nur marginale Bedeutung für die Monetarisierung herkömmlicher Filmproduktionsfirmen. Allerdings lässt sich auch hier ein klares Wachstum erkennen.²³⁰ Für den neuen Bereich der audiovisuellen Produktionen der Kreativen selbst, die nahezu ausschließlich über die werbefinanzierten Plattformen vermarktet werden, sind diese Plattformen und deren Vertriebsstrukturen dagegen von essentieller Bedeutung.

Hier sind es die Kreativen selbst, die die Rechte an der Filmproduktion innehaben und diese an die werbefinanzierte Plattform übertragen. Im Gegenzug erhalten sie einen Anteil aus den Werbeerlösen. In der herkömmlichen Welt der Filmwirtschaft halten und kontrollieren Filmproduzenten alle für die kommerzielle Verwertung notwendigen Rechte. Kreative und Filmschaffende werden für ihr geistiges Eigentum in Form von Gehältern oder Pauschalen entgolten. Individuelle Vertragsregelungen entscheiden darüber hinaus inwieweit weitere Entgelte berücksichtigt werden. Zum Teil lassen sich hierbei Beteiligungsmodelle erkennen, wonach Kreative und Filmschaffende anteilig am Nettoerlös beteiligt werden, wenn sie auch das Entwicklungs- und Produktionsrisiko mittragen. Grundsätzlich bestimmt die erzielte Erfolgsbilanz sowie die allgemeine Popularität des Künstlers über seine Verhandlungsposition bei der Vertragsschließung.

Im weiteren Verlauf werden in der Pre-Sale-Phase Vertriebsrechte am unfertigen Film an Filmdistributoren und TV-Sender gehandelt. Bewertungsgrundlage ist hierbei das Drehbuch und die Besetzung, die über den finanziellen Wert der Vertriebsrechte entscheidet. Sales Agenten vertreten für gewöhnlich die Interessen des Produzenten und übernehmen die geschäftliche Verantwortung gegenüber regionalen Distributoren.

Bei Online-Plattformen, die von Nutzern hochgeladene Filme zur Verfügung stellen, lag die Priorität der Filmbranche lange Zeit auf der Entfernung rechtswidriger verwendeter Inhalte, anstelle einer kommerziellen Vereinbarung zur Verwertung auf der jeweiligen Plattform. Lange fehlte das Interesse

²²⁷ European Audiovisual Observatory (2011; 2017). World Film Market Trends.

²²⁸ Zu den Ländern zählen Finnland, Schweden, Polen, Niederlande, Spanien, Frankreich, Italien, Deutschland und Großbritannien.

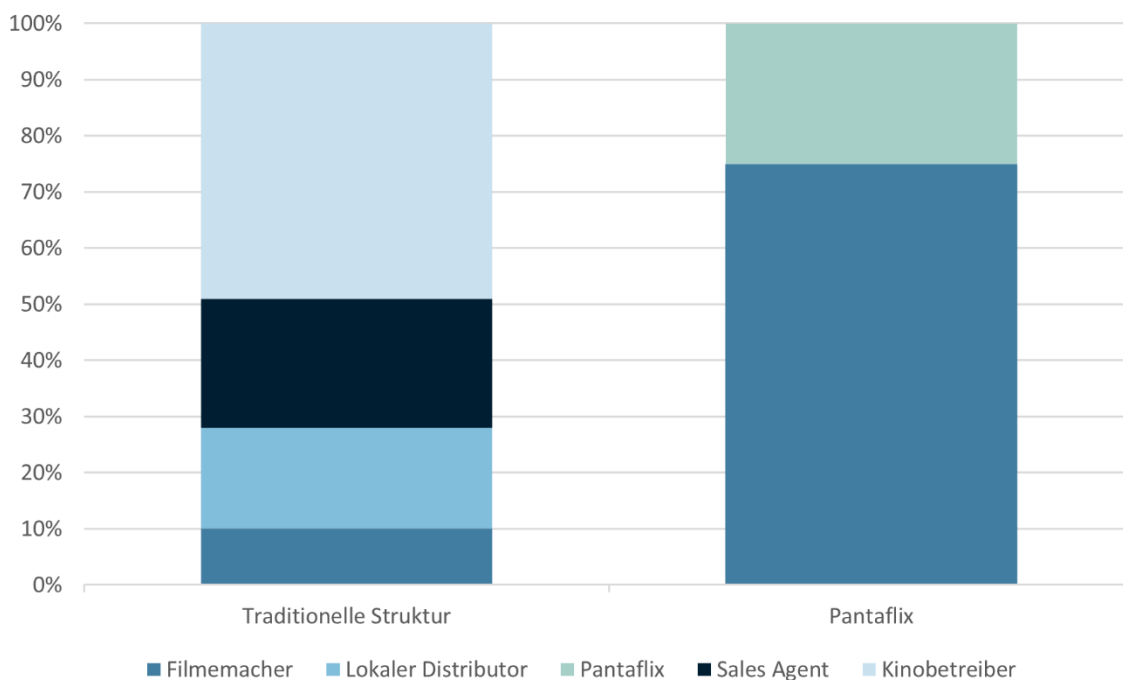
²²⁹ PwC (2016). Global Entertainment and Media Outlook 2016-2020.

²³⁰ Ebd.

von Produzenten, Sekundärrechte zu lizenzieren. Mittlerweile lässt sich allerdings eine Annäherung solcher Plattformen an dem Heimkino-Streaming-Modell beobachten, wobei eine Option des Filmverleihs angeboten wird (z.B. YouTube Red).

Abbildung 29 verdeutlicht die Dimension der Erlösverteilung anhand des klassischen Verwertungsmodells in der Filmwirtschaft. Mit rd. 50 % halten Kinobetreiber den höchsten Anteil an den Erlösen aus Filmausstrahlungen und profitieren hierbei im besonderen Maße von ihrer Positionierung an der Spitze des Exklusivverwertungsfensters. Mit rd. 20 % fallen Erlöse auf lokale Distributoren ab. Lokale Distributoren aus Filmverleih und -vertrieb sind darauf bedacht, die Verwertungsfenster für Kino, Fernsehausstrahlung und DVD/Blue Ray-Verkäufe unverändert zu belassen, da Erlöse aus VoD im Vergleich wesentlich geringer ausfallen (ca. 5 – 10 %). Die Aussicht auf eine direkte und selbstständige Vermarktung von Vertriebsrechten durch Produktionsfirmen über VoD-Plattformen bedroht zusätzlich ihr Geschäftsmodell. Sales Agenten werden mit ca. 20 % vergütet, welche sich aus einer Minimalgarantie durch die Distributoren ergibt. Entsprechend erschwert VoD auch ihr Geschäftsmodell, weshalb Sales Agenten dazu übergehen könnten, mit VoD-Plattformbetreiber zu kooperieren und in eigener Verantwortung die Promotion und Distribution des Films zu übernehmen. Ca. 10 % aller Erlöse gehen an die Produktionsfirma.²³¹

Abbildung 29: Erlösanteile nach Distributionsstrukturen



Quelle: Pantaflix Group (2017). Pantaflix AG – Globaler Rollout läuft auf Hochtouren.

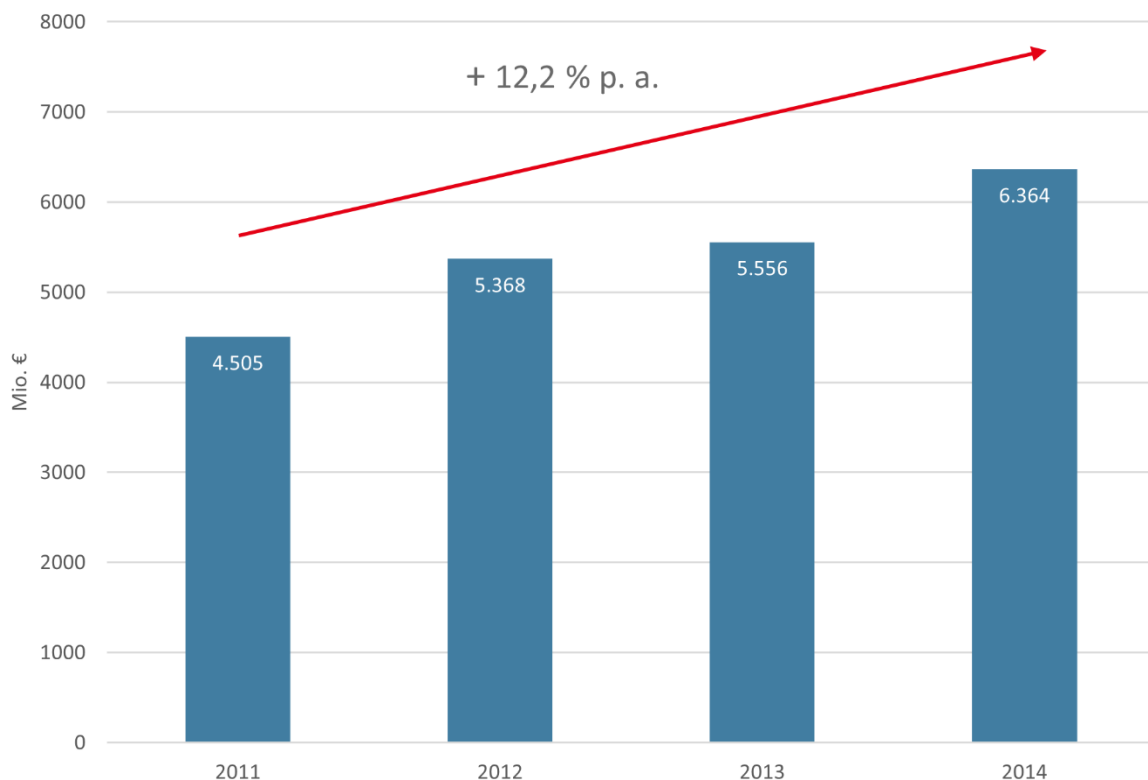
PANTAFlix und andere VoD-Plattformbetreiber bieten eine Erlösstruktur an, die den Distributionsprozess in der Filmwirtschaft weitestgehend kompensiert und die Kosteneinsparungen an Produzenten weitergibt. Im Ergebnis ergibt sich somit für Produzenten ein Erlösanteil von bis zu 75% und für die Plattform in Höhe von 25 %. Der Plattformbetreiber Vimeo mit seinem Service Vimeo on Demand

²³¹ Europäische Kommission (2017). Mapping the creative value chains: A study on the economy of culture in the digital age: final report.

behält hingegen nur 10 % ein und schüttet 90 % an den Rechteinhaber aus. Direkte Vertragsbeziehungen sind zwischen VoD-Plattformen und weiteren künstlerisch tätigen Akteuren aus dem Filmbereich eher selten.

Empirische Daten für 21 der Top 40 Produktionsfirmen in Europa (sowohl TV als auch Kinofilm) in den Jahren 2011 bis 2014 deuten darauf hin, dass sich in den vergangenen Jahren die Erlössituation gerade von Produktionsfirmen deutlich verbessert hat.²³² Abbildung 30 zeigt, dass die operativen Umsätze im betrachteten Zeitraum signifikant und mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 12,2% steigen. Dieses Wachstum überschreitet das der gesamten Filmbranche und macht deutlich, dass Produzenten in großem Maße von der Digitalisierung der Filmdistribution über alternative Kanäle insgesamt profitieren. Dies mag damit zu erklären sein, dass in der digitalisierten Wertschöpfung Distributionskosten eingespart werden können, womit Filmschaffende mehr Geld in den Produktionsprozess investieren können.

Abbildung 30: Operative Erträge der großen europäischen Produzenten von 2011 bis 2014



Quelle: Oliver & Ohlbaum Associates Ltd and Analysys Mason (2017).

Inwieweit allerdings Autoren und Kreative von dieser Entwicklung profitieren bleibt fraglich. Die Grundlage für eine Beteiligung von Autoren an der digitalen Verwertung wurde mit dem Recht der öffentlichen Zugänglichmachung nach § 19a UrhG in Umsetzung von Artikel 3 Absatz 2 der Richtlinie zur Harmonisierung bestimmter Aspekte des Urheberrechts und der verwandten Schutzrechte in der Informationsgesellschaft 2001/29/EG gelegt. Ungeachtet der zahlreichen Verwertungsmöglichkeiten

²³² Oliver & Ohlbaum Associates; Analysys Mason (2017). The impact of the internet on the creative sector.

hat diese Rechtsgrundlage allerdings nicht für eine Verbesserung der Einkommen von Kreative gesorgt, da dessen Umsetzung im Rahmen von Verträgen zwischen Autoren und Produzenten weiterhin schwierig bleibt.²³³

Auch wenn in einigen Ländern Standardverträge die Entgelte zwischen Autoren/Kreativen und Produzenten regeln, besteht die Mehrzahl aller Vertragsabschlüsse aus individuellen Verträgen und einer i.d.R. nachteiligeren Verhandlungsposition von Autoren. Laut einer Studie des Europäischen Parlaments von 2014²³⁴ erhalten die Kreativen regelmäßig keine faire Vergütung.

Als weitere Vergütungsquelle von Autoren und Regisseuren sind Verwertungsgesellschaften zu nennen. Diese vertreten die kollektiven Interessen von Künstlern und sorgen für eine angemessene Entlohnung ihrer Urheberrechte. Die Society of Audiovisual Authors (SAA) vertritt diese Rechte auf europäischer Ebene. In Deutschland werden von der SAA die Rechte für Kabelübertragungen, private Kopien, Rechte an Übertragungen (Satellit, IPTV), Bildungszwecke, Videoentleih und -verleih sowie Kino/öffentliche Vorstellungen verwertet. Im Jahr 2013 konnten so rd. 60 Mio. EUR an Einnahmen für deutsche Autoren und Regisseure gesammelt werden.²³⁵

3.7.5 Implikationen der Digitalisierung für die KSVG-Abgabepflicht

Wie auch in den anderen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft zeigt sich in der Filmwirtschaft, dass das Hinzutreten neuer digitaler Akteure nicht zwingend Auswirkungen auf die Künstlersozialabgabe hat. Abgaberechtliche Implikationen können sich nur dort ergeben, wo sich die Vertragsbeziehungen und Einnahmequellen der Künstler und Publizisten durch die Digitalisierung verändert haben.²³⁶

Soweit der Vertragspartner der Kreativen wie im Regelfall ein Produzent ist, steht – vorbehaltlich des Sitzes im Inland – ein abgabepflichtiges Unternehmen zur Verfügung. Welche Akteure im Zuge der Digitalisierung auf den weiteren Verwertungsstufen hinzugetreten sind (VoD-Plattformen, digitale Distributoren etc.), ist für die Frage der Künstlersozialabgabe irrelevant.

Abgaberechtliche Beachtung verdienen demnach vor allem UGC-Plattformen wie YouTube, auf denen audiovisuelle Inhalte ohne Zwischenschaltung eines potenziell abgabepflichtigen Produzenten unmittelbar vom Kreativen (oder einem Dritten) hochgeladen werden können. Zwar handelt es sich nach der in der vorliegenden Studie vertretenen Auffassung bei UGC-Plattformen um Fremdvermarkter, die zur Künstlersozialabgabe herangezogen werden könnten. De facto scheidet dies aber nach aktueller Rechtslage am Sitz nahezu aller nennenswerten UGC-Plattformen im Ausland.

²³³ Society of Audiovisual Authors (2015). Audiovisual Authors' Rights and Remuneration in Europe.

²³⁴ Centre de Recherches en Information, Droit et Société (CRIDS) der Universität Namur, KEA European Affairs (2014) im Auftrag des Rechtsausschusses des Europäischen Parlaments. Contractual arrangements applicable to creators: law and practice in selected Member States.

²³⁵ Society of Audiovisual Authors (2015). Audiovisual Authors' Rights and Remuneration in Europe.

²³⁶ Vgl. hierzu insbesondere die Ausführungen zur Musikwirtschaft, Ziff. 3.5.5

4. Auswirkungen der Digitalisierung auf die Einkommenssituation von Künstlern und Publizisten

Die Ergebnisse zum Stand der digitalen Transformation in den jeweiligen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft zeigen, dass sich Veränderungen und Anpassungsprozesse auf unterschiedlichen Ebenen beobachten lassen. Mit der Plattformisierung und den neuen technischen Möglichkeiten der Produktion verändern sich nicht nur Geschäftsmodelle, sondern auch die Organisation der Wertschöpfung. Vor dem Hintergrund neu aufkommender digitaler Vertriebsstrukturen und damit einhergehender Vergütungsmodelle sind Auswirkungen auf die Einkommenssituation von Künstlern und Publizisten zu vermuten. Zur Prüfung potenzieller Einkommenseffekte wurde auf die Untersuchung öffentlich zugänglicher Einkommensdaten zurückgegriffen, da eigene primärstatistische Erhebungen im Rahmen dieser Studie nicht vorgesehen waren. Die Künstlersozialkasse liefert hierzu wohldokumentiertes Datenmaterial zum Einkommen von Künstlern und Publizisten sowie zur Entwicklung des Verwerterbestands und der gemeldeten Honorarsummen. Im Folgenden soll mittels einer Auswertung der Zahlen der Künstlersozialkasse der Frage nachgegangen werden, ob und in wie weit digitale Auswirkungen auf die Einkommen von Künstlern und Publizisten belegbar sind.

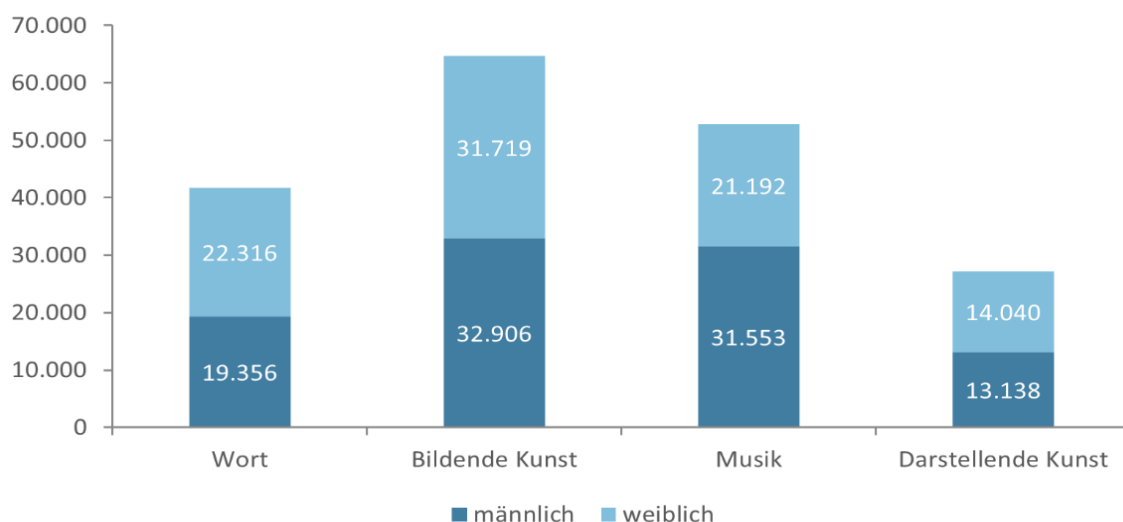
4.1 Empirische Auswertung der Einkommensdaten zu Künstler- und Kulturberufen der Künstlersozialkasse

Auf Basis von Angaben zum Versichertenbestand lassen sich in Ansätzen sozioökonomische Strukturen der selbstständigen Künstler und Publizisten abbilden. Die Künstlersozialkasse differenziert in vier Berufsgruppen: Bildende Kunst, Darstellende Kunst, Musik und Wort.

Versichertenbestand und Entwicklung der Einkommenssummen

Mit 35 % die anteilmäßig größte Berufsgruppe innerhalb des Versichertenbestands ist die der Bildenden Kunst (vgl. Abbildung 31). Dem folgen die Versicherten in den Berufsgruppen Musik (28 % bzw. 52.754 Versicherten) und Wort (22 % bzw. 41.672 Versicherten). Mit etwa 15 % bilden die Versicherten im Bereich der Darstellenden Kunst die anteilmäßig kleinste Berufsgruppe.

Abbildung 31: Versichertenbestand 2017 nach Künstler- und Kulturberufen differenziert nach Geschlecht

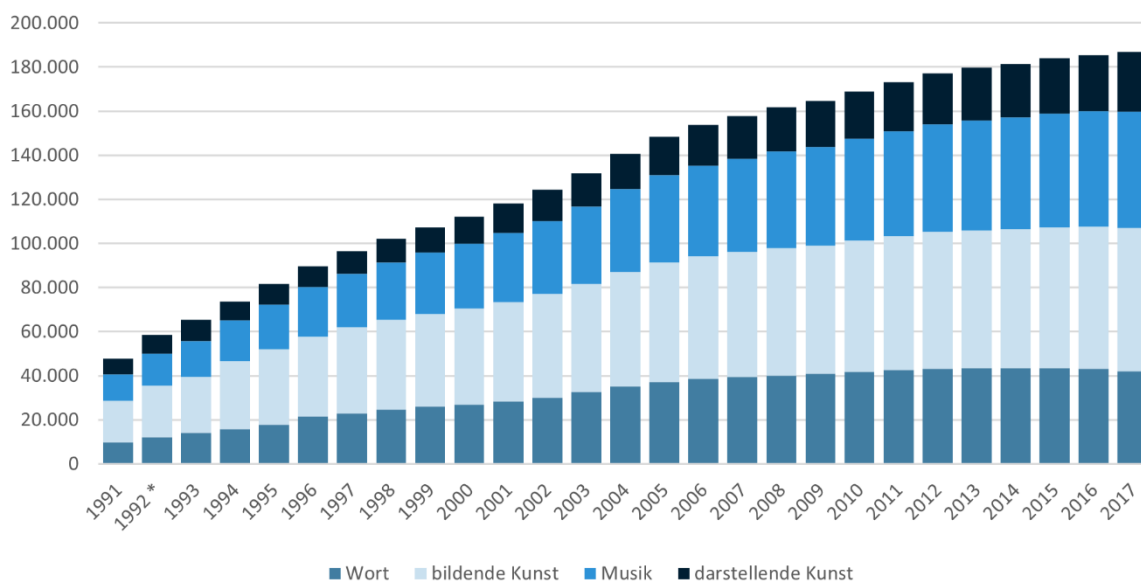


Quelle: Prognos AG (2018) auf Basis der Künstlersozialkasse (KSK).

Insgesamt zeigt der Versichertenbestand ein relativ ausgeglichenes Verhältnis zwischen männlichen und weiblichen Versicherten. Mit Blick auf die vier Berufsgruppen zeigen sich hierbei jedoch kleinere Unterschiede. Das Geschlechterverhältnis zwischen männlichen und weiblichen Versicherten kann in den Berufsgruppen Bildende Kunst, Wort und Darstellende Kunst als ausgewogen bezeichnet werden. In den Musikberufen überwiegen die männlichen Versicherten mit rd. 60 %.

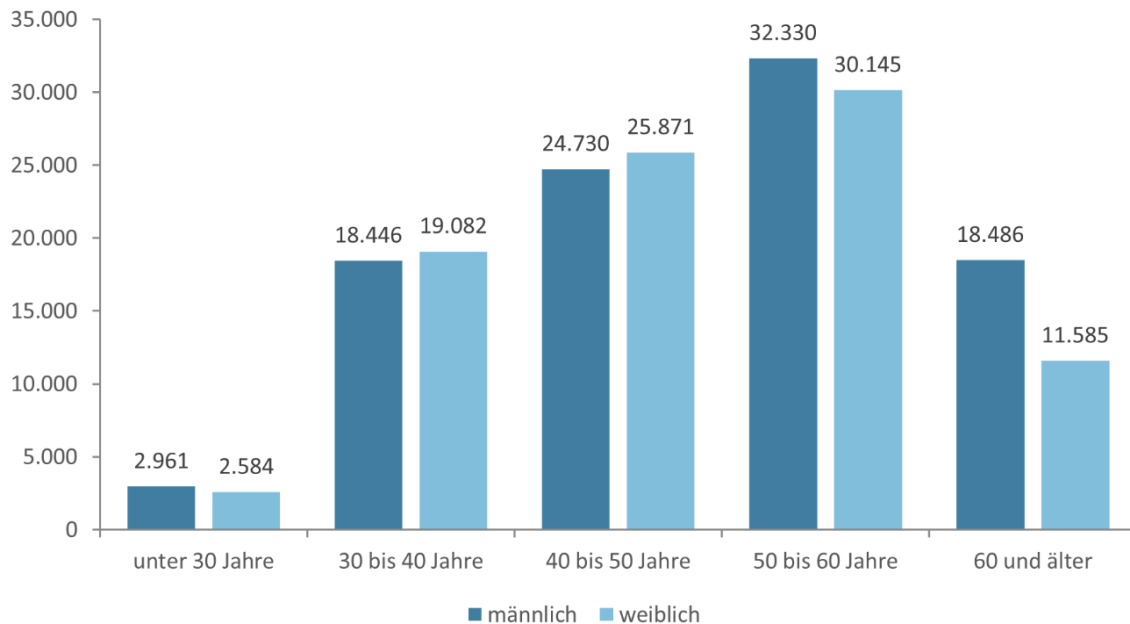
Die von der Künstlersozialkasse veröffentlichten Zahlen zeigen, dass der Versichertenbestand in allen Bereichen der Künstlersozialversicherung (Wort, Musik, darstellende Kunst, bildende Kunst) kontinuierlich angestiegen ist. Waren es 1991 insgesamt noch 47.713 Versicherte, lag der Versichertenbestand im Jahr 2017 bei insgesamt 186.949. Seit 1991 beträgt die jährliche Wachstumsrate somit durchschnittlich 5,4 %. Besonders überdurchschnittlich stiegen in diesem Betrachtungszeitraum die Bestände in den Berufsgruppen Darstellende Kunst mit einem Wachstum von etwa 30 % und Musik mit rund 17,5 %. Im Zeitverlauf zeigt sich aber, dass sich der Zuwachs der Versichertenzahlen in jüngerer Vergangenheit deutlich abgeschwächt hat.

Abbildung 32: Entwicklung der Versichertenzahlen nach Berufsgruppen



Quelle: Prognos AG (2018) auf Basis der Künstlersozialkasse (KSK).

Mit einem Anteil von etwa einem Drittel stellt die Altersgruppe der 50 bis 60-Jährigen den höchsten Anteil an Versicherten (vgl. Abbildung 33). Es folgt die Gruppe der 40 bis 50-Jährigen mit einem Anteil von 27 % an den Versicherten insgesamt. Die Ausübung einer Tätigkeit als Kreativ-Freiberufler ist somit vorwiegend in den Bevölkerungsgruppen mittleren Alters verankert.

Abbildung 33: Der Versichertenbestand 2017 gegliedert nach Altersgruppen und Geschlecht

Quelle: Prognos AG (2018) auf Basis der Künstlersozialkasse (KSK).

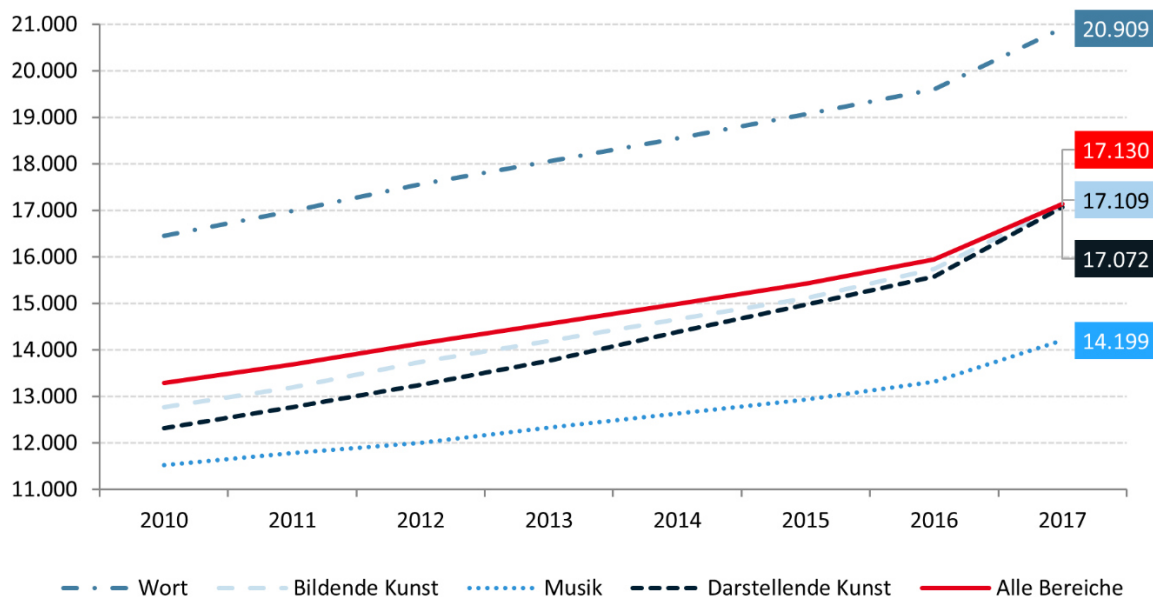
Die Betrachtung des durchschnittlichen Jahreseinkommens²³⁷ von aktiv Versicherten in der Künstlersozialkasse zeigt unter Berücksichtigung verschiedener Merkmale Unterschiede. In der zeitlichen Entwicklung von 2010 bis 2017 ist das durchschnittliche Jahreseinkommen der aktiv Versicherten der Künstlersozialkasse um etwa 29 % von etwa 13.300 EUR auf 17.130 EUR gestiegen (vgl. Abbildung 34). Das Durchschnittseinkommen der Versicherten aus der Gruppe Wort ist mit 20.909 EUR am höchsten. Differenziert nach Berufsgruppen erzielten die höchsten Wachstumseffekte die darstellenden Künstler. In der Gruppe stieg das durchschnittliche Jahreseinkommen um etwa 39 % auf 17.072 EUR. Dem folgt die Gruppe der bildenden Künstler (+34 %) und die der Gruppe Wort (+ 27 %). Bei den Musikern stiegen die Einkommen lediglich um +23 % auf 14.199 EUR.

Das durchschnittliche Einkommen der KSVG-Versicherten lässt im Vergleich zu den Einkommen von Selbstständigen aus anderen Branchen deutliche Unterschiede erkennen. Das Institut für Mittelstandsforschung Bonn ermittelt für das Jahr 2017 ein durchschnittliches Nettoeinkommen von Selbstständigen (ohne Beschäftigte) von insgesamt 25.968,00 EUR. Das durchschnittliche Nettoeinkommen von KSVG-Versicherten fällt somit um rund ein Drittel geringer aus. Gleichwohl ist das prozentuale Einkommenswachstum von KSVG-Versicherten, für den Zeitraum 2013 bis 2017, mit +17,7 % höher, als das der Selbstständigen (ohne Beschäftigte) mit einem Wert von +12,7 %.²³⁸

²³⁷ Durchschnitt des von den Versicherten geschätzten voraussichtlichen Gewinns (betriebliche Einnahmen abzgl. betrieblicher Ausgaben (vor Steuern)). Die Schätzwerte der Versicherten sind verbindlich für die Beitragsberechnung und werden grundsätzlich nicht mit dem tatsächlich erzielten Gewinn am Ende des Jahres abgeglichen.

²³⁸ Institut für Mittelstand IfM (2018): Monatliches Nettoeinkommen der Selbstständigen 2013 bis 2017 in Deutschland. https://www.ifm-bonn.org/fileadmin/data/redaktion/statistik/selbststaendige-freie_berufe/dokumente/Selb-Nettoeinkommen_2013-2017.pdf; (Abruf am 13.9.2018).

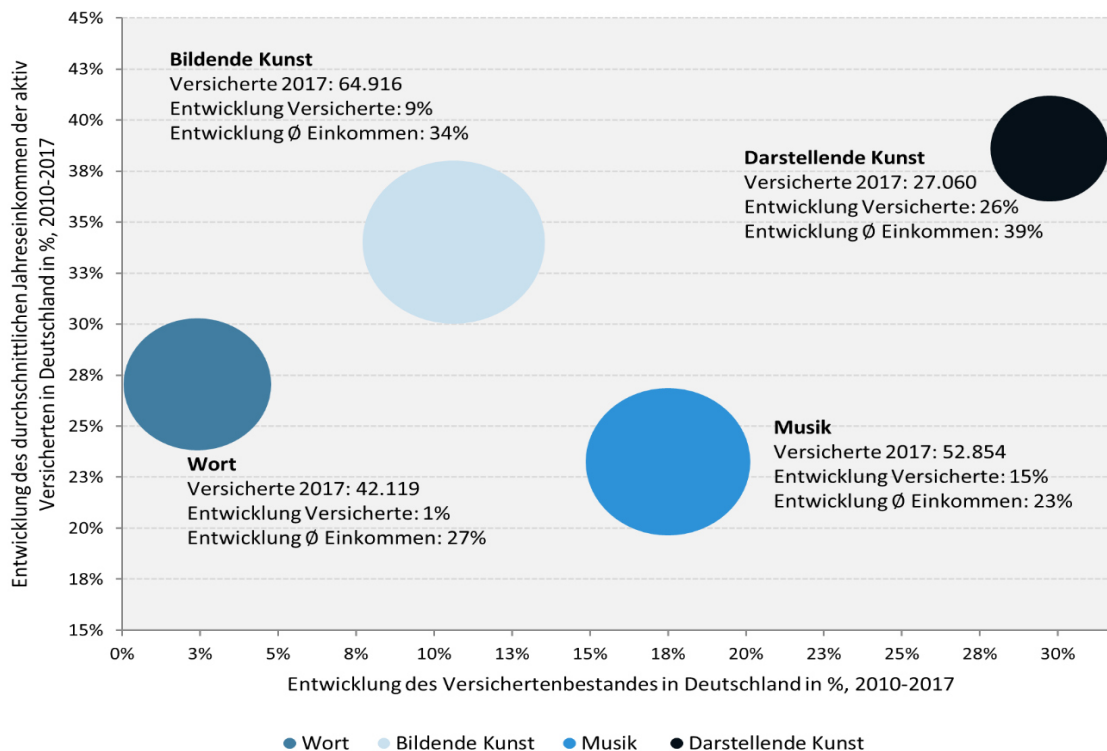
Abbildung 34: Entwicklung der jährlichen Durchschnittseinkommen nach Berufsgruppen



Quelle: Prognos AG (2018) auf Basis der Künstlersozialkasse (KSK).

Die zusammenfassende Darstellung (vgl. Abbildung 35) weist insbesondere die Berufsgruppe der Darstellenden Kunst als besonders dynamisch aus, sowohl hinsichtlich des Versichertenbestandes als auch der Einkommensentwicklung. Verhaltener verhält sich bei beiden Kennzahlen die Berufsgruppe Wort.

Abbildung 35: Entwicklung des Versichertenbestandes und der jährlichen Durchschnittseinkommen nach Berufsgruppe in % in Deutschland, 2010-2017



Quelle: Prognos AG (2018) auf Basis der Künstlersozialkasse (KSK).

Mit diesem ersten Analyseschritt war der Versuch verbunden herauszuarbeiten, inwiefern die sozio-ökonomischen Entwicklungen mit den Transformationsprozessen der Digitalisierung signifikante Parallelen zeigen. Diese Zahlen sind jedoch aus folgenden Gründen nur bedingt aussagekräftig:

- Die Zahlen beruhen auf den von den Versicherten abgegebenen Meldungen des voraussichtlichen Arbeitseinkommens für das Folgejahr bzw. – bei unterbliebener Meldung – auf Schätzungen der KSK.²³⁹ Dabei kann es – schon aufgrund der naturgemäß schwankenden Einkommen von Kreativen – zu Abweichungen zwischen dem vom Versicherten gemeldeten Schätzbetrag und dem tatsächlich erzielten Einkommen kommen.
- Die gemeldeten Arbeitseinkommen enthalten sämtliche Einkünfte der Versicherten aus selbstständiger künstlerischer oder publizistischer Tätigkeit. Eine statistische Binnendifferenzierung nach Tätigkeitsbereichen oder gar nach digitalen und nicht-digitalen Erlösquellen findet nicht statt, da eine solche für die Durchführung des KSVG nicht erforderlich ist.
- Die Arbeitseinkommen und die Versicherten lassen sich von der KSK meist nur grob einzelnen Tätigkeitsbereichen (Wort, Musik, bildende Kunst, darstellende Kunst) zuordnen. Ein hinreichend genaues Filtern nach einzelnen Tätigkeiten und Berufen (z.B. Online-Journalist, Webdesigner, Grafiker etc.) ist in den Datenbanken der KSK technisch derzeit nicht möglich.
- Die Gesamtsumme der Arbeitseinkommen ist angestiegen. Unklar bleibt allerdings, ob es am Zuwachs der Versicherten liegt oder am individuellen Einkommensanstieg eines einzelnen Künstlers bzw. Publizisten.
- Weder bei den Versichertenzahlen noch bei den Arbeitseinkommen ist ein signifikanter Wachstumssprung seit Beginn der Digitalisierung (Markteintritt vieler digitaler Plattformen: 2005) erkennbar.

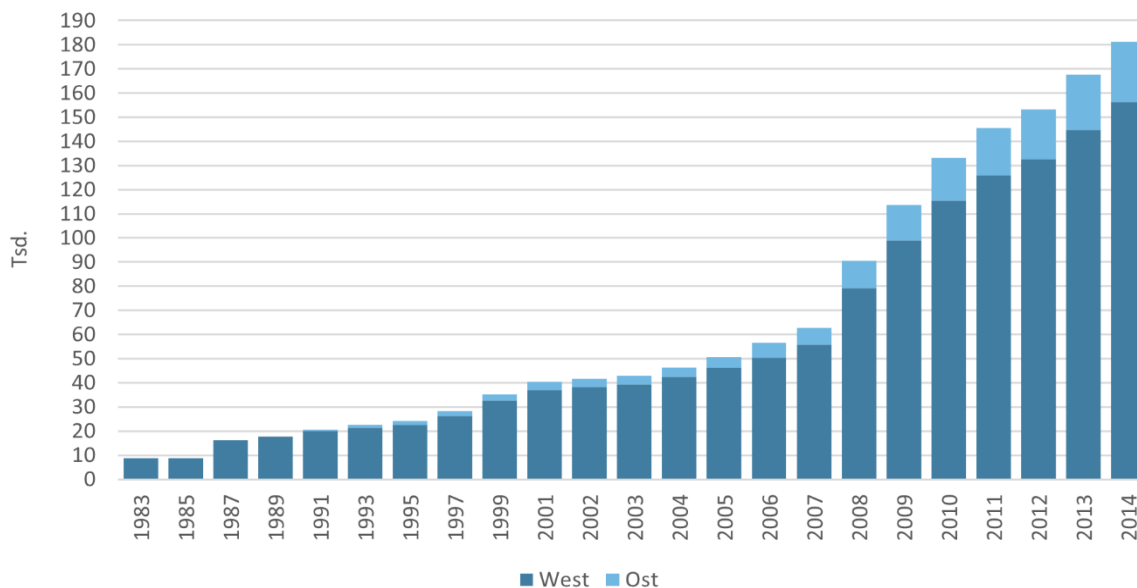
Verwerterbestandsentwicklung und Entwicklung der gemeldeten Honorarsummen

Im Hinblick auf die Verwerterbestandsentwicklung zeigt Abbildung 36, dass die Zahl der von der KSK erfassten abgabepflichtigen Unternehmen seit Inkrafttreten des KSVG im Jahr 1983 kontinuierlich gestiegen ist. In Westdeutschland sind die Zahlen und das Wachstum der abgabepflichtigen Unternehmen deutlich höher ausgeprägt als in Ostdeutschland. Seit 2007 kann zudem ein deutlicher Zuwachs des Verwerterbestands verzeichnet werden, der mit der Reform des Künstlersozialversicherungsgesetzes im selben Jahr zu erklären ist. Ausgehend von dieser Gesetzesnovellierung wurde der Prüfauftrag der Deutsche Rentenversicherung auf die Künstlersozialabgabe ausgedehnt und seitdem flächendeckend im Rahmen der regulären Unternehmensprüfungen umgesetzt.²⁴⁰ Für das Jahr 2014 zählt der registrierte Verwerterbestand 181.269 abgabepflichtige Unternehmen.

²³⁹ Vgl. § 12 Abs. 1 KSVG.

²⁴⁰ Neben der der Prüfung der ordnungsgemäßen Entrichtung der Künstlersozialabgabe durch die Deutsche Rentenversicherung, sieht die Novellierung des Künstlersozialversicherungsgesetzes im Jahr 2007 auch eine stärkere Prüfung der Versicherten vor. Stichprobenartig werden die tatsächlichen Einkommen der Versicherte aus den letzten vier Jahren mit den Vorausschätzungen verglichen. Bei Unstimmigkeiten beginnt die Beitragsüberwachung zu greifen (Bundesministerium für Arbeit und Soziales, 2007).

Abbildung 36: Verwerterbestandsentwicklung 1983-2014 in Tsd.

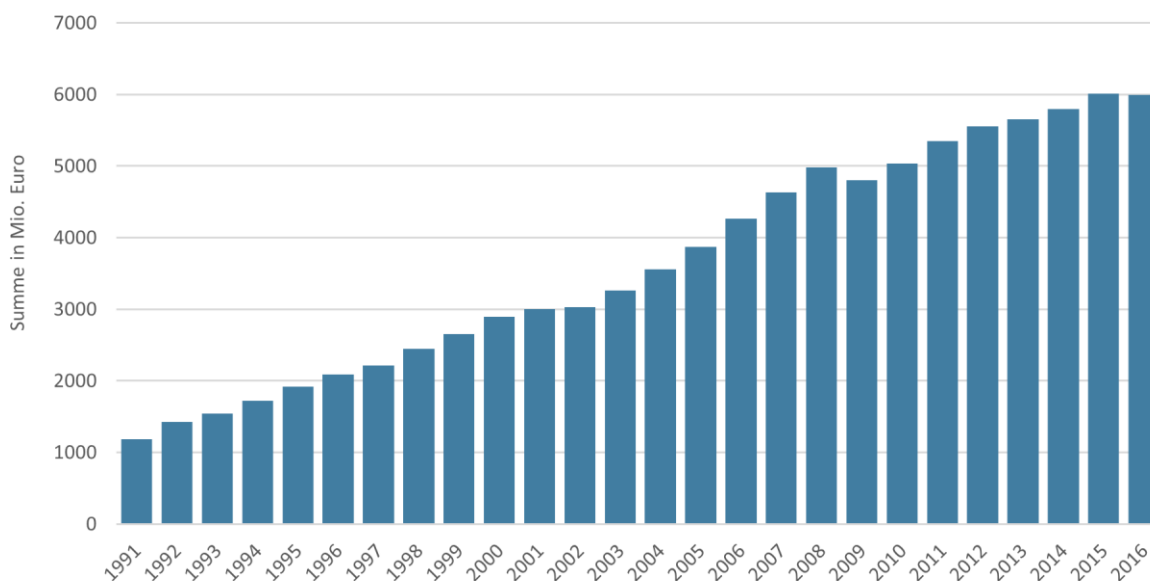


Quelle: Prognos AG (2018) auf Basis der Künstlersozialkasse (KSK).

Aufgrund interner Umstellungen bei der KSK liegen derzeit keine aktuelleren Zahlen vor.

Ebenso gibt es einen kontinuierlichen Anstieg der abgabepflichtigen Entgelte (vgl. Abbildung 37). Die Summe der gemeldeten Honorare konnte seit 2007 um rund 20% wachsen und erreicht im Jahr 2016 einen Wert von 4.9 Mrd. EUR. Wenngleich in den letzten Jahren die gemeldeten Honorarsummen etwas schwächer angestiegen sind und im Vorjahresvergleich 2015 auf 2016 sogar um -0,3% zurückgingen, lässt die Entwicklung in jüngerer Vergangenheit keine Rückschlüsse darauf zu, dass durch die Digitalisierung in größerem Umfang abgabepflichtige Entgelte ausbleiben.

Abbildung 37: Entwicklung der gemeldeten Honorarsummen 1991-2016 in Mio. EUR (einschließlich fiktive Honorarsummen der Ausgleichsvereinigungen)



Quelle: Prognos AG (2018) auf Basis der Künstlersozialkasse (KSK).

Auch aus diesen Zahlen zu den abgabepflichtigen Unternehmen und den gezahlten Entgelten lassen sich aus folgenden Gründen keinerlei Rückschlüsse auf die Entwicklung der Arbeitseinkommen der Versicherten im Zuge der Digitalisierung ziehen:

- Die Arbeitseinkommen der Versicherten und die abgabepflichtigen Entgelte der Verwerter sind schon rechtlich nicht deckungsgleich. Laut BSG ist das „aus selbständiger künstlerischer und publizistischer Tätigkeit erzielte Arbeitseinkommen“ im Sinne des § 3 Abs. 1 S. 1 KSVG weder begrifflich noch inhaltlich mit dem „für künstlerische oder publizistische Werke oder Leistungen gezahlten Entgelt“ im Sinne des § 25 Abs. 1 S. 1 KSVG gleichzusetzen.²⁴¹ Beispielsweise gehören Einkünfte eines Online-Journalisten aus dem Verkauf von Werbeflächen auf seiner Website zum Arbeitseinkommen, während die geleisteten Zahlungen von den werbetreibenden Unternehmen nicht als abgabepflichtige Entgelte zu melden sind.²⁴² Außerdem sind sämtliche Nebenkosten des Künstlers/ Publizisten (z.B. für Material, Hilfskräfte, Räumlichkeiten etc.) bei den abgabepflichtigen Entgelten zu berücksichtigen,²⁴³ mindern aber auf der anderen Seite als Betriebsausgaben das vom Versicherten anzugebende Arbeitseinkommen.
- Höhere abgabepflichtige Entgelte müssen nicht unbedingt auf höhere Entgeltzahlungen im Geschäftsfeld des Verwerter hindeuten, sondern können auch auf höhere Ausgaben im Bereich der Eigenwerbung zurückzuführen sein. Beispielsweise lassen höhere Entgeltsummen von Presseverlagen nicht zwingend auf höhere Honorarzahungen an Journalisten schließen, sondern könnten z.B. auch auf Zahlungen an Webdesigner, Grafiker etc. zur Gestaltung von Werbemitteln beruhen.
- Die Zunahme abgabepflichtiger Entgelte und Unternehmen hängt auch mit der Intensität der Prüfaktivitäten der Künstlersozialkasse und der Deutschen Rentenversicherung zusammen. So ist z.B. ab 2008 ein deutlicher Sprung im Verwerterbestand und bei den gemeldeten Honorarsummen erkennbar. Dies lässt sich durch die Übernahme der Betriebsprüfungen durch die Träger der Deutschen Rentenversicherung bei den Arbeitgebern im Jahr 2007 erklären.²⁴⁴ Insbesondere durch intensive Anschreibaktionen der Rentenversicherung in den ersten Jahren der Prüfung konnten zahlreiche abgabepflichtige Unternehmen neu erfasst werden. Darüber hinaus konnte die Künstlersozialkasse durch eine Vielzahl von Selbstmeldungen abgabepflichtiger Unternehmen weitere Verwerter in den Bestand überführen. Durch das zum 1. Januar 2015 in Kraft getretene Künstlersozialabgabestabilisierungsgesetz (KSASTabG) wurden die Betriebsprüfungen der Deutschen Rentenversicherung nochmals deutlich ausgeweitet, was wiederum einen positiven Effekt auf den Verwerterbestand und die abgabepflichtigen Entgelte ab dem Jahr 2011 hatte. Parallel dazu erhielt die Künstlersozialkasse wieder ein eigenes Prüfrecht in Bezug auf Arbeitgeber und die Anzahl der Selbstmeldungen abgabepflichtiger Unternehmen nahm nicht zuletzt auf Grund der intensiven Beratungstätigkeit der Deutschen Rentenversicherung²⁴⁵ nochmals deutlich zu.
- Die Entgeltsummen erlauben keinen Rückschluss auf das Durchschnittseinkommen des einzelnen Künstlers/ Publizisten, da unklar ist, auf wie viele Personen sich die gezahlten Entgelte verteilen. So kann sich z.B. die Jahresentgeltsumme einer Selfpublishing-Plattform von insgesamt 1.200.000

²⁴¹ So ausdrücklich BSG, Urteil vom 21.07.2011, Az.: B 3 KS 5/10 R, Rn. 30.

²⁴² Vgl. BSG, aaO.

²⁴³ Vgl. z.B. BSG, Urteil vom 20.07.1994, Az.: 3/12 RK 54/93.

²⁴⁴ Mit dem Dritten Gesetz zur Änderung des KSVG vom 12. Juni 2007 wurde § 28p Abs. 1a SGB IV eingeführt, wonach die Träger der Rentenversicherung bei den Arbeitgebern prüfen, ob diese ihre Meldungen nach dem KSVG ordnungsgemäß erfüllen und die Künstlersozialabgabe rechtzeitig und vollständig entrichten.

²⁴⁵ Vgl. § 28p Abs. 1b Satz 3-6.

EUR theoretisch aus 100 EUR pro Monat für 1.000 Hobby-Schreiber zusammensetzen oder aus 10.000 EUR pro Monat für die Top 10 Bestseller Autoren im Selfpublishing-Bereich.

- Abgabepflichtig sind auch Entgelte an selbstständige Künstler oder Publizisten, die nicht nach dem KSVG versichert sind, weil sie zum Beispiel
 - im Ausland leben und nicht in den Geltungsbereich des KSVG fallen oder
 - zu hohe anderweitige Einkünfte aus nicht-selbstständiger oder nicht künstlerischer Tätigkeit haben²⁴⁶ oder
 - die Mindesteinkommengrenze von 3.900 EUR/ Jahr nicht erreichen²⁴⁷ oder
 - zwar grundsätzlich versicherungspflichtig sind, sich aber bei der KSK nicht gemeldet haben.²⁴⁸
- Im Bestand der abgabepflichtigen Unternehmen finden sich auch sehr viele sogenannte „Nullmelder“, d.h. Unternehmen, die zwar dem Grunde nach abgabe- und meldepflichtig sind, de facto im Meldezeitraum keine abgabepflichtigen Entgelte an selbstständige Künstler oder Publizisten gezahlt haben.²⁴⁹

Insgesamt sind die von der KSK veröffentlichten bzw. im Rahmen der vorliegenden Untersuchung zur Verfügung gestellten Zahlen viel zu undifferenziert und zu vielen Einflussfaktoren unterworfen, um daraus Rückschlüsse auf die Folgen der Digitalisierung auf die Einkommen von Künstlern und Publizisten zu ziehen.

4.2 Erkenntnisse zur Einkommensentwicklung aus der Literaturanalyse

Die Sichtung wissenschaftlicher Studien und einzelner Erfahrungsbeiträge aus Nutzerforen, die gesammelten Aussagen aus den Experteninterviews sowie die dargelegten strukturellen Veränderungsprozesse und damit verbundener Einkommensverteilungen entlang der Wertschöpfungskette liefern nur unzureichende Erkenntnisse um eine generalisierbare Bewertung digitaler Auswirkungen auf die Einkommenssituation der KSVG-Versicherten abgeben zu können.

Durch neue Akteure aus der Plattformwirtschaft werden Künstler und Publizisten zunächst in der Theorie durch eine positivere Einkommensperspektive angesprochen. Im Vergleich zur klassischen Erlösverteilung können digitalisierte Wertschöpfungsprozesse und die daraus abgeleiteten Geschäftsmodelle einen höheren Künstleranteil am Verkauf bedingen (z.B. Kommissions-Modell). Wie bereits dargestellt, sind mögliche Beispiele hierfür digitale Distributoren im Bereich Musik (3.5.4), Selfpublishing-Plattformen im Buchmarkt (3.4.4) oder Bildagenturen im Pressebereich (3.1.4).

Gleichwohl bewirken die Effekte der Digitalisierung ein relativ niedriges Vergütungsniveau bei künstlerisch-publizistischen Produkten und Leistungen. Dies gilt umso mehr für werbefinanzierte Inhalte (z.B. Produktion und Verwertung von Content rund um YouTube).

²⁴⁶ Vgl. § 4 Nr. 2 bzw. § 5 Abs. 1 Nr. 5 KSVG.

²⁴⁷ Vgl. § 3 Abs. 1 S. 1 KSVG.

²⁴⁸ Die Versicherungspflicht besteht zwar grundsätzlich kraft Gesetzes. Sie beginnt aber gemäß § 8 Abs. 1 S. 1 KSVG erst mit dem Tag, an dem die Meldung des Versicherten nach § 11 Abs. 1 KSVG eingeht, beim Fehlen einer Meldung mit dem Tag des Bescheids, durch den die KSK die Versicherungspflicht feststellt. Dass die KSK proaktiv die Versicherungspflicht des Versicherten feststellt, kommt in der Praxis nicht vor. De facto besteht für den Künstler/ Publizisten also bei Vorliegen der entsprechenden Voraussetzungen eine Wahlfreiheit bezüglich der Versicherungspflicht nach dem KSVG.

²⁴⁹ Z.B. Werbeagentur, die ihre Kreativleistungen ausschließlich von abhängig Beschäftigten erbringen lässt oder juristische Personen beauftragt.

Des Weiteren nutzen Kreative nicht selten digitale Plattformen (insbesondere Crowdfunding-Plattformen) für erste Kundenkontakte und den Aufbau eines Kundennetzwerks. Crowdfunding kann somit dazu dienen mögliche Folgeaufträge unter Umgehung von Plattformen mit den Kunden direkt abzuschließen.

Eine Annäherung an die Einkommensentwicklung der auf den diversen Plattformen tätigen Akteure ist bislang nur punktuell auf Basis anekdotischer Evidenzen oder vereinzelter Studienquellen möglich.

Das Selfpublishing ist laut einer Umfrage der Selfpublishingbibel vom Jahr 2018²⁵⁰ für den Großteil aller Autoren und Schriftsteller kein eigenständiges Modell zur Einkommensgenerierung. Mit 50,5 % kann rund die Hälfte aller 843 Befragten ein monatliches Einkommen von bis 100 EUR beziehen. Mit 64 % verdient die überwiegende Mehrheit aller Selfpublisher ein monatliches Einkommen bis 300 EUR. Es sind lediglich einige wenige Bestsellerautoren, die im Selfpublishing höhere Arbeitseinkommen erreichen (vgl. Abbildung 16).

- Die Forschungsstelle Medienwirtschaft und Kommunikationsforschung untersuchte für das Jahr 2014 u.a. die Einkommen von Bloggern aus Einnahmequellen, wie z.B. Werbeeinnahmen, Affiliate Marketing oder dem Verkauf von Paid Content. Mit 50,3% bezieht die Hälfte aller 515 befragten Blogger entweder keine Einnahmen bzw. negative Überschüsse (12,1 %) oder nur geringe Einnahmen bis zu 100 EUR (38,2%). 28,2% aller Befragten erzielen Einnahmen von 100 EUR bis 500 EUR. Einnahmen von über 500 EUR werden von rund 20 % aller Befragten erreicht, wobei 10,9 % sogar Einnahmen von über 1.000 EUR erwirtschaften konnten (vgl. Abbildung 5).
- Auf Grundlage von Aussagen und persönlichen Nutzererfahrungen einzelner Fotografen auf Blogs und Foren, lassen sich die Einkommen von Fotografen aus dem Verkauf von Fotos über Bildagenturen nachskizzieren. Demzufolge konnte ein Nutzer über mehreren Bildagenturen innerhalb des Jahres 2015 mit ca. 2.000 Bildverkäufen einen Umsatz von ca. 1.350 EUR erzielen. Dies würde umgerechnet einen monatlichen Umsatz in Höhe von 112 EUR entsprechen. Es ließen sich allerdings auch verhältnismäßig hohe Umsätze von bis zu 28.700 USD pro Jahr generieren.²⁵¹ Zu beachten ist hierbei, dass die angezeigten Werte sich auf die Umsätze beziehen und nicht mit Arbeitseinkommen gleichzustellen sind.
- Eine Studie der Hans-Böckler-Stiftung zum Crowdfunding in Deutschland bietet einen Einblick in die Einkommenssituation von Crowdworkern und differenziert zwischen haupt- und nebenberuflicher Tätigkeit. Demzufolge betreibt die große Mehrheit aller 217 Befragten Crowdfunding nebenberuflich. Hier sind es auf Marktplatz-Plattformen (u.a. Textbörsen und Content-Plattformen) 72 % und auf Design-Plattformen 81 %. Hauptberuflich bestreiten somit 28 % und 19 % ihr Einkommen aus Crowdfunding. Entsprechend unterschiedlich gestalten sich die Höhe der monatlichen Einkommen: Im Nebenberuf liegt das durchschnittliche Einkommen bei 352,94 EUR, im Hauptberuf erzielen Crowdworker auf Marktplätzen im Durchschnitt 1.560,76 EUR. Auf Design-Plattformen sind es jeweils im Durchschnitt 674,77 EUR im Nebenberuf und 856,00 EUR im Hauptberuf.²⁵²

²⁵⁰ Matting, Matthias (2018). Die große Selfpublishing-Umfrage 2018: Die besten Dienstleister, die wichtigsten Shops. selfpublisherbibel.de. URL: <http://www.selfpublisherbibel.de/die-grosse-selfpublishing-umfrage-2018/?highlight=umfrage> (Abruf am 13.9.2018).

²⁵¹ Kneschke, Robert (2016). Geld verdienen mit dem Verkauf von Fotos? Umsätze und Erfahrungen von Microstock-Anfängern (2016). alltageinesfotoproduzenten.de. URL: <https://www.alltageinesfotoproduzenten.de/2016/01/11/geld-verdienen-mit-dem-verkauf-von-fotos-umsaetze-und-erfahrungen-von-microstock-anfaengern/> (Abruf am 13.9.2018).

²⁵² Leimeister et al. (2016). Crowd Worker in Deutschland. Eine empirische Studie zum Arbeitsumfeld auf externen Crowdsourcing-Plattformen.

- Im Rahmen einer Studie aus dem Jahr 2017 hat die Werbeagentur Jung von Matt in Zusammenarbeit mit Brandnew und Facelift u.a. die Verdienstmöglichkeiten von 1.200 Influencern aus USA und Europa abgefragt. Die Werte beziehen sich jeweils auf die Honorare pro getätigten Post auf Social Media-Kanälen. Etwa 20 % der Befragten geben an, mit Geschenkartikeln, statt mit Geld vergütet zu werden. Die überwiegende Mehrheit von einem Drittel aller befragten Influencer verdient weniger als 500 USD. Für rund 28 % liegt der Verdienst zwischen 500 und 1.000 USD. Lediglich acht der befragten Influencer erzielen Honorare zwischen 10.000 und 25.000 USD pro Post und drei Umfrageteilnehmer sogar Honorare über 25.000 USD.

Insgesamt deuten die vorgestellten Ergebnisse darauf hin, dass in einigen Teilmärkten für eine überwiegende Mehrheit der Kreativen eine relativ niedrige Einkommensgenerierung über digitale Kanäle möglich ist. Lediglich einige wenige Kreative sind in der Lage, hohe bis sehr hohe Einnahmen zu erzielen.

Es zeigt sich allerdings, dass die Rechercheergebnisse keinen Anspruch auf Repräsentativität erfüllen und lediglich punktuell die Einkommenssituation einzelner Kreativbereiche abdecken, was eine umfassende Würdigung der in dieser Studie behandelten Teilmärkte erschwert.

Bis auf das Beispiel Crowdfunding lässt sich auch nicht ermitteln, welchen Stellenwert digitale Plattformverwertung für einzelne Kreative hat, da eine Differenzierung zwischen haupt- und nebenberuflicher Tätigkeit nicht vorgenommen wird.

Darüber hinaus bleibt ungeklärt, in welchem Ausmaß Versicherte nach dem KSVG in diesen Zahlen repräsentiert sind. Eine klare Zuordenbarkeit der befragten Personen zu Berufsgruppen ist nicht möglich.

4.3 Zwischenbewertung

Im Rahmen einer Gesamtbewertung lassen sich auf Grundlage der KSK-Statistiken (Kapitel 4.1) sowie der sonstigen Rechercheergebnisse (Kapitel 4.2) keine repräsentativen und generalisierbaren Aussagen zu den Auswirkungen der Digitalisierung auf die Einkommenssituation der KSVG-Versicherten abgeben.

Insgesamt sind die von der KSK veröffentlichten bzw. die sonstigen verfügbaren Zahlen zu undifferenziert und diversen Einflussfaktoren unterworfen, sodass gesicherte Rückschlüsse zu den Folgen der Digitalisierung auf die Einkommen von Künstlern und Publizisten nicht abgeleitet werden können. Eine Annäherung an das mögliche Einkommensspektrum lässt den Hinweis zu, dass für die überwiegende Mehrheit der Kreativen über digitale Kanäle lediglich ein relativ niedriges Einkommensniveau zu beziehen ist. Es sind einige wenige Kreative, die auch höhere bis z.T. sehr hohe Arbeitseinkommen erreichen.

An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass für eine Untersuchung und fundierte Bewertung von Kausalzusammenhängen eine primärstatistische Erhebung unerlässlich erscheint.

5. Auswirkungen digitaler Vertriebswege auf die Abgabepflicht nach dem Künstlersozialversicherungsgesetz

5.1 Bedeutung von Selbstvermarktungsprozessen

Gegenstand der vorliegenden Untersuchung ist insbesondere auch die Frage, ob und inwieweit im Zuge der Digitalisierung im künstlerisch-publizistischen Bereich die klassische Verwertung und Fremdvermarktung durch eine Selbstvermarktung ersetzt wird.

5.1.1 Definition von Selbstvermarktung

Zunächst ist festzuhalten, dass der Begriff der Selbstvermarktung im Zusammenhang mit der Digitalisierung inflationär und uneinheitlich verwendet wird. De facto kann zumindest aus künstlersozialversicherungsrechtlicher Sicht nicht schon überall dort zwingend von Selbstvermarktung gesprochen werden, wo Kreative keinen klassischen Vermarkter (z.B. Verlag) finden oder bewusst nicht Anspruch nehmen möchten.

Der Gesetzgeber hatte bereits bei Einführung der Künstlersozialversicherung und -abgabe im Blick, dass nicht alle Künstler und Publizisten sich eines professionellen Vermarkters bedienen, sondern sich teilweise auch unmittelbar selbst vermarkten. Die Mitfinanzierung der Versicherungsbeiträge solcher Selbstvermarkter durch abgabepflichtige Verwerter erschien dem Gesetzgeber nicht gerechtfertigt. Um den Anteil der Sozialversicherungsbeiträge aufzubringen, der auf die Selbstvermarktung entfällt und ansonsten von den abgabepflichtigen Verwertern zu finanzieren wäre, wurde deshalb ein Bundeszuschuss eingeführt, welcher aktuell 20 % der Ausgaben der Künstlersozialkasse beträgt.²⁵³

Zur Begründung des Bundeszuschusses führte der Gesetzgeber wörtlich aus:

„Eine weitere Deckungsungleichheit [zwischen abgabepflichtigen Vermarktern und begünstigten Versicherten] ergibt sich daraus, daß selbständige Künstler und Publizisten in wechselndem Ausmaß ihre Werke und Leistungen nicht über professionelle Vermarkter, sondern unmittelbar an Endabnehmer (z.B. Privatkunden) erbringen. Hier mag es als unbillig angesehen werden, die Vermarkter im Extremfall zur Mitfinanzierung der sozialen Sicherung auch von solchen selbständigen Künstlern und Publizisten heranzuziehen, die überhaupt keinerlei vertragliche Beziehung zu ihnen haben, sondern ihre Leistungen allein an Endabnehmer erbringen. Um mögliche Einwände auszuräumen, ist ein Zuschuß aus Haushaltsmitteln des Bundes vorgesehen.“²⁵⁴

Der Gesetzgeber hat Selbstvermarktung also dahingehend verstanden, dass Leistungen vom Künstler allein unmittelbar an den Endabnehmer erbracht werden.

²⁵³ Vgl. § 34 Abs. 1 S. 1 KSVG.

²⁵⁴ BT-Drucks. 9/26, S. 17.

Genau in diese Richtung geht auch die Definition von Selbstvermarktung durch das Bundessozialgericht:

„Von einer Selbstvermarktung ist auszugehen, wenn die künstlerische bzw. publizistische Leistung ohne Zwischenschaltung eines Dritten vom Künstler oder Publizisten selbst an den Endabnehmer abgegeben wird.“²⁵⁵

„Sobald ein Künstler seine Werke nicht selbst vermarktet, sondern sich der vermittelnden Tätigkeit eines Unternehmers bedient, der Organisationsformen zur Verfügung stellt, die Kontakte zwischen Künstlern und Endabnehmern herstellen oder fördern und dadurch Kaufabschlüsse ermöglichen, unterliegt der in die Vermarktung eingeschaltete Unternehmer der Abgabepflicht. (...) Eine Selbstvermarktung liegt (...) nur dann vor, wenn die künstlerische Leistung ohne jedwede Zwischenschaltung eines Dritten (des Vermarkters) vom Künstler unmittelbar gegenüber dem Endabnehmer erbracht wird, nicht hingegen dann, wenn der Künstler die Organisationsstruktur eines Dritten einschaltet.“²⁵⁶

Geht man mit dem Gesetzgeber und dem Bundessozialgericht davon aus, dass eine Selbstvermarktung nur dann vorliegt, wenn der Künstler den Endabnehmer unmittelbar und ohne Nutzung der Organisationsstruktur eines Dritten erreicht, so ist in vielen digitalen Wertschöpfungsprozessen eine Selbstvermarktung eher zweifelhaft. Dies mögen folgende Beispiele illustrieren:

5.1.2 Selfpublishing

Als typisches Beispiel für digitale Selbstvermarktung wird regelmäßig das Selfpublishing in der Buchbranche angeführt. Ein echter Selbstverlag bzw. eine Selbstvermarktung im engeren Sinne verbirgt sich dahinter jedoch de facto nur selten.

Prominentes Beispiel für einen kommerziellen Erfolg durch Selbstvermarktung im Selbstverlag ist Nele Neuhaus, eine der beliebtesten deutschen Krimiautorinnen. Für ihren Debütroman „Unter Haien“ hatte Neuhaus zunächst keinen Verlag gefunden. Im Jahr 2005 ließ sie deshalb 500 Exemplare beim Print-on-Demand-Dienst der Verlagsgruppe Mosenstein & Vannerdat drucken. Sie organisierte auf eigene Faust Lesungen und nahm Kontakt zu lokalen Buchhändlern auf. Auch in der Fleischfabrik ihres Mannes wurden Exemplare ihres Buches verkauft. Nach wenigen Tagen war die erste Auflage ausverkauft.²⁵⁷ Diese Vorgehensweise von Nele Neuhaus wird man als echte Selbstvermarktung bezeichnen können. Sie unterscheidet sich jedoch deutlich von einer Vermarktung über digitale Distributoren und Selfpublishing-Plattformen wie Amazon Kindle Direct Publishing (KDP), Tolino Media oder Books on Demand. Folgende Aspekte des digitalen Selfpublishing sprechen bei näherer Betrachtung aus künstlerischsozialversicherungsrechtlicher Sicht gegen eine Selbstvermarktung:

- Die Autoren haben gerade keinen unmittelbaren Kontakt zu den Endabnehmern, d.h. den Lesern. Die Plattformen sind vielmehr darauf ausgelegt, Bücher in elektronischer Form ausschließlich über E-Book-Plattformen online zu vertreiben. Die Autoren wenden sich dabei nicht direkt an ihre (potenziellen) Leser. Im Gegenteil: Auf Amazon können beispielsweise Leser einem Autor „folgen“ und so per E-Mail über Neuigkeiten zu diesem Autor informiert werden. Dem Autor ist es aber umgekehrt nicht oder nur sehr eingeschränkt möglich, zu sehen, wer ihm „folgt“ und diese Personen individuell anzusprechen.

²⁵⁵ BSG, Urteil vom 21.07.2011, Az.: B 3 KS 5/10 R.

²⁵⁶ BSG, Urteil vom 30.09.2015, Az.: B 3 KS 1/14 R, Rn. 24 u. 26 unter Verweis auf Finke/Brachmann/Nordhausen, KSVG, 4. Auflage 2009, § 24 Rn. 129.

²⁵⁷ Vgl. <https://ilovewriting.ullstein.de/vom-self-publishing-zum-bestseller/> (Abruf am 13.9.2018).

- Die Autoren räumen den Distributoren bzw. Plattformen in deren Nutzungsbedingungen räumlich und inhaltlich unbeschränkte (teilweise exklusive) und an Dritte übertragbare Nutzungsrechte (insbesondere auch Vermarktungsrechte) ein und erhalten dafür eine Vergütung.
- Die Autoren sind in der Gestaltung des Endkundenpreises ihrer Werke eingeschränkt. In der Regel müssen sie zwischen von der Plattform vorgegebenen Preisempfehlungen wählen. Häufig sind einseitige nachträgliche Preisanpassungen durch die Plattform möglich.
- Viele Selfpublishing-Plattformen und Distributoren bieten – teilweise optional und gegen Aufpreis – klassische Verlagssdienstleistungen an, wie z.B. Lektorat, Korrekturen, Coverdesign, Entwicklung eines Marketingkonzepts, Pressearbeit, Social-Media-Präsenz, Printanzeigen, Online-Werbung etc.
- Echte Selbstvermarktung findet allenfalls in der Phase statt, in der die Selfpublisher ihr Werk hochgeladen haben, jedoch ohne Verkäufe noch „unsichtbar“ sind und zunächst einmal ausreichend Leser gewinnen müssen, damit die algorithmusgesteuerte Vermarktung durch die Plattform in Gang gesetzt wird. Um über die Sichtbarkeitsschwelle zu gelangen, gilt es insbesondere, eine persönliche Leserbindung aufzubauen und aus Lesern „Fans“ zu machen. Preismarketing für „Schnäppchenkäufer“ auf Portalen wie Lesen.net oder xtme.de sowie die Schaltung kostengünstiger Werbeanzeigen in deren Newslettern sind typische Selbstvermarktungsmaßnahmen der Autoren in dieser Anfangsphase.
- Sobald eine gewisse Anzahl an Lesern vorhanden ist und der Algorithmus der Plattformen auf den Selfpublisher „aufmerksam“ wird, setzt eine automatisierte Vermarktung durch Kaufempfehlungen, Auflistung in Bestseller-Listen etc. ein, die sich dem Einfluss des Autors völlig entzieht. Der Autor kann lediglich versuchen, den Algorithmus zu aktivieren; der Rest geschieht automatisch. Dementsprechend zog Matthias Matting, langjähriger Vorstand des Selfpublisher-Verbands und Autor der „Selfpublisherbibel“, bei einem Experteninterview im Rahmen der vorliegenden Studie folgendes Resümee: *„Die Selbstvermarktung endet beim Selfpublishing – zum Bedauern der Autoren – spätestens dann, wenn der Autor sichtbar geworden ist und nennenswerte Umsätze erzielt.“*

Digitale Selfpublishing-Plattformen und Distributoren treten nicht an die Stelle der klassischen Verlage, sondern bieten eine andere Art der Vermarktung an. Wo Verlage Lesungen und Leserreisen organisieren, führen Selfpublishing-Plattformen ausschließlich algorithmusgestützte Marketingmaßnahmen durch. Buchverlage werden dabei durch das Selfpublishing nicht obsolet. Sie sind für Autoren de facto nach wie vor die beste Möglichkeit, den stationären Buchhandel zu erreichen. Auch bieten sie über Mindestauflagen, Garantiehonorare und Vorschusszahlungen finanzielle Sicherheit. Immer wieder wechseln erfolgreiche Selfpublishing-Autoren letztlich ins klassische Verlagsmodell.²⁵⁸ Nele Neuhaus steht beispielsweise seit 2008 beim Ullstein Verlag unter Vertrag.

Das „Modell Nele Neuhaus“ als echte Selbstvermarktung mit direktem Verkauf an die Leser ist ein Auslaufmodell. Heutzutage sind Autoren auf große Plattformen angewiesen. Durch die Digitalisierung hat die Selbstvermarktung im künstlersozialversicherungsrechtlichen Sinne insofern eher ab- als zugenommen. Selbst etwas direkt an den Endabnehmer zu verkaufen, ist tendenziell schwieriger geworden.

Insgesamt lässt sich feststellen, dass Autoren zwar heutzutage für eine erfolgreiche Vermarktung ihrer Bücher sicherlich mehr Eigeneinsatz abverlangt wird als früher. Von Selbstvermarktung kann aber

²⁵⁸ Beispiele finden sich unter <https://ilovewriting.ullstein.de/vom-self-publishing-zum-bestseller/> (Abruf am 13.9.2018).

beim Selfpublishing dennoch nicht gesprochen werden. Es handelt sich vielmehr gegenüber dem Verlagsmodell lediglich um eine andere Form der Fremdvermarktung.

5.1.3 Vermarktung über Plattformen

Zwar bieten digitale Plattformen den Nutzern und damit auch selbstständigen Künstlern und Publizisten die Möglichkeit, ihre Leistungen und Werke theoretisch weltweit der Öffentlichkeit anzubieten.

Allerdings handelt es sich auch hier – wie noch im Einzelnen darzulegen sein wird²⁵⁹ – nicht um eine Vermarktung durch den Künstler bzw. Publizisten selbst. Vielmehr bedient sich dieser nach der Definition des Bundessozialgerichts der „Organisationsstruktur eines Dritten“, um Kontakte zu Endabnehmern herzustellen oder zu fördern und dadurch Kaufabschlüsse zu ermöglichen.²⁶⁰ Eine Selbstvermarktung im Sinne des KSVG liegt somit nicht vor.

5.1.4 Eigene Blogs

Der Betrieb eigener werbefinanzierter Blogs ist dagegen vom Bundessozialgericht in seinem Grundsatzurteil zum Online-Journalismus ausdrücklich als Selbstvermarktung eingeordnet worden.²⁶¹ Ausschlaggebend war für das BSG, dass die auf der eigenen Website veröffentlichten Texte den Endabnehmer direkt erreichen, ohne dass hierfür die Organisationsstruktur eines Dritten in Anspruch genommen wird. Die Refinanzierung der kostenfreien Abgabe der Texte durch den Verkauf von Werbeflächen sei dabei Teil des Selbstvermarktungskonzepts.²⁶²

In dieser Konstellation zeigt sich, dass nach der Systematik des KSVG die Versicherungspflicht nach §§ 1, 3 KSVG nicht zwingend die Abgabepflicht nach §§ 24, 25 KSVG als Pendant voraussetzt.²⁶³ Die vom Online-Journalisten aus dem Affiliate-Marketing erzielten Werbeeinnahmen zählen zu dessen beitragspflichtigem Arbeitseinkommen. Ein abgabepflichtiger Verwerter ist aber nicht vorhanden. Insbesondere können die werbenden Unternehmen für die an den Blogger geleisteten Zahlungen nicht zur Künstlersozialabgabe herangezogen werden. Denn sie zahlen das vereinbarte Entgelt für den Kauf einer Werbefläche bestimmter Größe für einen bestimmten Werbezeitraum, nicht aber für die auf der Website veröffentlichten Texte.²⁶⁴

5.1.5 Folgen für die Abgabepflicht nach dem KSVG

Im Ergebnis liegt bei den meisten digitalen Verwertungs- und Vermarktungsformen bei näherer Betrachtung keine Selbstvermarktung im Sinne des KSVG vor, da sich die Künstler und Publizisten der Organisationsstruktur eines Dritten bedienen, um die Endabnehmer zu erreichen. Dies gilt insbesondere auch für das Selfpublishing oder die Vermarktung über werbefinanzierte UGC-Plattformen wie YouTube. Bei eigenen werbefinanzierten Blogs ist zwar eine Selbstvermarktung anzunehmen. Es handelt sich dabei allerdings nicht um ein derart relevantes Phänomen, dass die Schlussfolgerung gerechtfertigt wäre, die Digitalisierung begünstige generell die Selbstvermarktung.

²⁵⁹ Siehe dazu Ziff. 5.3.5.3.

²⁶⁰ BSG, Urteil vom 30.09.2015, Az.: B 3 KS 1/14 R, Rn. 24 u. 26.

²⁶¹ Vgl. BSG, Urteil vom 21.07.2011, Az.: B 3 KS 5/10 R.

²⁶² Vgl. BSG, aaO., Rn. 29.

²⁶³ Vgl. BSG, aaO., Rn. 30.

²⁶⁴ Vgl. BSG, aaO., Rn. 25.

Die Problematik der Digitalisierung für die Abgabepflicht nach dem KSVG liegt folglich nicht darin, dass infolge zunehmender Selbstvermarktung abgabepflichtige Verwerter entfallen. Vielmehr wurden neue Formen der Fremdvermarktung geschaffen, insbesondere über digitale Plattformen. Mit Blick auf das Künstlersozialversicherungsrecht gilt es folglich, die Geschäftsmodelle dieser neuen Fremdvermarkter zu analysieren und deren Abgabepflicht nach dem KSVG zu begründen. Soweit die neuen Vermarkter ihren Sitz nicht im Inland haben, ist eine gesetzliche Erweiterung des Anwendungsbereichs des KSVG zu prüfen.²⁶⁵

²⁶⁵ Siehe dazu Ziffer 5.3.

5.2 Internationalisierung/ Plattformisierung

5.2.1 Zunahme der Internationalisierung/ Plattformisierung

Die Untersuchung hat gezeigt, dass in der Kultur- und Kreativwirtschaft durch die vielfältigen Möglichkeiten der digitalen Verwertung eine fortschreitende Internationalisierung und Plattformisierung stattfindet. Eine Vielzahl an Werken und Leistungen selbstständiger Künstler und Publizisten kann über internationale Plattformen bezogen oder genutzt werden, die größtenteils im Ausland sitzen.

Dies sei anhand folgender, nicht abschließender Übersicht beispielhaft illustriert:

Tabelle 6: Ausländische Plattformen

Plattform	Betreiber	Sitz
Amazon Prime Music	Amazon Media EU SARL	Luxemburg
Amazon Prime Video	Amazon Media EU SARL	Luxemburg
Amazon Kindle Direct Publishing	Amazon Media EU SARL	Luxemburg
App Store	Apple Distribution International	Irland
Apple Music/ iTunes	Apple Distribution International	Irland
Deezer	Deezer Limited Company	Frankreich
Facebook	Facebook Ireland Limited	Irland
Freelancer	Freelancer Limited	Australien
Fotolia	Shutterstock Netherlands B.V.	Niederlande
Google Play Store	Google LLC	Kalifornien/USA
Hulu	Hulu LLC	Kalifornien/USA
iStock	Getty Images International	Irland
Instagram	Facebook Ireland Limited	Irland
Netflix	Netflix International B.V.	Niederlande
Shutterstock	Shutterstock Netherlands, B.V.	Niederlande
Steam	Valve Corporation	Washington/USA
SoundCloud	SoundCloud, Limited	Großbritannien
Spotify	Spotify AB	Schweden
TuneCore	TuneCore Inc.	New York/USA
Vimeo	Vimeo, Inc.	New York/ USA
YouTube	YouTube LLC	Kalifornien/ USA
ZOO digital	ZOO digital Ltd.	Großbritannien
99designs	99designs Pty Ltd.	Australien

Quelle: Prognos (2018).

Betrachtet man diese Plattformen hinsichtlich ihrer Marktmacht, so fällt auf, dass es hauptsächlich die amerikanischen Plattformdienste sind, die in ihren entsprechenden Marktsegmenten eine dominierende Position einnehmen. Laut einer Analyse des World Economic Forums in Zusammenarbeit mit McKinsey aus dem Jahr 2018 sind Facebook und Google zusammen für rund 70 % des Online-Verkehrs digitaler Inhalte verantwortlich. Zwei Plattformen bestimmen damit sowohl über die redaktionellen als auch die monetären Richtlinien digitalen Contents, d.h. welche Art von Inhalten warum angezeigt werden sowie zu welchen Konditionen vergütet wird.²⁶⁶

²⁶⁶ World Economic Forum; McKinsey (2018): Creative Disruption: The Impact of emerging technologies on the creative economy.

Eine Studie von Roland Berger und der Internet Economy Foundation (2016) untersucht die Marktanteile von Plattformen in den jeweiligen Marktsegmenten. Demzufolge beherrscht Google mit 50,1 % rund die Hälfte des globalen Marktes für Online-Werbung, gefolgt von Facebook mit 15,5 %. Für den Bereich Social Media sind es ebenfalls Facebook und Google mit seiner Video-Plattform YouTube, die jeweils mit einem Marktanteil von jeweils 43,2 % und 22,7 % den Markt weitestgehend beherrschen. Das Segment für Apps und Mobile Games wird mit einem Marktanteil von 84,1 % und 14,8 % von Apple und Google dominiert. Amazon ist führend im Bereich E-Commerce mit einem Marktanteil von 89,8 %.

Auch gemessen an Parametern, wie Besucherzahlen sind die genannten Seiten dominant. Im Alexa Ranking der meistbesuchten Domains belegt Google (.de und .com) jeweils die beiden ersten Ränge in Deutschland. YouTube nimmt den dritten Platz ein, gefolgt von Amazon und Facebook.²⁶⁷

Darüber hinaus gilt YouTube als die dominierende Plattform für Multimedia-Inhalte. Allein in Deutschland betrug der Marktanteil von YouTube bei den Video-Sharing-Plattformen in Deutschland im Jahr 2016 knapp 81 %. Alle weiteren Konkurrenten befanden sich unter der Fünf-Prozent-Marke.²⁶⁸ Auch im Bereich Musikstreaming ist YouTube dominierend mit einem Marktanteil von 46 %.²⁶⁹

5.2.2 Folgen für die Abgabepflicht nach dem KSVG

Die Plattformisierung kann dazu führen, dass den Arbeitseinkommen von Versicherten (meist Lizenzzahlungen in Form einer Beteiligung an Werbeerlösen oder Einnahmen aus Affiliate-Marketing²⁷⁰) kein abgabepflichtiges Unternehmen mehr gegenübersteht.

Es ist daher nicht auszuschließen, dass es hierdurch zu Mindereinnahmen bei der Künstlersozialabgabe kommen kann, die sich auch auf die Höhe des Abgabesatzes auswirken können.

Die Höhe der Abgabe richtet sich nach dem Finanzierungsbedarf der Künstlersozialkasse und wird jährlich durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales im Einvernehmen mit dem Bundesministerium für Finanzen durch Rechtsverordnung neu festgesetzt. Der Abgabesatz ist dabei so festzusetzen, dass das Aufkommen (Umlagesoll) zusammen mit den Beitragsanteilen der Versicherten und dem Bundeszuschuss ausreicht, um den Bedarf der Künstlersozialkasse für ein Kalenderjahr zu decken.²⁷¹

Dementsprechend könnten potenzielle, aus der Digitalisierung resultierende Einnahmeausfälle grundsätzlich durch eine Erhöhung des Abgabesatzes kompensiert werden, mit der Folge, dass die verbleibenden abgabepflichtigen Unternehmen für den auf die Verwerter insgesamt entfallenden Finanzierungsbeitrag aufkommen müssten. Wie bereits dargelegt, lässt sich auf Grundlage des vorhandenen Datenmaterials nicht feststellen, wie sich die fortschreitende Digitalisierung im Einzelnen auf die Einkommenssituation der KSVG-Versicherten auswirkt.²⁷² Ebenso kann insbesondere nicht

²⁶⁷ Alexa Ranking 2018 für Deutschland: <https://www.alexa.com/topsites/countries/DE> (Abruf am 13.9.2018).

²⁶⁸ BLM (2016): MedienVielfaltsMonitor. Ergebnisse 1. Halbjahr 2016.

²⁶⁹ Global Music Report (2018): Annual State of the Industry, abrufbar unter http://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/06_Publikationen/GMR/GMR2018.pdf (Abruf am 13.9.2018).

²⁷⁰ Einnahmen aus Affiliate Marketing zählen nach der Rechtsprechung des BSG zum Arbeitseinkommen der KSVG-Versicherten (vgl. BSG, Urteil vom 21.07.2011, Az.: B 3 KS 5/10 R).

²⁷¹ Vgl. § 26 Abs. 1 i.V.m. § 14 KSVG.

²⁷² Siehe oben Kapitel 4

quantifiziert werden, ob und inwieweit die Zunahme digitaler Verwertungsformen tatsächlich zu Einnahmeausfällen bei der Erhebung der Künstlersozialabgabe führt.

Um die potenziellen Künstlersozialabgabe-Ausfälle durch Beteiligung ausländischer Plattformen konkret beziffern zu können, bräuchte man belastbare Zahlen zu den theoretisch abgabepflichtigen Entgelten der Plattformen. Es wäre also insbesondere zu eruieren,

- wie hoch die gezahlten Entgelte der Plattformen für künstlerische/ publizistische Leistungen und Werke insgesamt sind²⁷³,
- zu welchem Anteil diese Entgelte direkt an selbstständige²⁷⁴ Künstler und Publizisten gezahlt werden und nicht z.B. an Labels, Verlage etc.,
- zu welchem Anteil diese Entgelte an juristische Personen bzw. OHG und KG gezahlt werden und folglich nicht abgabepflichtig sind,
- zu welchem Anteil die gezahlten Entgelte einen hinreichenden Inlandsbezug aufweisen, also z.B. in welcher Höhe Werbeerlöse von YouTube auf Videoabrufe aus Deutschland entfallen.

Derart spezifische Zahlen stehen lediglich in Form grober Schätzungen und nur punktuell zur Verfügung. Ein Beispiel hierfür wäre die Google-eigene Plattform YouTube. Da Google keine Angaben zu einzelnen Diensten und länderspezifischen Umsatzzahlen macht, hat die Organisation der Mediaagenturen (OMG) diese Einnahmen für Deutschland geschätzt. OMG veranschlagt für Google insgesamt einen Umsatz von ungefähr 4 Mrd. EUR für das Jahr 2017. Dabei entfallen ungefähr 280 Mio. EUR an Umsatz auf YouTube.²⁷⁵ YouTube schüttet 55% der Werbeeinnahmen an diejenigen Uploader von Videos aus, die eine Monetarisierungsvereinbarung mit YouTube abgeschlossen haben. Es lässt sich aber nicht einmal näherungsweise angeben, zu welchem Anteil solche Ausschüttungen auf künstlerische Leistungen bzw. Werke im Sinne des KSVG entfallen, an Künstler im Sinne des KSVG geleistet werden etc.

Um einen Kausalzusammenhang zwischen der Digitalisierung und den Arbeitseinkommen der Versicherten bzw. den abgabepflichtigen Entgelten der Verwerter zu untersuchen und etwaige Auswirkungen auf die Künstlersozialabgabe genau zu beziffern, reichen grobe Schätzungen und punktuell vorhandenes Datenmaterial nicht aus. Hierfür wäre ggf. eine gezielte Primärdatenerhebung nötig.

Im Rahmen der auf vorhandenem Datenmaterial basierenden vorliegenden Untersuchung kann deshalb als Zwischenergebnis nur festgestellt werden, dass die fortschreitende Internationalisierung und Plattformierung zu Situationen führt, in denen in Deutschland künstlerische bzw. publizistische Leistungen verwertet werden, ohne dass ein Unternehmen zur Künstlersozialabgabe herangezogen werden kann. Um dem entgegenzuwirken, wäre der Anwendungsbereich des KSVG auf ausländische Plattformen zu erweitern.

²⁷³ Dies wirft insbesondere bei User-Generated-Content bereits die Frage auf, zu welchem Anteil es sich überhaupt um künstlerische bzw. publizistische Werke oder Leistungen im Sinne des § 25 Abs. 1 KSVG handelt. Bei YouTube ist beispielsweise das Musikvideo eines Singer-Songwriters anders zu bewerten, als das Video einer Influencerin, die sich bei ihrer Shoppingtour gefilmt hat.

²⁷⁴ Die Tätigkeit muss nicht berufsmäßig, aber doch zumindest so nachhaltig ausgeübt werden, dass sie als Wesensmerkmal der Person anzusehen ist (vgl. zuletzt BSG, Urteil vom 28.09.2017, Az.: B 3 KS 1/17 R). Die Nachhaltigkeit der Tätigkeit kann gerade bei User-Generated-Content zweifelhaft sein.

²⁷⁵ Vgl. OMG Preview 2018 – Vorabmeldung, abrufbar unter https://www.omg-mediaagenturen.de/presse/pressemitteilungen/detailansicht/news/omg-preview-2018-vorabmeldung/?tx_news_pi1%5Baction%5D=detail&tx_news_pi1%5Bcontroller%5D=News&cHash=e6aa496db7b1883a86b7d083076e2fc3&L=0 (Abruf am 13.9.2018).

5.3 Einbeziehung ausländischer Plattformen in die Abgabenerhebung

5.3.1 Problemstellung

Um die infolge der Internationalisierung und Plattformisierung für die Künstlersozialversicherung potenziell entstehenden Einnahmeausfälle zu vermeiden bzw. zu verringern, ist zu prüfen, inwieweit Plattformen ohne Sitz in Deutschland zur Künstlersozialabgabe herangezogen werden können.

Die Relevanz des Themas hat auch die aktuelle Bundesregierung erkannt. Laut Koalitionsvertrag ist „eine Erweiterung der abgabepflichtigen Verwerter um digitale Plattformen, die eine kommerzielle Verwertung künstlerischer Leistungen ermöglichen, anzustreben“²⁷⁶. In anderen Rechtsgebieten sind bereits Tendenzen erkennbar, digitale Plattformen trotz ihres Sitzes im Ausland mehr in die Verantwortung zu nehmen:

So arbeitet beispielsweise die Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung DGUV derzeit an Konzepten, wie Internetplattformen zur Abführung von Unfallversicherungsbeiträgen für die Absicherung von Crowd- und Clickworkern im Speziellen und von selbstständig Erwerbstätigen im Allgemeinen verpflichtet werden können.²⁷⁷

Im Steuerrecht hat die Europäische Kommission unlängst Vorschläge unterbreitet, wie digitale Geschäftstätigkeiten in der Europäischen Union auf faire und wachstumsfreundliche Weise besteuert werden können.²⁷⁸ Eine Reform der Körperschaftsteuer-Vorschriften der EU für digitale Tätigkeiten soll es den Mitgliedstaaten erlauben, Gewinne, die in ihrem Hoheitsgebiet erwirtschaftet werden, auch ohne physische Präsenz eines Unternehmens in ihrem Gebiet zu besteuern. Voraussetzung dafür soll lediglich eine sogenannte „signifikante digitale Präsenz“ des Unternehmens in dem Mitgliedstaat sein. Außerdem soll eine Digitalsteuer auf Erträge aus der Erbringung bestimmter digitaler Dienstleistungen („Digital Services Tax – DST“) erhoben werden.²⁷⁹ Auf nationaler Ebene hat das Bundeskabinett am 1. August 2018 einen Gesetzentwurf verabschiedet, der Plattformen wie eBay und Amazon in die Haftung nehmen soll, wenn die auf den Plattformen aktiven Händler die Umsatzsteuer nicht ordnungsgemäß abführen.²⁸⁰

Im Bereich der Filmförderung ist seit dem 1. Januar 2017 erstmals eine gesetzliche Regelung in Kraft, wonach ausländische Anbieter von Videoabrufdiensten (z.B. Netflix oder Amazon) zur Zahlung einer Filmabgabe herangezogen werden können.²⁸¹

Das zum 1. Oktober 2017 in Kraft getretene Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG) richtet sich gegen Hetze („Hate Speech“) und gefälschte Meldungen („Fake News“) in sozialen Netzwerken wie z.B. Facebook. Unter anderem müssen soziale Netzwerke demnach gewährleisten, dass offensichtlich rechtswidrige Inhalte innerhalb von 24 Stunden nach Eingang der Beschwerde entfernt oder gesperrt

²⁷⁶ Koalitionsvertrag zwischen CDU, CSU und SPD, 19. Legislaturperiode, S. 166 Rz. 7900 ff.

²⁷⁷ Vgl. DGUV Kompakt, Nachrichten der Deutschen Gesetzlichen Unfallversicherung, Februar 2018, S. 1 ff; abrufbar unter http://www.dguv.de/medien/inhalt/mediencenter/dguv-kompakt/2018/20180213_dguv_kompakt.pdf (Abruf am 13.9.2018).

²⁷⁸ Vgl. Pressemitteilung der Europäischen Kommission vom 21.03.2018, abrufbar unter https://ec.europa.eu/germany/news/20180321-digitale-wirtschaft_de (Abruf am 13.9.2018).

²⁷⁹ Vgl. Vorschlag für eine Richtlinie des Rates zum gemeinsamen System einer Digitalsteuer auf Erträge aus der Erbringung bestimmter digitaler Dienstleistungen vom 21.03.2018, COM(2018) 148 final, abrufbar unter <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2018/DE/COM-2018-148-F1-DE-MAIN-PART-1.PDF> (Abruf am 13.9.2018).

²⁸⁰ Vgl. z.B. <https://www.zeit.de/wirtschaft/2018-08/umsatzsteuerbetrug-onlinehandel-gesetzesentwurf-bundesregierung-ebay-amazon> (Abruf am 13.9.2018).

²⁸¹ Siehe dazu ausführlich Ziff. 5.3.4.2.

werden.²⁸² Das Gesetz findet auch auf ausländische Anbieter sozialer Netzwerke Anwendung. Diese haben im Inland einen Zustellungsbevollmächtigten zu benennen, an den in Bußgeld- oder Gerichtsverfahren wegen der Verbreitung rechtswidriger Inhalte Zustellungen bewirkt werden können.²⁸³

Im Datenschutzrecht ist die zum 25. Mai 2018 in Kraft getretene Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) gemäß Art. 3 Abs. 2 DSGVO unter bestimmten Voraussetzungen auch dann anwendbar, wenn die Datenverarbeitung außerhalb der Europäischen Union erfolgt bzw. die verarbeitende Stelle ihren Sitz außerhalb der Europäischen Union hat (sog. Marktortprinzip).²⁸⁴ Auch außereuropäische Internetplattformen müssen demnach grundsätzlich die Vorgaben der DSGVO beachten.

Diese Beispiele zeigen, in welche Richtung die Überlegungen des Gesetzgebers im Zeitalter der Digitalisierung gehen können.

5.3.2 Territorialitätsprinzip im KSVG

Zunächst ist zu klären, weshalb Unternehmen ohne Sitz in Deutschland nach aktueller Rechtslage nicht abgabepflichtig nach dem KSVG sind.

Hierzu gibt es keine ausdrückliche gesetzliche Regelung. Das KSVG selbst enthält keine Vorschrift zum räumlichen Geltungsbereich. Gemäß § 36a KSVG finden ergänzend zum KSVG die Vorschriften des Sozialgesetzbuches Anwendung. Der Gesetzgeber hat dies damit begründet, dass die Künstlersozialversicherung Teil der Sozialversicherung sei.²⁸⁵

Im Sozialversicherungsrecht für Selbstständige gilt das Territorialitätsprinzip des § 30 Abs. 1 SGB I in der besonderen Ausgestaltung der §§ 3 ff. SGB IV.²⁸⁶ Danach sind die Vorschriften des Sozialversicherungsrechts grundsätzlich nur dann anwendbar, wenn der Versicherte seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt im Inland hat. Zwar beziehen sich § 30 Abs. 1 SGB I sowie §§ 3 ff. SGB IV nach dem Wortlaut nur auf die Rechtsbeziehungen der Versicherten. Laut § 36a S. 1 KSVG ist das Sozialgesetzbuch aber explizit auch auf die „Rechtsbeziehungen zwischen der Künstlersozialkasse und den (...) zur Abgabe Verpflichteten“ entsprechend anzuwenden. Das Territorialitätsprinzip des § 30 Abs. 1 SGB I gilt somit auch für die Abgabepflicht von Verwertern.²⁸⁷

Unter Heranziehung des Territorialitätsprinzips hat das Bundessozialgericht eine Abgabepflicht ausländischer Unternehmen stets verneint.

In zwei Urteilen aus dem Jahr 1994 hatte das BSG primär darüber zu entscheiden, ob an Künstler und Publizisten im Ausland gezahlte Entgelte der Abgabepflicht unterliegen. In einem Nebensatz stellte das BSG dabei jedoch jeweils auch fest, dass „der vom Künstler erwerbende ausländische Vermarkter aufgrund des Territorialitätsprinzips ebenfalls der Abgabepflicht nicht unterliegt.“²⁸⁸

²⁸² § 3 Abs. 2 Nr. 2 NetzDG.

²⁸³ § 5 Abs. 1 NetzDG.

²⁸⁴ Vgl. Paal/Pauly/Ernst, DS-GVO BDSG, 2. Aufl. 2018, Art. 3 DS-GVO Rn. 13-20.

²⁸⁵ BT-Drucks. 11/2964, S. 19, zu Nr. 12 (§ 36a KSVG).

²⁸⁶ BSG, Urteil vom 20.07.1994, Az.: 3/12 RK 63/92, Rn. 18.

²⁸⁷ So ausdrücklich BSG, Urteil vom 18.09.2008, Az.: B 3 KS 4/07 R, Rn. 12.

²⁸⁸ BSG, Urteile vom 20.07.1994, Az.: 3/12 RK 54/93 u. 3/12 RK 63/92, jeweils Rn. 20.

Mit Urteil vom 18. September 2008 hat das BSG entschieden, dass allein der Sitz im Inland nicht ausreicht, um eine Abgabepflicht zu begründen. Es müsse vielmehr zumindest eine Verwertungsmöglichkeit im Inland hinzukommen, damit ein hinreichender Inlandsbezug besteht. In diesem Zusammenhang hat das BSG auch nochmals klargestellt, dass der Gesetzgeber mit der Künstlersozialabgabe nicht auf Entgelte zugreift, „die ausländische Verwerter an in- oder ausländische Künstler oder Publizisten zahlen“.²⁸⁹

In der rechtswissenschaftlichen Literatur wird zwar teilweise vertreten, eine Abgabepflicht könne auch bei Sitz des Unternehmens im Ausland – analog zu den Regelungen des Umsatzsteuerrechts – dann angenommen werden, wenn die unternehmerische Tätigkeit im Inland betrieben wird.²⁹⁰ Allerdings stammt die entsprechende Kommentierung aus der Zeit vor dem Grundsatzurteil des Bundessozialgerichts zu KSVG-Sachverhalten mit Auslandsbezug vom 18. September 2008 und steht mit diesem in weiten Teilen im Widerspruch. In der Vorinstanz hat das Sozialgericht Stuttgart dieser Auffassung eine klare Absage erteilt und dies mit der mangelnden Vergleichbarkeit zwischen Umsatzsteuerrecht und KSVG begründet.²⁹¹ Das BSG hat die Auffassung in seinem Urteil vom 18. September 2008 nicht einmal mehr erwähnt.

Entsprechend der Rechtsprechung des BSG werden Unternehmen ohne Sitz im Inland in der Prüfpraxis von den Ausführungsbehörden ausnahmslos nicht zur Künstlersozialabgabe herangezogen.

Als Zwischenergebnis und Ausgangspunkt der weiteren Untersuchung bleibt somit festzuhalten, dass die aktuelle Rechtslage eine Heranziehung ausländischer Unternehmen zur Künstlersozialabgabe nicht erlaubt und der Gesetzgeber aktiv werden müsste, um insbesondere Plattformen mit Sitz im Ausland in die Abgabepflicht einzubeziehen.

5.3.3 Abgabepflicht von Plattformen bei Anwendbarkeit des KSVG

Bevor konkrete Überlegungen zu einer etwaigen gesetzgeberischen Erweiterung des Anwendungsbereichs des KSVG auf ausländische Plattformen angestellt werden können, ist zu prüfen, ob diese bei einer (unterstellten) Anwendbarkeit des KSVG zur Abgabe herangezogen werden könnten, sich die Problematik also auf den Sitz im Ausland beschränkt.

Im Folgenden wird deshalb untersucht, ob die Abgabepflicht von Plattformen generell gerechtfertigt erscheint, auf welche Vorschrift eine Abgabepflicht dem Grunde nach gestützt werden kann, welche Bemessungsgrundlage zur Berechnung der Abgabe geeignet ist und wie die Künstlersozialkasse in der Prüfpraxis aktuell mit inländischen Plattformen umgeht.

5.3.3.1 Grundsätzliche Rechtfertigung

Die Heranziehung von Plattformen zur Künstlersozialabgabe erscheint nach der Systematik des KSVG grundsätzlich gerechtfertigt.

Nach der Gesetzesbegründung findet die Erhebung der Künstlersozialabgabe bei professionellen Vermarktern

²⁸⁹ BSG, Urteil vom 18.09.2008, Az.: B 3 KS 4/07 R, Rn. 19.

²⁹⁰ Vgl. *Finke/Brachmann/Nordhausen*, KSVG, 4. Auflage 2009, § 24 Rn. 28 ff.

²⁹¹ Vgl. SG Stuttgart, Urteil vom 23.04.2007, Az.: S 15 KR 8429/04, Rn. 63 ff.

„(...) ihre Rechtfertigung darin, daß die Werke und Leistungen der selbständigen Kulturschaffenden meist überhaupt erst durch das Zusammenwirken mit dem Vermarkter (...) dem Endabnehmer zugänglich werden. (...) Die Kulturschaffenden (einschließlich der Lehrenden) bringen dabei – wie Arbeitnehmer – ihre persönliche Arbeitsleistung ein, während die Vermarkter – wie Arbeitgeber – vorwiegend ihre technischen Apparate (...) und ihre kaufmännischen Fähigkeiten und organisatorischen Voraussetzungen (Verteilernetz) zur Verfügung stellen. Erst dadurch kommt die eigentliche Vermarktung zustande, fließt das Entgelt für die Leistung des Kulturschaffenden.“²⁹²

Genau so stellt sich das Verhältnis zwischen Plattformen und Kulturschaffenden dar. Wie vom Gesetzgeber beschrieben, stellen die Plattformen ihre technischen Apparate, ihre kaufmännischen Fähigkeiten und organisatorischen Voraussetzungen zur Verfügung und sorgen so dafür, dass die künstlerischen und publizistischen Werke und Leistungen den Endabnehmern zugänglich werden.

Dass die Plattformen dabei eine eher vermittelnde Rolle haben und die eigentliche Verwertung der künstlerischen und publizistischen Werke und Leistungen durch die Kunden bzw. Nutzer erfolgt, steht einer Abgabepflicht nicht entgegen. Denn selbst reine Vermittler und Vertreter (z.B. Künstleragenturen) müssen gemäß § 25 Abs. 3 S. 2 KSVG Künstlersozialabgabe zahlen, wenn eine Abgabepflicht des Kunden nicht nachgewiesen werden kann, obwohl sie nur das Bindeglied zwischen den Künstlern und den Verwertern sind.

Auch ist es dem Künstlersozialversicherungsrecht keineswegs fremd, dass Unternehmen zur Abgabe herangezogen werden, die lediglich die Infrastruktur für die künstlerischen und publizistischen Leistungen zur Verfügung stellen. So ist z.B. ein Gastronom gemäß § 25 Abs. 1 S. 2 KSVG abgabepflichtig, wenn ein Künstler das Honorar durch eigene Eintrittsgelder oder Herumreichen eines Hutes beim Publikum selbst erhebt (sog. „Hutgage“). Die Rechtfertigung hierfür liegt darin, dass der Veranstalter einen wirtschaftlichen Nutzen oder Vorteil aus der Darbietung des Künstlers hat, indem zum Beispiel die Attraktivität des Gastronomieangebotes erhöht wird und somit ein höherer Umsatz bei Speisen oder Getränken erzielt werden kann.²⁹³ Eine Abgabepflicht des Veranstalters wird in diesem Fall also angenommen, obwohl dieser dem Künstler letztlich nur die Infrastruktur zur Verfügung stellt.

In diese Richtung geht auch ein Urteil des Bundessozialgerichts vom 30. September 2015, wonach ein Unternehmer abgabepflichtig ist, der Räume an selbstständige Musiker zur Erteilung von Musikunterricht vermietet und zugleich eine herkömmlichen Musikschulen vergleichbare Organisationsstruktur zur Verfügung stellt.²⁹⁴ In diesem Fall hat der Vermieter Künstlersozialabgabe auf die Honorare der Lehrkräfte zu zahlen, obwohl die künstlerische Lehrtätigkeit ausschließlich von den Musiklehrern an ihre Schüler erbracht wird.

Dies alles zeigt, dass die Erhebung von Künstlersozialabgabe bei Plattformen grundsätzlich in die Konzeption des KSVG passt.

5.3.3.2 Abgabepflicht dem Grunde nach

Eine Abgabepflicht dem Grunde nach lässt sich bei Plattformen ebenfalls begründen. Die Abgabepflicht dem Grunde nach (§ 24 KSVG) bezieht sich auf die Frage, inwieweit ein Unternehmen Leistungen und Werke selbstständiger Künstler und Publizisten verwertet und deshalb zum Kreis der abgabe- und meldepflichtigen Unternehmen zählt.

²⁹² Gesetzesentwurf zum KSVG vom 27.11.1980, BT-Drucks. 9/26, S. 16 f., Hervorhebung hinzugefügt.

²⁹³ Vgl. FAQ Nr. 18 der KSK, <https://www.kuenstlersozialkasse.de/unternehmen-und-verwerter/faq-unternehmen-und-verwerter.html> (Abruf am 13.9.2018).

²⁹⁴ BSG, Urteil vom 30.09.2015, Az.: B 3 KS 1/14 R.

Bei Plattformen im Internet, die Konsumenten künstlerische und publizistische Leistungen und Werke zur Verfügung stellen, lässt sich die Abgabepflicht dem Grunde nach in aller Regel über § 24 Abs. 1 S. 1 Nr. 3 Alt. 2 KSVG begründen. Danach sind neben Theater-, Konzert- und Gastspielfirmen auch „sonstige Unternehmen“ abgabepflichtig, „deren wesentlicher Zweck darauf gerichtet ist, für die Aufführung oder Darbietung künstlerischer oder publizistischer Werke oder Leistungen zu sorgen.“

Zwar ist bei digitalen Plattformen keine unmittelbare Vergleichbarkeit mit Theater-, Konzert- und Gastspielfirmen gegeben. Eine solche ist jedoch nach der Rechtsprechung des BSG für die Annahme eines „sonstigen Unternehmens“ i.S.d. § 24 Abs. 1 S. 1 Nr. 3 Alt. 2 KSVG auch nicht erforderlich. Es sollen vielmehr alle Formen der Verwertung künstlerischer Leistungen bei öffentlichen Darbietungen oder Aufführungen erfasst werden.²⁹⁵

In der Praxis qualifiziert die KSK über diese sog. „kleine Generalklausel“²⁹⁶ regelmäßig Unternehmen als abgabepflichtig, welche zwar nach ihrem Geschäftszweck als typische Verwerter anzusehen sind, sich aber nicht eindeutig in eine der Kategorien des Katalogs in § 24 Abs. 1 S. 1 Nr. 1 bis 9 KSVG einordnen lassen. Dies betrifft insbesondere Unternehmen, die vermittelnden Geschäftsmodellen in Zusammenhang mit der Vermarktung künstlerischer oder publizistischer Leistungen oder Werke nachgehen und zwar unabhängig davon, ob die vermittelnde Tätigkeit im althergebrachten analogen oder in jüngerer Zeit dem digitalen Markt über das Internet und Social Media Plattformen erfolgt. Ausschlaggebend mit Blick auf die Abgabepflicht ist insoweit, dass die Leistungen und Werke selbstständiger Künstler oder Publizisten erst durch die Vermittlungstätigkeit dem Markt zugänglich gemacht werden und die betroffenen Unternehmen im Sinne der zitierten Vorschrift dafür sorgen, dass künstlerische oder publizistische Werke oder Leistungen dargeboten oder aufgeführt werden. Das Bundessozialgericht lässt es insoweit für die Bejahung einer Abgabepflicht ausreichen, dass eine Aufführung oder Darbietung durch Dritte erreicht werden soll.²⁹⁷

Bei Plattformen im Internet, die künstlerische Werke zum Abruf für die Öffentlichkeit bereithalten, wird man mithin die weit gefassten Voraussetzungen der „kleinen Generalklausel“ bejahen können. Im Ergebnis lässt sich eine Abgabepflicht dem Grunde nach für Internetplattformen in aller Regel – bei Sitz im Inland bereits jetzt – gemäß § 24 Abs. 1 Nr. 3 KSVG begründen.

Allerdings gebietet der Grundsatz der Tatbestandsmäßigkeit abgaberechtlicher Normen, zu denen auch § 24 KSVG zählt, dass der Abgabepflichtige die ihn treffende Belastung im Vorhinein erkennen kann.²⁹⁸ Insofern wäre es im Interesse der Rechtsklarheit und Rechtssicherheit wünschenswert, wenn der Gesetzgeber in den Katalog des § 24 Abs. 1 KSVG eine ausdrücklich auf Internetplattformen zugeschnittene Regelung aufnehmen würde, z.B. als § 24 Abs. 1 S. 1 Nr. 10 KSVG.

5.3.3.3 Bemessungsgrundlage

Bemessungsgrundlage der Künstlersozialabgabe sind gemäß § 25 Abs. 1 S. 1 KSVG die Entgelte für künstlerische oder publizistische Werke oder Leistungen, die ein abgabepflichtiges Unternehmen an selbstständige Künstler oder Publizisten zahlt. Entgelt in diesem Sinne ist gemäß § 25 Abs. 2 S. 1

²⁹⁵ BSG, Urteil vom 20.03.1997, Az.: 3 RK 17/96, Rn. 13.

²⁹⁶ BSG, Urteil vom 20.03.1997, aaO.; BSG, Urteil vom 21.06.2012, Az.: B 3 KS 2/11, Rn. 35.

²⁹⁷ BSG, Urteil vom 20.04.1994 3/12 RK 31/92, Rn. 22.

²⁹⁸ BSG, Urteil vom 20.03.1997, Az.: 3 RK 17/96, Rn. 14; BSG, Urteil vom 20.04.1994 3/12 RK 31/92, Rn. 17.

KSVG alles, was der zur Abgabe Verpflichtete aufwendet, um das Werk oder die Leistung zu erhalten oder zu nutzen.

Bei Verkaufsplattformen, welche Inhalte direkt von Künstlern bzw. Publizisten lizenzieren, lässt sich die Bemessungsgrundlage unproblematisch ermitteln. Hier ist auf die an die Kreativen für die Einräumung der Nutzungsrechte gezahlten Entgelte die Künstlersozialabgabe zu erheben. Problematisch ist die Ermittlung einer Bemessungsgrundlage dagegen im Falle von Plattformen, auf der jedermann jedwede Art von Inhalten platzieren kann (sog. User-Generated-Content-Plattformen).

Ob es um die Haftung für Urheberrechtsverletzungen oder die Frage einer angemessenen Vergütung von Urhebern geht: UGC-Plattformen, allen voran YouTube, argumentieren stets, dass sie lediglich eine technische Infrastruktur zur Verfügung stellen, die Inhalte aber nicht selbst nutzen und somit hierfür weder haften, noch ein Nutzungsentgelt schulden. Selbst wenn Plattformen Geld an Künstler ausschütten (z.B. YouTube durch prozentuale Beteiligung an Werbeerlösen), sehen sie darin keine Zahlung für dessen Werke oder Leistungen. Bei näherer juristischer Betrachtung geht diese Argumentation jedoch fehl, weil sie nicht differenziert genug ist. Wie noch im Einzelnen darzulegen sein wird²⁹⁹, handelt es sich auch bei den von UGC-Plattformen geleisteten Ausschüttungen im Ergebnis um Entgelte für künstlerische Werke oder Leistungen.

Eine konkrete Grundlage für die Bemessung der Künstlersozialabgabe nach § 25 KSVG ist demnach bei Plattformen und insbesondere auch bei UGC-Plattformen grundsätzlich gegeben.

5.3.3.4 Abgabbeerhebung bei inländischen Plattformen

Nach Auskunft der Künstlersozialkasse finden sich bereits zum jetzigen Zeitpunkt zahlreiche Plattformen mit Sitz im Inland im Bestand der abgabepflichtigen Unternehmen. Dies gilt insbesondere für

- Textplattformen zur Vermittlung bzw. zum Verkauf publizistischer Leistungen oder Werke,
- Plattformen für grafische und künstlerische Tätigkeiten im Bereich Werbung und Design,
- Plattformen im Bereich Streaming und Download von Filmen,
- Crowd- und Clickworking-Plattformen.

Keine Erfahrungswerte hat die Künstlersozialkasse dagegen im Bereich von UGC-Plattformen. Dies ist schlichtweg darauf zurückzuführen, dass vom Geschäftsmodell her mit Plattformen wie YouTube vergleichbare Unternehmen mit Sitz im Inland – soweit ersichtlich – nicht existieren.

Dass keine einzige UGC-Plattform bei der Künstlersozialkasse als abgabepflichtiges Unternehmen erfasst ist, zeigt einmal mehr, dass in diesem Feld aufgrund der Auslandsproblematik potenzielle Einnahmefälle denkbar sind.

Insgesamt wird deutlich, dass eine Abgabepflicht von Plattformen bei Anwendbarkeit des KSVG durchaus möglich und gerechtfertigt erscheint und dementsprechend inländische Plattformen von den Ausführungsbehörden bereits geprüft und zur Künstlersozialabgabe herangezogen werden. Zu klären bleibt, wie der Anwendungsbereich des KSVG sinnvoll auf ausländische Plattformen erweitert werden kann.

²⁹⁹ Siehe unten Ziff. 5.3.6.

5.3.4 Lösungsansätze in anderen Rechtsgebieten

5.3.4.1 Sozialversicherung bei abhängiger Beschäftigung: Recht des Beschäftigungsstaats

Art. 21 Abs. 1 der Verordnung (EG) Nr. 987/2009³⁰⁰ sieht vor, dass ein Arbeitgeber den sozialversicherungsrechtlichen Pflichten des Beschäftigungsstaats nachkommen muss, auch wenn er seinen Sitz außerhalb dieses Staates hat. Gegenüber seinen in Deutschland beschäftigten Arbeitnehmern treffen einen ausländischen Arbeitgeber demnach die gleichen Pflichten, wie einen deutschen Arbeitgeber. Da Arbeitgeber und Arbeitnehmer in einer ähnlichen Verantwortungsbeziehung zueinander stehen, wie sie bei Vermarktern und selbstständigen Künstlern und Publizisten als Rechtfertigung der Künstlersozialabgabe angenommen wird, wäre es grundsätzlich denkbar, für eine Anwendbarkeit des KSVG nicht an den Sitz des Verwerfers, sondern den Tätigkeitsort des Künstlers bzw. Publizisten anzuknüpfen.

Allerdings ist die Künstlersozialabgabe mit Arbeitgeberbeiträgen zur Sozialversicherung nicht ohne weiteres vergleichbar.³⁰¹ Es handelt sich um eine fremdnützige Abgabe. Sie dient nicht dem Schutz desjenigen Künstlers, auf dessen künstlerische Leistung sie erhoben wird, sondern kommt vielmehr der Gesamtheit der versicherten Künstler zugute. Gemäß § 25 Abs. 1 Halbsatz 2 KSVG kommt es ausdrücklich nicht darauf an, ob der Künstler nach dem KSVG versicherungspflichtig ist. Es fehlt also bei der Künstlersozialabgabe der durch das Beschäftigungsverhältnis begründete konkrete personale Bezug.³⁰²

Dementsprechend ist es ein Grundprinzip des Künstlersozialversicherungsrechts, dass die Abgabe auch für Künstler und Publizisten erhoben wird, die ihre Leistungen im Ausland erbringen.³⁰³

Die Anknüpfung an den Tätigkeitsort des Künstlers/ Publizisten im Inland stünde folglich im Widerspruch mit der Systematik des KSVG. Es ist stattdessen nach einer Lösung zu suchen, die sich in die bestehende Systematik und Rechtfertigung des KSVG bestmöglich einfügt.

5.3.4.2 Filmförderung: Filmabgabe für ausländische Videoabrufdienste

Im Bereich der Filmförderung existiert mit § 153 Abs. 2 FFG eine gesetzliche Regelung, wonach Unternehmen ohne Sitz oder Niederlassung in Deutschland unter bestimmten Voraussetzungen zu einer Filmabgabe im Inland herangezogen werden können.

Die Förderung von Kino- und Fernsehfilmen durch die Filmförderungsanstalt (FFA) bildet eine der zentralen Filmförderungen in Deutschland. Sie wird maßgeblich durch die Erhebung einer sogenannten Filmabgabe finanziert. Gesetzliche Grundlage der Filmabgabe und der Förderung durch die FFA ist das Filmförderungsgesetz (FFG), welches zuletzt mit Wirkung zum 1. Januar 2017 novelliert wurde.

Zur Filmabgabe herangezogen werden alle Beteiligten der Filmbranche, d.h. Kinos, Videoprogrammanbieter, Anbieter von Videoabrufdiensten, öffentlich-rechtliche und private Fernsehveranstalter,

³⁰⁰ Verordnung (EG) Nr. 987/2009 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16.09.2009 zur Festlegung der Modalitäten für die Durchführung der Verordnung (EG) Nr. 883/2004 über die Koordinierung der Systeme der sozialen Sicherheit, Amtsblatt L 284 vom 30.10.2009, S. 1 ff.

³⁰¹ Vgl. EuGH, Urteil vom 08.03.2001, Rs.: C-68/99, Rn. 34.

³⁰² Vgl. BSG, Urteil vom 25.10.1995, Az.: 3 RK 11/94, Rn. 10; EuGH, Urteil vom 08.03.2001, Rs.: C-68/99, Rn. 34.

³⁰³ Vgl. z.B. BSG, Urteil vom 18.09.2008, Az.: B 3 KS 4/07 R; BSG, Urteil vom 20.07.1994, Az.: 3/12 RK 63/92.

Pay-TV-Anbieter sowie Programmvermarkter. Die Filmabgabe wird von der FFA durch Bescheid erhoben und ist in der Regel monatlich zu zahlen. Die Höhe der Abgabe ist umsatzabhängig ausgestaltet. Für Anbieter von Videoabrufdiensten beträgt die Filmabgabe beispielsweise aktuell 1,8 % bei einem Jahresumsatz von bis zu 20 Mio. EUR und 2,5 % bei einem Jahresumsatz von über 20 Mio. EUR. Die Verfassungsmäßigkeit der Filmabgabe wurde vom Bundesverfassungsgericht mit Urteil vom 28. Januar 2014 bestätigt.³⁰⁴

Mit § 66a Abs. 2 FFG a.F. hatte der Gesetzgeber bereits im Jahr 2013 erstmals eine Regelung geschaffen, wonach ausländische Anbieter von Videoabrufdiensten zur Filmabgabe herangezogen werden können.³⁰⁵ Im Zuge des Notifizierungsverfahrens hatte die EU-Kommission jedoch Zweifel an der Vereinbarkeit der angemeldeten Gesetzesänderung mit dem europäischen Binnenmarkt geäußert. Um das Inkrafttreten des FFG 2013 a.F. nicht zu gefährden, hatte der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM) daraufhin am 11. November 2013 einen sog. Nichtanwendungserlass bezüglich § 66a Abs. 2 S. 2 FFG a.F. erlassen. Aufgrund dieses Nichtanwendungserlasses waren ausländische Anbieter von Videoabrufdiensten bis Ende 2016 nicht zur Filmabgabe herangezogen worden. Mit Beschluss vom 1. September 2016 hat die EU-Kommission schließlich entschieden, dass § 66a Abs. 2 FFG a.F. europarechtskonform ist.³⁰⁶

Heranziehung ausländischer VoD-Anbieter seit 1. Januar 2017

Zum 1. Januar 2017 ist § 153 FFG mit folgendem Wortlaut in Kraft getreten:

„§ 153 Filmabgabe der Anbieter von Videoabrufdiensten

(1) Inhaber von Lizenzrechten mit Sitz oder Niederlassung im Inland, die zu gewerblichen Zwecken hergestellte Kinofilme mittels entgeltlicher oder werbefinanzierter Videoabrufdienste verwerten, haben vom in Deutschland erzielten Nettoumsatz mit der Verwertung von Kinofilmen eine Filmabgabe zu entrichten, wenn dieser 500 000 Euro im Jahr übersteigt.

(2) Für Inhaber von Lizenzrechten ohne Sitz oder Niederlassung im Inland gilt Absatz 1 entsprechend für Angebote von deutschsprachigen Videoabrufdiensten in Bezug auf in Deutschland erzielte Umsätze. Die Abgabepflicht nach Satz 1 besteht nicht, wenn die entsprechenden Umsätze am Ort des Unternehmenssitzes zu einem vergleichbaren finanziellen Beitrag zur Förderung von Kinofilmen durch eine Filmförderungseinrichtung herangezogen werden.“

Gemäß § 153 Abs. 2 FFG haben Anbieter deutschsprachiger Videoabrufdienste in Bezug auf in Deutschland erzielte Umsätze eine Filmabgabe zu entrichten, soweit sie nicht in ihrem Heimatstaat zu einem vergleichbaren Filmförderungsbeitrag herangezogen werden. Diese Regelung betrifft VoD-Anbieter wie Netflix, Amazon oder Apple.

Die Filmförderungsanstalt hat aktuell damit begonnen, ausländische Anbieter von Videoabrufdiensten zur Mitteilung ihrer in Deutschland erzielten Umsätze aufzufordern. Teilweise sind bereits Rückmeldungen eingegangen. Soweit keine Auskünfte zu den Jahresumsätzen in Deutschland erteilt werden, nimmt die FFA Schätzungen vor. Abgabebescheide der FFA gegen ausländische VoD-Anbieter waren zum Zeitpunkt der Berichtslegung noch nicht ergangen.

³⁰⁴ BVerfG, Urteil vom 28.01.2014, Az.: 2 BvR 1561/12, BVerfGE 135, 155.

³⁰⁵ Siebtes Gesetz zur Änderung des Filmförderungsgesetzes vom 07.08.2013, BGBl. I S. 3082 (Nr. 47).

³⁰⁶ Beschluss der EU-Kommission vom 01.09.2016, C(2016) 5551.

Netflix und Apple haben gegen die Filmabgabe jeweils Verfahren beim Europäischen Gericht (EuG) angestrengt.³⁰⁷ Mit Urteil vom 16. Mai 2018 hat das EuG die Klage von Netflix als unzulässig abgewiesen.³⁰⁸ Eine Entscheidung in Sachen Apple steht derzeit noch aus. In jedem Fall bleibt den betroffenen Unternehmen noch die Möglichkeit, gegen von der FFA erlassende Abgabebescheide den deutschen Rechtsweg zu beschreiten. Der Ausgang solcher zu erwartender Gerichtsverfahren sowie die weiteren Praxiserfahrungen der FFA mit dem Erlass von Abgabebescheiden und ggf. deren Vollstreckung im Ausland bleiben abzuwarten.

Vergleichbarkeit mit der Künstlersozialabgabe

Zwischen der Filmabgabe nach dem FFG und der Künstlersozialabgabe nach dem KSVG gibt es interessante Parallelen:

Die Abgabenerhebung dient jeweils der Finanzierung einer öffentlichen Aufgabe und verfolgt kulturpolitische Zwecke: Während die Filmabgabe der Filmförderung dient, bezweckt die Künstlersozialabgabe die soziale Absicherung von Kulturschaffenden.

Die Abgabe wird jeweils durch einen Bescheid auf Grundlage eines bestimmten prozentualen Abgabesatzes erhoben, wobei jedoch – und dies ist ein entscheidender Unterschied – die Filmabgabe auf Grundlage des Jahresumsatzes berechnet wird, während die Künstlersozialabgabe an die Summe der in einem Kalenderjahr an selbstständige Künstler oder Publizisten gezahlten Entgelte als Bemessungsgrundlage anknüpft.

Insbesondere aber liegt der Abgabenerhebung in beiden Fällen ein gewisser Solidaritätsgedanke zugrunde, wonach die Gruppe der Vermarkter zur Finanzierung der Künstlersozialversicherung bzw. Filmförderung herangezogen wird. Im Gesetzentwurf zum KSVG heißt es wörtlich:

„Daher wird solidarisch die Gruppe der Vermarkter als Gesamtheit zur Finanzierung der Beiträge der Gesamtheit der Kulturschaffenden im Wege der Umlage herangezogen, und zwar in dem Umfang, in dem sie Leistungen und Werke der Kulturschaffenden in Anspruch nimmt, d. h. Entgelte dafür zahlt.“³⁰⁹

Die Verfassungsmäßigkeit der Filmabgabe wird vom Bundesverfassungsgericht wie folgt begründet:

„Die mit der Abgabe belasteten Untergruppen (...) bilden als Inlandsvermarkter von Kinofilmen und insbesondere auch deutschen Kinofilmen gemeinsam eine homogene, durch spezifische Nähe zu diesem Sachzweck der Abgabe und eine daraus resultierende spezifische Finanzierungsverantwortung verbundene Gruppe.“³¹⁰

Anknüpfungspunkt und Rechtfertigung für die Abgabenerhebung ist also eine solidarische Gesamtverantwortlichkeit der Vermarkter.

Insgesamt zeigt sich aufgrund der Vergleichbarkeit beider Formen der Abgabe, dass eine Heranziehung ausländischer Plattformen auch im Bereich der Künstlersozialabgabe nicht fernliegend ist. Dabei soll ausdrücklich keine von der Systematik des KSVG abweichende rein umsatzbezogene Erhe-

³⁰⁷ Netflix International und Netflix ./ . Kommission, Rechtssache T-818/16 u. Apple Distribution International ./ . Kommission, Rechtssache T-101/17.

³⁰⁸ Vgl. EuG, Urteil vom 16.05.2018, Az.: T-818/16; abrufbar unter <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=202021&pageIndex=0&doclang=EN&mode=req&dir=&occ=first&part=1> (Abruf am 13.9.2018).

³⁰⁹ Gesetzentwurf zum KSVG vom 27.11.1980, BT-Drucks. 9/26, S. 17, Hervorhebung hinzugefügt.

³¹⁰ BVerfG, Urteil vom 28.01.2014, Az.: 2 BvR 1561/12, BVerfGE 135, 155, Rz. 131, Hervorhebung hinzugefügt.

bung der Künstlersozialabgabe empfohlen werden. Die bloße Anknüpfung an den Umsatz dürfte verfassungsrechtlich bedenklich sein, da das Bundesverfassungsgericht die Verfassungsmäßigkeit der Künstlersozialabgabe mit der besonderen symbiotischen Beziehung zwischen Zahlungsverpflichteten und Versicherten gerechtfertigt hat.³¹¹ Die Vermarkter werden nur in dem Umfang zur Finanzierung der Künstlersozialversicherung herangezogen, wie sie Leistungen und Werke von Kulturschaffenden in Anspruch nehmen, d.h. Entgelte dafür zahlen. Diese in § 25 KSVG vorgesehene Anknüpfung an die Entgelte der selbstständigen Künstler und Publizisten und die damit einhergehende Sachnähe zu den Leistungen und Werken der Kulturschaffenden sollte nicht unnötig aufgelöst werden.

Im Ergebnis soll die Filmabgabe also nicht als „Blaupause“ für eine etwaige Anpassung des KSVG dienen. Das Beispiel soll vielmehr lediglich illustrieren, dass eine Heranziehung von Plattformen ohne Sitz oder Niederlassung im Inland in anderen Bereichen vom Gesetzgeber bereits umgesetzt wurde und insofern entsprechende Überlegungen auch im Künstlersozialversicherungsrecht legitim sind.

5.3.4.3 Urheberrecht: Anknüpfung an Nutzungshandlungen im Inland

Im Urheberrecht ist es nicht möglich, dass sich Unternehmen, die nach dem Urheberrechtsgesetz (UrhG) schutzfähige Werke und Leistungen nutzen, allein aufgrund eines fehlenden Sitzes im Inland einer Verantwortlichkeit nach dem deutschen UrhG entziehen. Bei sämtlichen urheberrechtlichen Fragestellungen mit Auslandsbezug kommt – vorbehaltlich einer Rechtswahl – das Recht desjenigen Landes zur Anwendung, für dessen Gebiet der Schutz beansprucht wird (sog. „lex loci protectionis“).³¹²

Für außervertragliche Schuldverhältnisse wurde dieses Schutzlandprinzip in Art. 8 Abs. 1 Rom II-Verordnung³¹³ ausdrücklich normiert. Für vertragliche Schuldverhältnisse kommt das Schutzlandprinzip im nationalen Urheberrecht in § 32b UrhG zum Ausdruck, wonach die §§ 32, 32a UrhG zur angemessenen Vergütung des Urhebers unter anderem auch dann zwingend zur Anwendung gelangen, wenn *„Gegenstand des Vertrages maßgebliche Nutzungshandlungen im räumlichen Geltungsbereich dieses Gesetzes sind“*.³¹⁴

Eine angemessene Vergütung schuldet der Vertragspartner dem Urheber also auch dann, wenn er seinen Sitz im Ausland hat, die Anwendbarkeit ausländischen Rechts vereinbart wurde, die Nutzung des Werkes bzw. der Leistung aber (auch) in Deutschland erfolgt. Durch Rechtswahl kann sich der Vertragspartner dieser Verpflichtung nicht entziehen.

Die Anknüpfung an relevante Nutzungs- oder Vermarktungshandlungen im Inland könnte ein Ansatzpunkt für die Heranziehung ausländischer Plattformen zur Künstlersozialabgabe sein.

Das Beispiel der Verantwortlichkeit ausländischer Unternehmen nach dem deutschen Urheberrechtsgesetz wurde nicht willkürlich gewählt. Es drängt sich vielmehr wegen der engen Sachnähe zum Künstlersozialversicherungsrecht auf.

³¹¹ Vgl. BVerfG, Beschluss vom 08.04.1987, Az.: 2 BvR 909/82, BVerfGE 75, 108, Rz. 198.

³¹² Vgl. z.B. BGH, Urteil vom 15.02.2007, Az.: I ZR 114/04, GRUR 2007, 871; MüKoBGB-Drexler, 7. Aufl. 2018, Internationales Immaterialgüterrecht, Rn. 199.

³¹³ Verordnung (EG) Nr. 864/2007 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11.07.2007 über das auf außervertragliche Schuldverhältnisse anzuwendende Recht.

³¹⁴ § 32b Nr. 2 UrhG.

Beide Gesetze haben das gleiche Schutzsubjekt. Die Künstler und Publizisten im Sinne des § 2 KSVG sind im Wesentlichen schöpferisch tätige Urheber im Sinne von § 7 UrhG bzw. ausübende Künstler im Sinne § 73 UrhG.³¹⁵ Die Klassifizierung als Urheber und Künstler ist weder im Künstlersozialversicherungs-, noch im Urheberrecht dispositiv.³¹⁶

Anknüpfungspunkte beider Gesetze ist das Werk bzw. die Leistung von Urhebern bzw. ausübenden Künstlern. Bemessungsgrundlage für die Erhebung von Künstlersozialabgabe sind gemäß § 25 Abs. 1 KSVG die Entgelte für künstlerische oder publizistische Werke oder Leistungen. § 25 Abs. 2 S. 1 KSVG definiert das abgabepflichtige Entgelt näher als „alles, was der zur Abgabe Verpflichtete aufwendet, um das Werk oder die Leistung zu erhalten oder zu nutzen.“ Dass damit in erster Linie Entgelte für urheberrechtliche Nutzungsrechte gemeint sind, liegt in der Natur der Sache und wird außerdem schon aus dem Umkehrschluss zu § 25 Abs. 2 S. 2 Nr. 1 KSVG deutlich, der lediglich diejenigen Entgelte für urheberrechtliche Nutzungsrechte aus der Abgabepflicht ausnimmt, die an Verwertungsgesellschaften (GEMA, VG Wort etc.) gezahlt werden.

Beiden Gesetzen liegt außerdem der Grundgedanke zugrunde, dass es gerechtfertigt ist, die Vermittler/ Vermarkter der künstlerischen Werke und Leistungen zur Verantwortung heranzuziehen. Im Gesetzentwurf zum KSVG kommt dies wie folgt zum Ausdruck:

„Die Künstlersozialabgabe wird von der Gesamtheit aller Entgelte (...) berechnet, die der professionelle Vermarkter an Künstler oder Publizisten für Werke oder Leistungen zahlt, die sie in selbständiger Tätigkeit erbracht haben. Diese Regelung findet ihre Rechtfertigung darin, daß die Werke und Leistungen der selbständigen Kulturschaffenden meist überhaupt erst durch das Zusammenwirken mit dem Vermarkter (...) dem Endabnehmer zugänglich werden. (...) Diese enge Verbindung, die typisch ist für die Kulturbereufe und sie von allen anderen freien Berufen unterscheidet, die in der Regel in nur fallweisen Vertragsverhältnissen ihre Leistungen und Produkte unmittelbar an ihre Endabnehmer (Kunden) veräußern, ist die innere Begründung, die Vermarkter an der Finanzierung der Sozialversicherungsbeiträge der Kulturschaffenden – ähnlich, wie Arbeitgeber – zu beteiligen.“³¹⁷

Das deutsche Urheberrechtsgesetz folgt dem gleichen Grundprinzip: Wenngleich die schutzfähigen Werke und Leistungen letztlich in der Regel einem Endabnehmer zufließen, wird es als gerechtfertigt angesehen, den Schutz und die angemessene Vergütung des Urhebers bzw. ausübenden Künstlers durch unmittelbare Ansprüche gegen die Vermarkter/ Vermittler zu realisieren. Schließlich wird zu meist überhaupt erst durch deren Vermarktungstätigkeit die Leistung bzw. das Werk dem Endabnehmer zugänglich gemacht.

Dementsprechend ist die Vergütung des Urhebers bzw. ausübenden Künstlers im Urheberrechtsgesetz als „Stufensystem zur mittelbaren Erfassung des Endverbrauchers“ ausgestaltet, wonach die Urhebervergütung für einen privaten Werkgenuss grundsätzlich durch einen unmittelbaren Anspruch

³¹⁵ Die Begriffe sind jedoch nicht deckungsgleich. So muss beispielsweise das Werk eines Urhebers eine gewisse Gestaltungshöhe aufweisen (vgl. *Wandtke/Bullinger*, Praxiskommentar zum Urheberrecht, 4. Auflage 2014, § 2 Rn. 23), während eine Künstlereigenschaft im Sinne des KSVG gerade keine bestimmte Gestaltungshöhe voraussetzt (vgl. zuletzt BSG, Urteil vom 28.09.2017, Az.: B 3 KS 1/17 R, Rn. 22). Urheber kann auch sein, wer nur einmalig ein schutzfähiges Werk schafft. Die Künstler- bzw. Publizisteneigenschaft im Sinne des KSVG setzt dagegen voraus, dass die Tätigkeit so nachhaltig ausgeübt wird, dass sie als Wesensmerkmal der Person angesehen werden kann (vgl. z.B. BSG, Urteil vom 24.01.2008, Az.: B 3 KS 1/07 R, Rn. 12).

³¹⁶ Anders verhält es sich im anglo-amerikanischen Copyrightsystem. Dort ist eine vertragliche Disposition des „Schutzsubjekts“ zulässig und gängige Praxis.

³¹⁷ Gesetzentwurf zum KSVG vom 27.11.1980, BT-Drucks. 9/26, S. 16f., Hervorhebung hinzugefügt.

des Urhebers gegen den Werkvermittler gewährleistet wird, dieser aber seinerseits die gezahlte Vergütung auf die Verbraucher umlegen kann.³¹⁸ Die Verantwortlichkeit der Vermarkter geht im UrhG sogar so weit, dass der Urheber selbst gegen die Hersteller von Geräten und Speichermedien, welche die Nutzung seiner Werke und Leistungen ermöglichen, einen Anspruch auf angemessene Vergütung hat.³¹⁹ Allein die Tatsache, dass z.B. ein Kopiergerät Vervielfältigungshandlungen erlaubt, rechtfertigt also eine Beteiligung des Kopiergeräteherstellers an der angemessenen Vergütung des Urhebers, obwohl er zu diesem in keinerlei Vertragsbeziehung steht.

Das Künstlersozialversicherungsrecht und das deutsche Urheberrechtsgesetz weisen also zahlreiche Parallelen auf. Nicht umsonst greift das Bundessozialgericht regelmäßig zur Definition unbestimmter Rechtsbegriffe im KSVG auf Vorschriften des UrhG und die dazu ergangene Rechtsprechung zurück.³²⁰ Vor diesem Hintergrund erscheint de lege feranda – entsprechend dem Grundgedanken des UrhG – die Anknüpfung an Nutzungs- bzw. Vermarktungshandlungen im Inland anstatt an den Unternehmenssitz für die Heranziehung ausländischer Plattformen zur Künstlersozialabgabe sachgerecht und nach Sinn und Zweck des KSVG gerechtfertigt.

5.3.5 Lösungsansatz: Anknüpfung an die öffentliche Zugänglichmachung im Inland

Eine gesetzliche Neuregelung könnte konkret so aussehen, dass für die Abgabepflicht der Plattformen auf die öffentliche Wiedergabe in Form der öffentlichen Zugänglichmachung³²¹ künstlerischer/publizistischer Werke und Leistungen im Inland abgestellt wird.

Gemäß § 19a UrhG ist das Recht der öffentlichen Zugänglichmachung *„das Recht, das Werk drahtgebunden oder drahtlos der Öffentlichkeit in einer Weise zugänglich zu machen, dass es Mitgliedern der Öffentlichkeit von Orten und zu Zeiten ihrer Wahl zugänglich ist.“*

Dieses Recht wird von den Plattformen benötigt, damit die Konsumenten online auf die Werke zugreifen können. Der Unterschied zum Beispiel zum Senderecht besteht darin, dass im Falle einer Sendung der Sender die Zeit des Konsums festlegt, während im Falle der öffentlichen Zugänglichmachung der Konsument und nicht der Plattformbetreiber den Zeitpunkt des Konsums bestimmt.

Zwar argumentieren UGC-Plattformen wie YouTube, wenn es um die Haftung für urheberrechtlich geschützte Inhalte oder eine angemessene Vergütung der Urheber geht, sie würden keine öffentliche Zugänglichmachung der Werke im urheberrechtlichen Sinne vornehmen, sondern lediglich eine technische Infrastruktur zur Verfügung stellen.

Die öffentliche Zugänglichmachung lässt sich aber auch bei UGC-Plattformen nachvollziehbar begründen. Hierzu muss in einem ersten Schritt sauber zwischen den verschiedenen Arten von digitalen Plattformen differenziert werden:

³¹⁸ Vgl. BVerfG, Urteil vom 19.09.1996, GRUR 1997, 123 – Kopierladen I; BGH, Urteil vom 04.07.1996, NJW 1997, 320 – Klimbim; BVerfG, Urteil vom 07.07.1971, GRUR 1972, 488 – Tonbandervielfältigung.

³¹⁹ Vgl. §§ 54 ff. UrhG.

³²⁰ Vgl. z.B. BSG, Urteil vom 23.03.2006, Az.: B 3 KR 9/05 R; BSG, Urteil vom 30.01.2001, Az.: B 3 KR 7/00 R.

³²¹ Sowohl im nationalen Urheberrecht (§ 15 Abs. 2 Nr. 2 UrhG) als auch in der zugrunde liegenden Richtlinie 2001/29/EG (Art. 3) wird zwischen der öffentlichen Wiedergabe und der öffentlichen Zugänglichmachung unterschieden. Die „öffentliche Wiedergabe“ ist der übergeordnete Begriff, der jedwede unkörperliche Verwertung eines Werkes oder einer Leistung erfasst, wie zum Beispiel die (Rundfunk-)Sendung, die (Konzert-)Aufführung und auch die öffentliche Zugänglichmachung. Da die öffentliche Wiedergabe bei Plattformen in Form der öffentlichen Zugänglichmachung erfolgt, wird im Folgenden ausschließlich der Begriff der öffentlichen Zugänglichmachung verwendet.

5.3.5.1 Verkaufs- und Abonnementplattformen³²²

Im Falle von Verkaufs- und Abonnementplattformen (im Folgenden kurz Verkaufsplattformen) gibt es keinen Zweifel, dass deren Betreiber für die urheberrechtlich geschützten Inhalte, die sie den Konsumenten öffentlich anbieten,

- verantwortlich sind,
- eine Lizenzgebühr zu entrichten haben und dass
- diese Lizenzgebühr ein Anteil der Einnahmen des Betreibers der Plattform ist und
- ein Entgelt für künstlerisches Schaffen bzw. eine künstlerische Leistung darstellt.

Plattformen wie iTunes oder Spotify sind für die von ihnen angebotenen Inhalte verantwortlich und schulden dem Lizenzgeber eine angemessene Vergütung. Als Verkaufsplattformen speichern und übermitteln sie an den Konsumenten zu einem von diesem gewünschten Zeitpunkt urheberrechtlich geschützte Inhalte. Darin liegt die öffentliche Zugänglichmachung.

Die öffentliche Zugänglichmachung erfolgt regelmäßig gegen Entgelt oder auf werbefinanzierter Basis. Die Vermarktung findet in dieser Fallgruppe im eigenen Namen und auf eigene Rechnung statt. Die Erlöse, welche diese Plattformen durch das Vorhalten und Übermitteln der Inhalte entweder im Wege des Verkaufs an den Konsumenten oder durch den Verkauf von Werbeplätzen an die Industrie erzielen, bilden dabei unmittelbar die Grundlage für die Vergütung der Lizenzgeber. Die unmittelbare Abhängigkeit der Vergütung der Lizenzgeber von den Einnahmen der Plattformbetreiber ergibt sich daraus, dass der Betreiber der Plattform die Lizenzgeber üblicherweise an seinen Einnahmen beteiligt. Die Lizenzgeber erhalten entweder einen Anteil des Abonnementpreises, den der Endkunde/Konsument zahlt oder aber einen Anteil der Werbeerlöse, die die Industrie bezahlt. Noch deutlicher wird die unmittelbare Abhängigkeit in den Fällen, in denen die Plattformen trotz erfolgter Nutzung der Inhalte deshalb keinerlei Vergütung an die Lizenzgeber bezahlt, weil Werbeplätze nicht oder jedenfalls nicht im Umfeld der entsprechenden Inhalte verkauft werden konnten.

5.3.5.2 Reine Infrastrukturdienstleister

Die Verkaufs- und Abonnementplattformen sind abzugrenzen von den Plattformbetreibern, die selbst keine eigenen Inhalte anbieten (öffentlich zugänglich machen), sondern Dritten für deren Inhalte lediglich eine Infrastruktur, in Form einer Plattform, also eine technische Dienstleistung zur Verfügung stellen.

Das Telemediengesetz (TMG) trifft in §§ 7 Abs. 1 und 10 TMG, welche die Haftung von Plattformen regeln, eine entsprechende Unterscheidung: Gemäß § 7 Abs. 1 TMG sind Diensteanbieter für eigene Informationen, die sie zur Nutzung bereithalten, nach den allgemeinen Gesetzen verantwortlich. Für fremde Informationen, die sie für einen Nutzer speichern, sind Diensteanbieter dagegen gemäß § 10 TMG unter bestimmten Voraussetzungen (unverzügliches Tätigwerden nach Kenntniserlangung von einer rechtswidrigen Handlung) nicht verantwortlich.

Der Gesetzgeber teilt die Plattformen damit in zwei Gruppen: Solche, die eigene Informationen, d.h. eigene Inhalte speichern und anbieten (also öffentlich zugänglich machen) und solche, die lediglich fremde Inhalte für Dritte speichern. Nur dann, wenn die Plattform sich darauf beschränkt, fremde

³²² Im Rahmen dieser Untersuchung auch als „Geschlossene Download- und Streamingplattformen“ bezeichnet.

Inhalte für Dritte zu speichern, kann die Verantwortlichkeit³²³ für die Inhalte unter bestimmten weiteren Voraussetzungen entfallen. Auch wenn weder das TMG noch die entsprechende – dem TMG zugrunde liegende – europäische Richtlinie 2000/31/EG³²⁴ eine Begründung dafür enthalten, weshalb gerade diese Gruppe von Diensten der Informationsgesellschaft einem Haftungsprivileg unterfällt, liegt die Antwort doch auf der Hand: Bei den Betreibern von Speicherplätzen handelt es sich um reine Infrastrukturdienstleister und nicht um Marktteilnehmer, die selbst Inhalte anbieten und verkaufen. Solche Dienstleister können aber eine Infrastruktur nur dann anbieten, wenn sie nicht einer unmittelbaren Haftung für die Inhalte Dritter unterliegen. Die Haftungsbeschränkung ist unerlässliche Voraussetzung für das Funktionieren und die Fortentwicklung von Infrastrukturdiensten. Richtigerweise hat der Richtliniengeber in den Erwägungsgründen 42 und 43 ausdrücklich darauf hingewiesen, dass das Haftungsprivileg nur für Infrastrukturdienstleister gilt, also nur für die Dienste, die sich auf die Erbringung der Infrastrukturdienstleistung beschränken. Im Erwägungsgrund 42 heißt es wörtlich:

„(42) Die in dieser Richtlinie hinsichtlich der Verantwortlichkeit festgelegten Ausnahmen decken nur Fälle ab, in denen die Tätigkeit des Anbieters von Diensten der Informationsgesellschaft auf den technischen Vorgang beschränkt ist, ein Kommunikationsnetz zu betreiben und den Zugang zu diesem zu vermitteln, über das von Dritten zur Verfügung gestellte Informationen übermittelt oder zum alleinigen Zweck vorübergehend gespeichert werden, die Übermittlung effizienter zu gestalten. Diese Tätigkeit ist rein technischer, automatischer und passiver Art, was bedeutet, dass der Anbieter eines Dienstes der Informationsgesellschaft weder Kenntnis noch Kontrolle über die weitergeleitete oder gespeicherte Information besitzt.“

Auch der EuGH hat sich bereits mehrfach mit der Haftungsfrage auseinandergesetzt und entschieden, dass das Haftungsprivileg gemäß Erwägungsgrund 42 der Richtlinie ausschließlich auf einen Diensteanbieter Anwendung findet, der eine Tätigkeit der reinen Durchleitung, des Cachings oder des Hostings ausübt und rein technischer, automatischer und passiver Art ist.³²⁵ Leistet der Diensteanbieter hingegen auch nur Hilfestellung in Bezug auf die Vermarktung/ den Vertrieb von Inhalten, zum Beispiel dadurch, dass er die Präsentation der betreffenden Verkaufsangebote optimiert oder diese Angebote bewirbt, ist davon auszugehen, dass der Dienst keine neutrale Stellung zwischen dem fraglichen als Verkäufer auftretenden Kunden und den potenziellen Käufern einnimmt, sondern eine aktive Rolle spielt.³²⁶

5.3.5.3 Marktplatzbetreiber/ User-Generated-Content-Plattformen

Am Ende fokussiert sich die Diskussion der öffentlichen Zugänglichmachung und damit auch der urheberrechtlichen Verantwortlichkeit und Abgabepflicht nach dem KSVG allein auf Plattformen, bei denen die Trennschärfe zwischen den beiden vorgenannten Kategorien zu verschwimmen scheint. Bei genauer Betrachtung und einer Gesetzesauslegung nach dem Sinn und Zweck der einschlägigen Richtlinie bereiten aber auch diese „Mischplattformen“ im Grunde kein Problem. Dies gilt jedenfalls dann, wenn man bei der Bewertung die gebotene Differenzierung vornimmt.

³²³ Verantwortlichkeit im weiteren Sinne, und zwar zum Beispiel im Sinne des Jugendschutzes, des Urheberrechts, des Persönlichkeitsrechts, aber auch im Sinne einer Abgabepflicht nach dem KSVG.

³²⁴ Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 08.06.2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt („E-Commerce Richtlinie“), abrufbar unter <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/de/ALL/?uri=CELEX%3A32000L0031> (Abruf am 13.9.2018).

³²⁵ Vgl. z.B. EuGH, Urteil vom 11.09.2014, Az.: C-291/13, MMR 2016, 63 Rn. 38 ff. – Papasavvas u.a.

³²⁶ Vgl. z.B. EuGH, aaO. Rn. 44 – Papasavvas; EuGH, Urteil vom 12.07.2011, Az.: C-324/09, GRUR 2011, 1025 Rn. 116 – L’Oréal/ eBay u.a.

Upload nicht entscheidend

Anders als die deutschen Instanzgerichte immer wieder gefordert haben, ist es für das Vorliegen einer öffentlichen Zugänglichmachung richtigerweise ohne Bedeutung, wer den Upload der Inhalte auf die Plattform vornimmt. Der EuGH hat hierzu Folgendes ausgeführt:

„Gewiss werden, wie das vorlegende Gericht hervorgehoben hat, die den Nutzern der Online-Filesharing-Plattform TPB so zur Verfügung gestellten Werke nicht durch die Betreiber dieser Plattform auf dieser online gestellt, sondern durch ihre Nutzer. Gleichwohl werden diese Betreiber durch die Bereitstellung und das Betreiben einer Online-Filesharing-Plattform wie der im Ausgangsverfahren in Rede stehenden in voller Kenntnis der Konsequenzen ihres Verhaltens tätig, um Zugang zu den geschützten Werken zu gewähren (...) Es ist daher davon auszugehen, dass die Betreiber der Online-Filesharing-Plattform TPB durch deren Bereitstellung und Betrieb ihren Nutzern einen Zugang zu den betreffenden Werken anbieten. Sie spielen daher beim Zugänglichmachen der in Rede stehenden Werke eine zentrale Rolle.“³²⁷

Mit dieser Aussage hat der EuGH dem vom OLG München vertretenen „Uno actu“-Ansatz, nachdem nur derjenige öffentlich zugänglich macht, der den Upload vornimmt³²⁸, eine deutliche Absage erteilt. Auch der BGH vertritt die Meinung, dass es nicht entscheidungserheblich ist, wer die Werke anliert und auf der Internetseite platziert.³²⁹

Individuelle Gesamtschau erforderlich

Der EuGH hat in mehreren jüngeren Urteilen festgestellt, dass die Frage, wer Nutzer eines urheberrechtlich geschützten Werkes ist, welches mittels einer Plattform (oder anderer technischer Geräte) der Öffentlichkeit angeboten wird, stets nur im Wege einer individuellen Gesamtschau beantwortet werden kann.³³⁰ Wörtlich führt der EuGH unter anderem aus:

„Um zu beurteilen, ob ein Nutzer eine Handlung der „öffentlichen Wiedergabe“ im Sinne von Art. 3 Abs. 1 der Richtlinie 2001/29 vornimmt, sind eine Reihe weiterer Kriterien zu berücksichtigen, die unselbstständig und miteinander verflochten sind. Sie sind deshalb einzeln und in ihrem Zusammenwirken mit den anderen Kriterien anzuwenden, da sie im jeweiligen Einzelfall in sehr unterschiedlichem Maß vorliegen können.“³³¹

Die folgenden Kriterien sind dabei laut EuGH von vorrangiger Bedeutung:³³²

- **Zentrale Rolle des Nutzers bei der Werkvermittlung**
Eine zentrale Rolle nimmt nach den Ausführungen des EuGH schon derjenige ein, ohne dessen Handlung im Sinne einer *conditio sine qua non*, der Konsument/Kunde nicht oder nur schwer Zugang zu dem Werk hätte.³³³ Nach dieser sehr weiten Definition wäre grundsätzlich jede Handlung, mittels derer ein Nutzer in voller Kenntnis der Sachlage seinen Kunden Zugang zu geschützten Werken gewährt, eine „Handlung der Wiedergabe“ im Sinne von Art. 3 Abs. 1 der Richtlinie 2001/29.³³⁴

³²⁷ EuGH, Urteil vom 14.06.2017, Az.: C-610/15, ZUM 2017, 746 Rn. 36 f. – The Pirate Bay.

³²⁸ OLG München, Urteil vom 28.01.2016, Az.: 29 U 2798/1, GRUR 2016, 612 Rn. 29 – Allegro Barbaro.

³²⁹ BGH, Urteil vom 05.11.2015, Az.: I ZR 88/13, MMR 2017, 26 Rn. 18 und 21.

³³⁰ EuGH, Urteil vom 29.11.2017, Az.: C 265/16, ZUM 2018, 115 Rn. 41 – VCAST Limited/RTI SpA; EuGH, Urteil vom 14.06.2017, Az.: C-610/15, ZUM 2017, 746 Rn. 23 ff. – The Pirate Bay; EuGH, Urteil vom 26.04.2017, Az.: C 527/15, NJW 2017, 1933, Rn. 28 ff. – Medienabspieler.

³³¹ EuGH, Urteil vom 26.04.2017, Az.: C 527/15, NJW 2017, 1933, Rn. 30 m.w.N. – Medienabspieler.

³³² Vgl. z.B. EuGH, Urteil vom 14.06.2017, Az.: C-610/15, ZUM 2017, 746 Rn. 26 ff. – The Pirate Bay.

³³³ Vgl. EuGH, aaO., Rn. 26.

³³⁴ Vgl. EuGH, aaO., Rn. 34.

- **Keine bloße Bereitstellung technischer Mittel**
Vor diesem Hintergrund führt der EuGH aus, dass sich die Handlung nicht in der Bereitstellung technischer Anlagen erschöpfen darf.³³⁵ Diese Begrenzung der Definition der Nutzungshandlung ist erforderlich und entspricht dem Gedanken der Haftungsprivilegierung für Unternehmen, die sich auf die Erbringung einer Infrastrukturdienstleistung beschränken.³³⁶
- **Qualifizierte Handlung**
Von einer bloßen Bereitstellung von Anlagen kann nach Auffassung des EuGH aber jedenfalls dann nicht mehr gesprochen werden, wenn der Betreiber der Plattform die Werke erfasst und indexiert und den Konsumenten eine Suchmaschine zur Verfügung stellt, mittels derer diese die erfassten und indexierten Werke einzeln auffinden und/oder nach Genre oder Popularität anzeigen lassen können, um sie anschließend zu streamen oder herunterzuladen.³³⁷
- **Kenntnis der Folgen des Verhaltens**
Weiterhin ist erforderlich, dass der Betreiber einer Plattform in Kenntnis der Folgen seines Verhaltens tätig wird.³³⁸ Dies ist bei den werbefinanzierten Plattformen der Fall, bei denen der Verkauf der Werbung nicht durch die Uploader, sondern im Namen und auf Rechnung des Betreibers der Plattform erfolgt. Ein solches Geschäftsmodell knüpft – anders als dasjenige eines Speicherplatzbetreibers – an die auf der Plattform veröffentlichten Inhalte an. Eine Vermarktung der Inhalte durch Werbung ohne von diesen und deren (ggf. rechtswidriger) Veröffentlichung Kenntnis zu nehmen, ist denklogisch nicht möglich. Auch der BGH misst der Tatsache, dass ein Onlinehändler die auf seiner Plattform befindlichen Inhalte im eigenen Namen und auf eigene Rechnung vermarktet, für die Beantwortung der Frage, welche handelnde Person verantwortlicher Nutzer dieser Inhalte ist, entscheidungserhebliche Bedeutung zu.³³⁹
- **Erwerbszwecke**
Eine erhebliche Indizwirkung für eine Kenntnis ergibt sich nach Meinung des EuGH außerdem für den Fall, dass eine Plattform zu Erwerbszwecken, d.h. mit Gewinnerzielungsabsicht, betrieben wird.³⁴⁰ Eine solche ist bei werbefinanzierten Plattformen aufgrund der Generierung von Werbeeinnahmen unzweifelhaft anzunehmen.³⁴¹
- **Vorliegen einer Öffentlichkeit**
Schließlich setzt eine Nutzung in Form einer öffentlichen Zugänglichmachung selbstverständlich die Übermittlung der Inhalte an eine Öffentlichkeit voraus, was vorliegend im Grundsatz als gegeben unterstellt werden kann, wenn die Plattform für jedermann zugänglich ist.³⁴²

Struktur werbefinanzierter UGC-Plattformen

Die sogenannten User-Generated-Content-Plattformen (UGC-Plattformen) zeichnen sich dadurch aus, dass die urheberrechtlich geschützten Inhalte von „Usern“ angeliefert und auf für jedermann zugänglichen Plattformen abgespeichert werden. Dabei führt die Bezeichnung „User-Generated“ des-

³³⁵ Vgl. EuGH, aaO., Rn. 38.

³³⁶ Siehe oben 5.3.5.2.

³³⁷ Vgl. EuGH, aaO., Rn. 38.

³³⁸ Vgl. EuGH, aaO., Rn. 26.

³³⁹ BGH, Urteil vom 05.11.2015, Az.: I ZR 88/13, MMR 2017, 26 Rn. 17.

³⁴⁰ Für den vergleichbaren Fall des Setzen von Hyperlinks auf urheberrechtlich geschützte Werke EuGH Urteil vom 08.09.2016, Az.: C 160/15, ZUM 2016, 975 Rn. 51.

³⁴¹ Vgl. EuGH, Urteil vom 14.06.2017, Az.: C-610/15, ZUM 2017, 746 Rn. 46 – The Pirate Bay.

³⁴² Schwierigkeiten, die sich im Einzelfall ergeben können, sollen an dieser Stelle unberücksichtigt bleiben.

halb in die Irre, weil die „User“ in vielen Fällen gar nicht die Urheber der Inhalte sind und diese deshalb auch nicht selbst generiert haben. Der Upload erfolgt in weiten Teilen ohne das Einverständnis der Rechteinhaber. Unabhängig von der Frage, ob „User“ rechtswidrig Inhalte Dritter oder aber Künstler rechtmäßig eigene Inhalte auf die Plattformen uploaden, vermarktet der Betreiber der Plattform die Inhalte – wie im Falle der Verkaufsplattformen – im eigenen Namen und auf eigene Rechnung durch Werbung oder einen kostenpflichtigen Zugang. Im Grundsatz unterscheiden sich die UGC-Plattformen daher nur dadurch, dass nicht nur bestimmte/ bestimmbar Vertragspartner Inhalte uploaden können, sondern jedermann, und zwar regelmäßig auch in anonymer Form. Betrachtet man UGC-Plattformen, wie zum Beispiel YouTube³⁴³, im Detail, weisen sie letztlich die gleichen Funktionen auf, wie die Verkaufsplattformen:³⁴⁴

- Suchmaschine,
- Indexierung,
- personalisierte Videoempfehlungen,
- personalisierte Kanalempfehlungen,
- personalisierte Playlisten,
- Genres,
- Pausenfunktion,
- Skipfunktion,
- Vormerkfunktion,
- Hitlisten.

Das vom Betreiber der Plattform mittels Werbung vermarktete Repertoire steht in einzelnen Sparten – wie zum Beispiel der Musiksparte – dem Angebot von Verkaufs- und Abonnementplattformen in nichts nach. Es ist davon auszugehen, dass nahezu das gesamte Weltrepertoire der Musik zum Abruf bereitgehalten wird.

Bei der nach der jüngsten Rechtsprechung des EuGH gebotenen individuellen Gesamtschau muss man unter Berücksichtigung insbesondere der Funktionalitäten von UGC-Plattformen wie YouTube zu dem Ergebnis gelangen, dass diese künstlerische Werke und Leistungen im urheberrechtlichen Sinne öffentlich zugänglich machen. In abgaberechtlicher Hinsicht ergibt sich damit kein Unterschied zu den Verkaufsplattformen.

5.3.6 Beteiligung an Werbeerlösen als abgabepflichtiges Entgelt

Soweit UGC-Plattformen künstlerische Werke und Leistungen öffentlich zugänglich machen, stellen sich die an die Uploader im Falle einer Monetarisierung ausgeschütteten Werbeerlöse als Entgelte für künstlerische Werke oder Leistungen im Sinne des § 25 Abs. 1 KSVG dar.

³⁴³ Ähnliche Entwicklungen sind u.a. bei Facebook, Twitter und Instagram zu beobachten.

³⁴⁴ Die Liste ist nur exemplarisch und nicht abschließend.

Daran ändert sich auch dadurch nichts, dass die Plattformen regelmäßig eine gebührenfreie Rechteinräumung vorsehen. So heißt es beispielsweise aktuell in den als AGB ausgestalteten Nutzungsbedingungen von YouTube:

„10.1. Indem Sie Nutzerübermittlungen bei YouTube hochladen oder posten, räumen Sie A. YouTube eine weltweite, nicht-exklusive und gebührenfreie Lizenz ein (mit dem Recht der Unterlizenzierung) bezüglich der Nutzung, der Reproduktion, dem Vertrieb, der Herstellung derivativer Werke, der Ausstellung und der Aufführung der Nutzerübermittlung im Zusammenhang mit dem Zur-Verfügung-Stellen der Dienste und anderweitig im Zusammenhang mit dem Zur-Verfügung-Stellen der Webseite und YouTubes Geschäften, einschließlich, aber ohne Beschränkung auf Werbung für und den Weitervertrieb der ganzen oder von Teilen der Webseite (und auf ihr basierender derivativer Werke) in gleich welchem Medienformat und gleich über welche Verbreitungswege.“³⁴⁵

Für den überwiegenden Fall, dass die Uploader nicht die Rechteinhaber sind, läuft eine solche Vereinbarung ohne weiteres schon deshalb ins Leere, weil ein gutgläubiger – kostenloser – Erwerb von Rechten nicht möglich ist. Für den anderen Fall, dass die Uploader tatsächlich die Rechteinhaber sind, erfolgt dem Wortlaut nach eine kostenlose Rechteinräumung an den Betreiber der Plattform zur Nutzung „einschließlich (...) Werbung“.

In einem weiteren Vertrag, dem sog. Monetarisierungsvertrag, vereinbart YouTube mit den Uploadern, ob und zu welchen Konditionen die Vermarktung erfolgt. Will man als Uploader einen Musiktitel auf die Plattform hochladen, damit dieser monetarisiert wird, wird man von YouTube aufgefordert, die nachfolgend abgebildete „YouTube-Monetarisierungsvereinbarung“ zu schließen.

Abbildung 38: Auszug aus dem Monetarisierungsvertrag von YouTube

Konto für die Monetarisierung aktivieren

Bitte lies die folgende YouTube-Monetarisierungsvereinbarung.

Ungeachtet gegenteiliger Angaben in den "standardmäßigen Online-Nutzungsbedingungen für Google AdSense" oder den [Programmrichtlinien](#) von AdSense nimmst du zur Kenntnis und stimmst zu, dass YouTube deine Videos monetarisiert und Anzeigen darin schaltet. Gemäß den AdSense-Programmrichtlinien erhältst du nach der Verknüpfung mit einem AdSense-Konto möglicherweise eine Bonuszahlung von YouTube und Google erkennt dir 55 % der Einnahmen an. Fristgerechte Änderungen dieser Bestimmungen sind vorbehalten und liegen im alleinigen Ermessen von Google. Die Anzeigen werden in allen aktuellen und zukünftigen Formaten von Google oder genehmigten Drittanbietern eingeblendet. Anzeigen werden im YouTube-Videooplayer (d. h. dem Medienplayer, in dem das ausgewählte Video für Endnutzer abgespielt und entsprechende Anzeigen eingeblendet werden), auf den YouTube-Kanalseiten, -Wiedergabeseiten und -Video-Wiedergabeseiten (d. h. auf Seiten des YouTube-Diensts, auf dem das ausgewählte Video für Endnutzer abgespielt und entsprechende Anzeigen eingeblendet werden) gemeinsam mit deinen für die Monetarisierung geeigneten Videos angezeigt oder abgespielt. Sofern von Google nicht anders angegeben wurde, stimmst du zu, dass du das [Google AdSense-Konto](#) nach seiner Verknüpfung weiterhin gemäß den standardmäßigen Online-

Ich habe die oben stehenden Nutzungsbedingungen gelesen und stimme ihnen zu.

Ich versichere, dass ich nicht auf Google-Anzeigen klicken werde, die ich über Produkte und Dienste von Google schalte, um meine Einnahmen auf betrügerische Weise zu erhöhen.

Ich gebe keine Videos zur Monetarisierung frei, für die ich nicht über die entsprechenden Rechte verfüge.

Abbrechen **Ich stimme zu »**

Quelle: YouTube (2018).

³⁴⁵ Nutzungsbedingungen von YouTube, Stand: 25.08.2018, abrufbar unter <https://www.youtube.com/static?gl=DE&template=terms&hl=de> (Abruf am 13.9.2018); Hervorhebung hinzugefügt.

Aus dem einleitenden Passus

„Ungeachtet gegenteiliger Angaben in den "standardmäßigen Online-Nutzungsbedingungen für Google AdSense" oder den Programmrichtlinien von AdSense nimmst du zur Kenntnis und stimmst zu, dass YouTube deine Videos monetarisiert und Anzeigen darin schaltet“

wird deutlich, dass YouTube und nicht etwa der Uploader die Vermarktung der Videos vornimmt. Folgerichtig erhält nicht YouTube einen Anteil von etwaigen Vermarktungserlösen der Uploader, sondern die Uploader erhalten einen Anteil der Vermarktungserlöse von YouTube. Ob YouTube den Uploader überhaupt an den Erlösen beteiligt, steht dabei nach dem Wortlaut des Monetarisierungsvertrages in seinem freien Belieben. Hierzu heißt es:

„Gemäß den AdSense-Programmrichtlinien erhältst du nach der Verknüpfung mit einem AdSense Konto möglicherweise eine Bonuszahlung von YouTube und Google erkennt dir 55 % der Einnahmen an.“

Auch die Monetarisierungsvereinbarung sieht darüber hinaus nochmals vor, dass ein Video nur dann monetarisiert wird, wenn der Uploader die hierfür erforderlichen Rechte (nochmals) einräumt. Ziffer 10.1 der YouTube-Monetarisierungsvereinbarung ist identisch mit oben genannter Ziffer 10.1 der YouTube Nutzungsbedingungen.

Die Frage, ob ein Video nach Abschluss des Monetarisierungsvertrages überhaupt vermarktet wird, bestimmt – anders als z.B. bei der Handelsplattform eBay – nicht der Uploader, sondern YouTube. Wenn dann eine Vermarktung vorgenommen wird, erfolgt diese – ebenfalls anders als bei eBay – im eigenen Namen und zu eigenen Konditionen. Dabei bezieht sich die Vermarktung nicht auf die Plattform als solche, sondern zum Beispiel in Form von Pre-Rolls³⁴⁶ auf konkrete Inhalte.

Die Tätigkeit der UGC-Plattform unterscheidet sich damit durch nichts von einem lizenzierten, voll verantwortlichen Musikdienst wie Spotify, der Entgelte für die Möglichkeit der Nutzung und Vermarktung der urheberrechtlich geschützten Werke und Leistungen bezahlt, indem er die Urheber und Künstler an den Abonnenterlösen und Werbeeinnahmen beteiligt.

Der Hinweis durch YouTube, dass die Lizenz kostenlos ist, ist nichts weiter als eine Schutzbehauptung, die die Plattform von jedweder Verantwortlichkeit – zum Beispiel der urheberrechtlichen, aber auch im Hinblick auf die Künstlersozialabgabe – lossprechen soll. Die Frage aber, ob jemand Nutzer im Sinne des Urheberrechts ist, ist keine schuldrechtliche, sondern eine faktische und steht daher nicht zur Disposition. Die weitere Frage, ob ein Nutzer für die Nutzung eines Werkes und/oder einer künstlerischen Leistung ein Entgelt schuldet ist ebenfalls der Dispositionsfreiheit der Parteien entzogen, siehe hierzu §§ 32, 32b UrhG. Die Tatsache, dass eine Person Nutzer ist, eine Lizenz erwirbt und erwerben will und trotz dessen behauptet, dass die Auszahlung einer Erlösbeteiligung kein Nutzungsentgelt sei, stellt den klassischen Fall eines „venire contra factum proprium“ (treuwidriges, widersprüchliches Verhalten) dar. Der Hinweis der Unentgeltlichkeit ist unbeachtlich.

Im Ergebnis zeigt die rechtliche Beurteilung, dass die ausgezahlte Erlösbeteiligung eine Vergütung für die Nutzung und die mit ihr verbundene Möglichkeit der Vermarktung der Werke der Urheber und Künstler ist.

³⁴⁶ Von Pre-Rolls spricht man, wenn Werbung vor einem Video eingeblendet wird, welches ein Konsument ausgewählt hat, um es anzuschauen. Der Konsum des Videos ist also erst dann möglich, wenn die Werbung „vorab abgelaufen“ ist.

5.3.7 Sicherstellung des hinreichenden Inlandsbezugs

Nach der Rechtsprechung des Bundessozialgerichts ist zur Begründung einer Abgabepflicht bei Auslandssachverhalten stets ein hinreichender Inlandsbezug der Verwertung erforderlich. Die Abgabepflicht eines Unternehmens mit Sitz in Deutschland hat das BSG bei einer ausschließlich im Ausland stattfindenden Verwertung verneint, wenn eine Verwertung im Inland nicht möglich ist. In solchen Fällen ist laut BSG kein hinreichender Inlandsbezug mehr gegeben; allein der Sitz des Unternehmens im Inland reicht hierfür nicht aus.³⁴⁷

Fraglich ist nun, ob bei einer Abgabepflicht ausländischer Plattformen allein aufgrund der öffentlichen Zugänglichmachung im Inland noch ein hinreichender Inlandsbezug angenommen werden kann. Dies gilt insbesondere, wenn es sich um Leistungen und Werke ausländischer Künstler mit Wohnsitz im Ausland handelt und somit auch die Nationalität bzw. der Wohnsitz keinen Inlandsbezug begründen können.

Zwar führt das BSG in seinem Urteil ausdrücklich aus, es komme auf „den Sitz des VerwerTERS und die organisatorische, requirierende oder sonst die Verwertung fördernde Unternehmenstätigkeit vom Sitz des VerwerTERS aus oder auf den Erfüllungsort der Zahlung (...) nicht an.“³⁴⁸ Damit will es allerdings nur zum Ausdruck bringen, dass im konkreten Fall allein der Sitz in Deutschland für einen hinreichenden Inlandsbezug nicht ausreicht. Auch war das Gericht in seiner Entscheidung von der Prämisse ausgegangen, das KSVG sei auf ausländische Vermarkter nicht anwendbar. Ob also eine bloße Verwertungsmöglichkeit im Inland unabhängig vom Sitz des Unternehmens für einen Inlandsbezug und damit für eine Abgabepflicht immer ausreichend ist, lässt sich dem Urteil so nicht entnehmen.

Nach Auffassung der Autoren ist allein die öffentliche Zugänglichmachung im Inland kein hinreichender Inlandsbezug. Zur Begründung dieser Auffassung mag ein plakatives Beispiel dienen:

Lädt ein australischer Singer-Songwriter sein Musikvideo auf YouTube hoch und erhält von der Plattform Werbeerlöse in Höhe von umgerechnet insgesamt 100.000,00 EUR ausgeschüttet, erscheint es nicht gerechtfertigt, YouTube mit einer Künstlersozialabgabe von aktuell 4,2 % auf das gesamte an den Künstler gezahlte Entgelt zu belasten, nur weil das Video unter anderem auch in Deutschland abrufbar ist. Stellt man sich vor, weitere Staaten würden eine vergleichbare Abgabe bei der Plattform auf das Gesamtentgelt erheben, könnten die Abgaben die Werbeeinnahmen der Plattform rein theoretisch vollständig aufzehren oder sogar überschreiten. Bei ausländischen Plattformen erscheint deshalb eine Beschränkung der Bemessungsgrundlage für die Künstlersozialabgabe geboten.

In Betracht käme grundsätzlich eine Beschränkung auf die an deutsche Künstler oder Künstler mit Wohnsitz in Deutschland gezahlten Entgelte. Dies stünde allerdings mit dem im Künstlersozialversicherungsrecht geltenden Grundsatz im Widerspruch, wonach es auf die Nationalität oder den Wohnsitz des Künstlers gerade nicht ankommen soll.³⁴⁹

Ähnlich wie ausländische Videoabrufdienste gemäß § 153 Abs. 2 FFG nur in Bezug auf in Deutschland erzielte Umsätze eine Filmabgabe zu entrichten haben, bietet es sich für die Künstlersozialabgabe vielmehr an, nur diejenigen Entgelte der Abgabe zu unterwerfen, die auf die öffentliche Zugänglichmachung in Deutschland entfallen. Im Fall von YouTube würde also beispielsweise nur der Teil der an

³⁴⁷ BSG, Urteil vom 18.09.2008, Az.: B 3 KS 4/07 R.

³⁴⁸ BSG, aaO. Rn. 23.

³⁴⁹ Vgl. z.B. BSG, Urteil vom 18.09.2008, Az.: B 3 KS 4/07 R; BSG, Urteil vom 20.07.1994, Az.: 3/12 RK 63/92.

den Künstler ausgeschütteten Werbeerlöse der Künstlersozialabgabe unterworfen werden, der aus den Videoabrufen aus Deutschland resultiert.

Diese Lösung erscheint sachgerecht und vor allen Dingen auch praktikabel. Denn es ist davon auszugehen, dass den Plattformen die Abrufzahlen aus den jeweiligen Ländern vorliegen. Schließlich besteht das Geschäftsmodell der meisten Plattformen darin, mit Werbung Einnahmen zu erzielen. Um Werbung zielgerichtet schalten und den werbetreibenden Unternehmen auch entsprechend anbieten zu können, benötigen die Plattformen exakte Zahlen dazu, welches Video in welchem Land wie lange abgerufen wird.

Eine entsprechende Definition der abgabepflichtigen Entgelte bei ausländischen Plattformen und öffentlicher Zugänglichmachung im Inland könnte klarstellend in § 25 KSVG aufgenommen werden. Jedoch erscheint eine gesetzliche Regelung hierzu nicht zwingend geboten. Denn gemäß § 25 Abs. 1 S. 1 KSVG sind ohnehin nur diejenigen Entgelte abgabepflichtig, „die ein nach § 24 Abs. 1 oder 2 zur Abgabe Verpflichteter im Rahmen der dort aufgeführten Tätigkeiten (...) zahlt“. Wenn die im Folgenden (5.4) vorgeschlagene Neuregelung in § 24 Abs. 1 KSVG auf die öffentliche Zugänglichmachung im Inland abstellt, wäre auch ohne weitere Regelung klar, dass nur die im Rahmen dieser öffentlichen Zugänglichmachung in Deutschland entstandenen Entgelte abgabepflichtig sind.

5.3.8 Mögliche Probleme einer Neuregelung

5.3.8.1 Verfassungsmäßigkeit

Seit Einführung der Künstlersozialversicherung im Jahr 1983 ist die Verfassungsmäßigkeit der Künstlersozialabgabe wiederholt in Zweifel gezogen worden. Mit Beschluss vom 8. April 1987 hatte das Bundesverfassungsgericht die Verfassungsmäßigkeit der Künstlersozialabgabe ausdrücklich bestätigt.³⁵⁰ Unter Verweis auf diese Entscheidung ist auch das Bundessozialgericht bislang in ständiger Rechtsprechung von der Verfassungsmäßigkeit ausgegangen.³⁵¹ Dennoch sind die Diskussionen nicht abgerissen. Immer wieder wird von Verbänden und abgabepflichtigen Unternehmen, zum Teil interessengelenkt, in der öffentlichen Diskussion sowie in Auseinandersetzungen mit der KSK bzw. der Deutsche Rentenversicherung die angebliche Verfassungswidrigkeit der Künstlersozialabgabe ins Feld geführt.³⁵²

Eine gesetzliche Neuregelung zur Abgabepflicht ausländischer Plattformen ist insbesondere am Gleichheitssatz des Art. 3 Abs. 1 GG zu messen. Soweit eine mögliche Ungleichbehandlung gegenüber sonstigen ausländischen Verwertern nicht sachlich gerechtfertigt werden kann, wäre eine generelle Öffnung des Anwendungsbereichs des § 24 KSVG für Unternehmen mit Sitz im Ausland im Falle einer Verwertungstätigkeit im Inland zu erwägen.

³⁵⁰ BVerfG, Beschluss vom 08.04.1987, Az.: 2 BvR 909/82.

³⁵¹ Vgl. z.B. BSG, Urteil vom 29.11.2016, Az.: B 3 KS 2/15 R ; BSG, Urteil vom 30.09.2015, Az.: B 3 KS 2/14 R.

³⁵² Beispielsweise ist ein vom Bund der Steuerzahler (BdSt) beauftragtes Gutachten im Jahr 2013 zu dem Ergebnis gelangt, aufgrund der technischen Entwicklung des Internets sei die Künstlersozialabgabe verfassungsrechtlich nicht mehr zu rechtfertigen. Vgl. *Arndt*, Zur verfassungsrechtlichen Problematik des Künstlersozialversicherungsgesetzes, Stand: März 2013, abrufbar unter http://www.kskontra.de/md.static/Gutachten_KSA.pdf (Abrud am 13.9.2018). Das Gutachten stützt sich maßgeblich auf eine vermeintliche Zunahme von Selbstvermarktung im Internet, die nach der vorliegenden Studie so nicht bestätigt werden kann. Eine vom Bund der Steuerzahler unterstützte Verfassungsbeschwerde gegen die Künstlersozialabgabe ist im Januar 2018 vom Bundesverfassungsgericht nicht zur Entscheidung angenommen worden.

Das zur verfassungsrechtlichen Rechtfertigung laut BVerfG erforderliche „symbiotische Verhältnis“ kann nach Auffassung der Autoren auch im Verhältnis zwischen Künstlern bzw. Publizisten und ausländischen Plattformen angenommen werden.³⁵³ Zwar vermarkten ausländische Plattformen zum Großteil auch ausländische Künstler und Publizisten, zu denen keine Solidaritätsbeziehung im Sinne des KSVG besteht. Die Künstlersozialabgabe ist aber zur Vermeidung von Wettbewerbsverzerrungen gerade nicht personenbezogen ausgestaltet und wird deshalb auch für die an ausländische Künstler und Publizisten gezahlten Entgelte erhoben. Dies hat das BVerfG ausdrücklich als mit dem Grundgesetz vereinbar anerkannt.³⁵⁴ Zwar mag der Anteil der vermarkteten ausländischen Künstler unter Umständen bei ausländischen Plattformen größer sein, als bei inländischen Verwertern. Es finden sich in der Rechtsprechung aber keine Hinweise darauf, dass die Zahlenverhältnisse für die verfassungsrechtliche Beurteilung maßgeblich sind. Außerdem gibt es auch inländische Verwerter, die schwerpunktmäßig ausländische Künstler vermarkten (z.B. Konzertdirektionen), ohne dass dies in der Vergangenheit verfassungsrechtlich problematisiert worden wäre.

Eine vertiefte verfassungsrechtliche Beurteilung kann im Rahmen dieser Untersuchung nicht erfolgen, so dass insbesondere die vorgenannten Aspekte ggf. weiterer Prüfung bedürfen.

5.3.8.2 Europarechtskonformität

Jede nationale gesetzliche Neuregelung steht immer auch auf dem Prüfstand des Europarechts. Insbesondere muss die Vereinbarkeit mit dem EU-Binnenmarkt gewährleistet sein. A priori bestehen gegen die in der vorliegenden Studie vorgeschlagene Neuregelung im KSVG zur Abgabepflicht digitaler Plattformen keine europarechtlichen Bedenken. Die Neuregelung würde inländische und ausländische Plattformen gleichermaßen betreffen. Der EuGH hat im Grundsatz bereits festgestellt, dass eine grenzüberschreitende Erhebung von Künstlersozialabgabe nicht gemeinschaftswidrig ist.³⁵⁵

5.3.8.3 Ermittlung der abgabepflichtigen Entgelte/ Meldung an die KSK

Die Ermittlung und Meldung der in einem Kalenderjahr an selbstständige Künstler und Publizisten gezahlten abgabepflichtigen Entgelte kann für die betroffene Plattform Probleme bereiten.

So wird insbesondere bei UGC-Plattformen häufig unklar sein, inwieweit es sich bei den hochgeladenen Werken und Leistungen um Kunst bzw. Publizistik im Sinne des KSVG handelt. Ist beispielsweise ein Video mit Schminktipp einer Influencerin künstlerisch gemäß § 25 Abs. 1 KSVG? Unter welchen Voraussetzungen Influencer als Künstler bzw. Publizisten im Sinne des § 2 KSVG angesehen werden können, ist eine der aktuell spannendsten Fragen des Künstlersozialversicherungsrechts.³⁵⁶

Zusätzliche Probleme können sich daraus ergeben, dass bei UGC-Plattformen die Uploader der künstlerischen oder publizistischen Werke und Leistungen regelmäßig mit den Künstlern und Publizisten nicht personenidentisch sind. Dass jedoch die Abgrenzung künstlerischer und nicht künstlerischer Leistungen gegebenenfalls schwierig und die Jahresmeldung an die KSK gegebenenfalls aufwändig ist, sind Probleme, mit denen sich alle abgabepflichtigen Unternehmen gleichermaßen konfrontiert se-

³⁵³ Siehe dazu bereits oben Ziff. 5.3.3.1.

³⁵⁴ Vgl. BVerfG, Beschluss vom 08.04.1987, Az.: 2 BvR 909/82, Ziff. C. III. 4. b) bb).

³⁵⁵ EuGH, Urteil vom 08.03.2001, Rs.: C-68/99. Das Urteil betraf die Europarechtskonformität der Erhebung von Künstlersozialabgabe für Entgelte selbstständiger Künstler und Publizisten, die ihren Wohnsitz in einem anderen EU-Mitgliedstaat haben.

³⁵⁶ Siehe dazu bereits oben Ziff. 3.6.5.

hen. Diese Probleme muss nicht der Gesetzgeber lösen, sondern das jeweilige abgabepflichtige Unternehmen. Sie können nicht dazu führen, die Heranziehung von Plattformen zur Künstlersozialabgabe grundsätzlich in Frage zu stellen.

Soweit die abgabepflichtige Plattform ihre Entgeltmeldung nicht, nicht rechtzeitig, falsch oder unvollständig erstattet, ist die KSK bzw. die Rentenversicherung gemäß § 25 Abs. 1 S. 3 KSVG zu einer Schätzung befugt. Außerdem ist zu erwarten, dass die Rechtsprechung der Sozialgerichte – wie bei anderen digitalen und nicht-digitalen neueren Phänomenen³⁵⁷ – im Laufe der Zeit für mehr Rechtssicherheit bei klärungsbedürftigen, plattformspezifischen Sachverhalten sorgen wird.

5.3.8.4 Umgehungstatbestände

Eine gesetzliche Neuregelung könnte dazu führen, dass potenziell abgabepflichtige Plattformen ihre Geschäftsmodelle anpassen und durch rechtliche und tatsächliche Gestaltungen versuchen, die Abgabepflicht zu umgehen.

In diesem Zusammenhang ist zum einen zu berücksichtigen, dass eine dem § 42 Abgabenordnung (AO) entsprechende allgemeine Regelung zum Missbrauch rechtlicher Gestaltungsmöglichkeiten im Künstlersozialversicherungsrecht nicht existiert. Laut Bundessozialgericht kann eine zum Ausschluss der Abgabeverpflichtung führende rechtliche Gestaltung der Vermarktung nicht als Umgehung einer gesetzlichen Regelung angesehen werden.³⁵⁸ Die Wahl rechtlich zulässiger Gestaltungsmöglichkeiten zum Ausschluss der Künstlersozialabgabe-Verpflichtung ist weder rechtlich unzulässig noch missbräuchlich.³⁵⁹ Dementsprechend sind rechtlich zulässige Umgehungstatbestände grundsätzlich hinzunehmen und allenfalls durch Gesetzesanpassungen zu verhindern.

Zum anderen bietet die Regelung des § 25 Abs. 1 S. 2 KSVG weitgehenden Schutz gegen Umgehungstatbestände. Danach zählen zur Bemessungsgrundlage auch die Entgelte, die ein nicht abgabepflichtiger Dritter für künstlerische oder publizistische Werke oder Leistungen zahlt, die für einen zur Abgabe Verpflichteten erbracht werden. Folglich könnte sich eine abgabepflichtige ausländische Plattform ihrer Abgabepflicht jedenfalls nicht dadurch entziehen, dass sie schlichtweg ein nicht abgabepflichtiges Unternehmen – z. B. eine Tochtergesellschaft – gezielt als „Durchgangsstation“ dazwischenschaltet.³⁶⁰

5.3.8.5 Praxis der Ausführungsbehörden

Es darf schließlich nicht unberücksichtigt bleiben, dass sich die Ausführungsbehörden bei der Erhebung von Künstlersozialabgabe von ausländischen Plattformen mit praktischen Schwierigkeiten konfrontiert sehen werden:

Zustellung von Bescheiden im Ausland

Bescheide der Künstlersozialkasse bzw. der Träger der Rentenversicherung müssen den Plattformen im Ausland ordnungsgemäß bekannt gegeben bzw. zugestellt werden, um rechtliche Wirksamkeit zu entfalten. In diesem Zusammenhang wäre insbesondere zu prüfen, inwieweit

³⁵⁷ Vgl. z.B. die Grundsatzurteile zum Webdesign (BSG, Urteil vom 07.07.2005, Az.: B 3 KR 37/04 R), zum Online-Journalismus (BSG, Urteil vom 21.07.2011, Az.: B 3 KS 5/10 R) oder zum Factual Entertainment (BSG, Urteil vom 28.09.2017, Az.: B 3 KS 1/17 R).

³⁵⁸ Vgl. BSG, Urteil vom 02.04.2014, Az.: B 3 KS 3/12 R, Rn. 32.

³⁵⁹ Vgl. BSG, aaO., Rn. 31.

³⁶⁰ Dass die Leistungen und Werke de facto für die Plattform erbracht wurden, wird man allerdings dann nicht mehr annehmen können, wenn das nicht abgabepflichtige Unternehmen nicht gezielt als „Durchgangsstation“ genutzt wird, sondern die Leistungen und Werke tatsächlich von einem nicht abgabepflichtigen Unternehmen (z.B. einem ausländischen Label) erworben werden. In solchen Fällen kann keine Künstlersozialabgabe erhoben werden.

- mittelfristig eine elektronische Übermittlung von Bescheiden ins Ausland gemäß § 37 Abs. 2 S. 2 SGB X i.V.m. § 36a KSVG gewährleistet werden kann,
- eine Zustellung im Ausland gemäß § 9 VwZG rechtlich und tatsächlich möglich ist, insbesondere ob es völkerrechtliche Vereinbarungen hierzu mit den relevanten Zustellungsstaaten (v.a. USA bzw. deren einzelne Bundesstaaten) gibt und inwieweit eine Zustellung durch die ausländischen Behörden bzw. durch die zuständige diplomatische oder konsularische Vertretung der Bundesrepublik Deutschland gemäß § 9 Abs. 1 Nr. 2 VwZG eine erfolgversprechende Option ist,
- eine öffentliche Zustellung nach § 10 VwZG rechtlich und tatsächlich möglich ist.

Vollstreckung fälliger Künstlersozialabgabeforderungen

Probleme könnte auch die Vollstreckung fälliger Künstlersozialabgabeforderungen im Ausland bereiten. Die effektiven Wirkungen eines inländischen Vollstreckungstitels enden grundsätzlich an den deutschen Staatsgrenzen. Bei Vollstreckungsschuldnern mit Wohnsitz oder Sitz im Ausland kann deshalb regelmäßig nur die Vollstreckungshilfe ausländischer Behörden in Anspruch genommen werden. Für die eigene Tätigkeit der Vollstreckungsbehörde im Ausland fehlt es bereits an einer Rechtsgrundlage.³⁶¹ Es ist somit zu klären, ob für den Bereich der Sozialversicherung bereits zwischenstaatliche Vollstreckungsübereinkommen für die potenziell in Frage kommenden Vollstreckungsländer existieren. Soweit dies nicht der Fall ist bzw. die Künstlersozialabgabe davon nicht erfasst ist, müssten entsprechende Rechtsgrundlagen geschaffen werden.

Durchführung von Betriebsprüfungen

Schließlich begegnet auch die praktische Durchführung von Betriebsprüfungen im Ausland Problemen. Neben der Sprachproblematik, die bereits mit der Frage beginnt, in welcher Sprache der Bescheid abzufassen ist, könnten die voraussichtlich anzutreffenden unterschiedlichen Bilanzierungs- und Buchhaltungswesen in den unterschiedlichen Staaten zu Schwierigkeiten führen. Während die Betriebsprüfer bei inländischen Unternehmen wegen der bekannten Kontenstrukturen treffsicher und effektiv abgabepflichtige Entgeltzahlungen erkennen können, wird dies bei bisher unbekanntem Buchhaltungsstrukturen ausländischer Unternehmen mutmaßlich schwierig sein. Es bedürfte somit einer intensiven Einarbeitung in die verschiedenen Buchhaltungsstrukturen der im Wesentlichen in Frage kommenden Länder. Entsprechendes gilt in Bezug auf ausländische zivil-, gesellschafts- und handelsrechtliche Fragestellungen, die bei der Prüfung vertraglicher Beziehungen ausländischer Abgabepflichtiger zu selbstständigen Künstlern und Publizisten Relevanz erlangen können.

Insgesamt müssen die im Rahmen der vorliegenden Studie von den Ausführungsbehörden geäußerten Bedenken selbstverständlich ernst genommen und die rechtlichen und tatsächlichen Möglichkeiten der Erhebung von Künstlersozialabgabe im Ausland unter Berücksichtigung des damit verbundenen administrativen und finanziellen Aufwands sorgfältig eruiert werden. Die potenziell auftretenden Probleme erscheinen jedoch a priori keineswegs unlösbar und sollten berechnete Überlegungen zur Heranziehung ausländischer Plattformen zur Künstlersozialabgabe nicht im Keim ersticken.

³⁶¹ Vgl. (zur Vollstreckung in einem anderen Bundesland) BGH, Urteil vom 22.05.1970, Az.: IV ZR 1008/68; *Hök*, Vollstreckung öffentlicher Forderungen im Ausland, EUROJURIS – LAW – JOURNAL, abrufbar unter <http://www.eurojurislawjournal.net/RA/Hoek-Dr/Beitraege-d/Vollstr-Ausl-3-11-98.htm> (Abruf am 13.9.2018).

5.3.9 Aktuelle Entwicklungen in Rechtsprechung und Gesetzgebung

5.3.9.1 Entscheidungen des Bundesgerichtshofs

Beim Bundesgerichtshof sind derzeit mehrere Verfahren anhängig, in denen es um die Frage geht, ob Plattformen wie YouTube³⁶² oder Uploaded³⁶³ tatsächlich – wie oben dargelegt – verantwortliche Nutzer im Sinne des Urheberrechts sind und damit eine Vergütung für die Nutzung urheberrechtlich geschützter Werke und Leistungen schulden oder nicht.

Im Verfahren Peterson ./ YouTube hat der BGH mit Beschluss vom 13. September 2018 das Verfahren ausgesetzt und das Vorabentscheidungsverfahren gemäß Art. 267 AEUV eingeleitet. Unter anderem hat er dem EuGH die Frage vorgelegt, ob der Betreiber einer Internetvideoplattform, auf der Nutzer Videos mit urheberrechtlich geschützten Inhalten ohne Zustimmung der Rechtsinhaber öffentlich zugänglich machen, eine Handlung der Wiedergabe im Sinne von Art. 3 Abs. 1 der Richtlinie 2001/29/EG vornimmt, wenn

- er mit der Plattform Werbeeinnahmen erzielt, der Vorgang des Hochladens automatisch und ohne vorherige Ansicht oder Kontrolle durch den Betreiber erfolgt,
- der Betreiber nach den Nutzungsbedingungen für die Dauer der Einstellung des Videos eine weltweite, nicht-exklusive und gebührenfreie Lizenz an den Videos erhält,
- der Betreiber in den Nutzungsbedingungen und im Rahmen des Hochladevorgangs darauf hinweist, dass urheberrechtsverletzende Inhalte nicht eingestellt werden dürfen,
- der Betreiber Hilfsmittel zur Verfügung stellt, mit deren Hilfe Rechtsinhaber auf die Sperrung rechtsverletzender Videos hinwirken können,
- der Betreiber auf der Plattform eine Aufbereitung der Suchergebnisse in Form von Ranglisten und inhaltlichen Rubriken vornimmt und registrierten Nutzern eine an von diesen bereits angesehenen Videos orientierte Übersicht mit empfohlenen Videos anzeigen lässt,

sofern er keine konkrete Kenntnis von der Verfügbarkeit urheberrechtsverletzender Inhalte hat oder nach Erlangung der Kenntnis diese Inhalte unverzüglich löscht oder unverzüglich den Zugang zu ihnen sperrt.³⁶⁴

Auch in den Musterverfahren gegen Uploaded hat der BGH mit Beschluss vom 20. September 2018 dem EuGH diverse Fragen zur Haftung der Plattform zur Vorabentscheidung vorgelegt.³⁶⁵

³⁶² Peterson ./ YouTube LLC. (Az.: I ZR 140/15). Das ähnlich gelagerte Verfahren GEMA ./ YouTube, in dem Lausen Rechtsanwälte die GEMA vertreten hatte, wurde kurz vor der mündlichen Verhandlung beim BGH im April 2016 verglichen.

³⁶³ GEMA ./ Cyando AG (Uploaded) (Prozessbevollmächtigte GEMA: Lausen Rechtsanwälte); Elsevier Inc. ./ Cyando AG (Prozessbevollmächtigte Elsevier: Lausen Rechtsanwälte); Sony Music ./ Cyando AG (Prozessbevollmächtigte Sony Music: Lausen Rechtsanwälte); S. Fischer Verlag ./ Cyando AG (Prozessbevollmächtigte S. Fischer Verlag: Lausen Rechtsanwälte); Constantin Film ./ Cyando AG (Prozessbevollmächtigte Constantin Film: Lausen Rechtsanwälte). Diese Musterverfahren von Unternehmen aus der gesamten Kulturbranche sind jeweils unterschiedlich gelagert und fokussieren im Detail unterschiedliche rechtliche Probleme im Zusammenhang mit der Verantwortlichkeit von Plattformen. Die Plattform Uploaded ist ebenfalls eine UGC-Plattform, die allerdings eine etwas andere Funktionalität aufweist als YouTube und im allgemeinen Sprachgebrauch als „Sharehoster“ bezeichnet wird.

³⁶⁴ Vgl. Beschluss des BGH vom 13.09.2018, Az.: I ZR 140/15, abrufbar unter <https://juris.bundesgerichtshof.de/cgi-bin/rechtsprechung/document.py?Gericht=bgh&Art=pm&Datum=2018&Sort=3&anz=151&pos=1&nr=87859&linked=bes&Blank=1&file=dokument.pdf> (Abruf am 13.9.2018).

³⁶⁵ Vgl. Beschluss des BGH vom 20.09.2018, Az.: I ZR 53/17, abrufbar unter <https://juris.bundesgerichtshof.de/cgi-bin/rechtsprechung/document.py?Gericht=bgh&Art=en&nr=88816&pos=0&anz=1> (Abruf am 13.9.2018).

Für den Fall, dass der EuGH und ihm folgend der BGH letztlich eine öffentliche Zugänglichmachung und damit eine urheberrechtliche Verantwortung von Plattformen wie YouTube bejaht, wäre dies auch ein deutliches Signal für die Möglichkeit der Heranziehung der Plattformen zur Künstlersozialabgabe.

5.3.9.2 Urteil des Wiener Handelsgerichts

Im Juni 2018 hat das Handelsgericht Wien in einem noch nicht rechtskräftigen Urteil festgestellt, dass YouTube für die auf der Plattform von Usern begangenen Urheberrechtsverletzungen haftet. Das Gericht führte wörtlich aus:

„Durch die erfolgten Verknüpfungen, Sortierungen, Filterungen und Verlinkungen, insbesondere durch Erstellung von Inhaltsverzeichnissen nach vorgegebenen Kategorien, Ermittlung des Surfverhaltens der Nutzer und Erstellung eines maßgeschneiderten Surforschlags, Anbieten von Hilfestellungen etc. verlässt YouTube die Rolle eines neutralen Vermittlers und kann sich daher nicht auf das Host-Provider Privileg berufen.“³⁶⁶

Dies entspricht exakt der von den Autoren der vorliegenden Studie vertretenen Rechtsauffassung, die dem unterbreiteten Regelungsvorschlag zur Heranziehung ausländischer Plattformen wie YouTube zur Künstlersozialabgabe zugrunde liegt.

5.3.9.3 EU-Urheberrechtsreform

Im Zuge einer geplanten Reform des EU-Urheberrechts hatte die EU-Kommission im September 2016 einen Vorschlag für eine Richtlinie über das Urheberrecht im digitalen Binnenmarkt vorgelegt.³⁶⁷ Im Mai 2018 hat der EU-Rat seine Stellungnahme beschlossen. Danach soll es in Artikel 13 der geplanten Richtlinie heißen:

Article 13 Use of protected content by online content sharing service providers

1. Member States shall provide that an online content sharing service provider performs an act of communication to the public or an act of making available to the public when it gives the public access to copyright protected works or other protected subject matter uploaded by its users.³⁶⁸

Artikel 13 Nutzung geschützter Inhalte durch Anbieter von Online-Inhaltsweitergabediensten

1. Die Mitgliedstaaten legen fest, dass ein Anbieter von Online-Inhaltsweitergabediensten eine öffentliche Wiedergabe oder eine öffentliche Zugänglichmachung vornimmt, wenn er der Öffentlichkeit Zugang zu urheberrechtlich geschützten Werken oder anderen Schutzgegenständen bietet, die von seinen Nutzern hochgeladen wurden.³⁶⁹

Auch in der vom Europaparlament am 12. September 2018 beschlossenen Textfassung³⁷⁰ ist eine vergleichbare Regelung in Artikel 13 des Richtlinienentwurfs vorgesehen, wonach Online-Inhaltsweitergabedienste eine öffentliche Wiedergabe vornehmen.

³⁶⁶ OTS Pressemitteilung vom 06.06.2018, abrufbar unter https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20180606_OTSO177/puls-4-gewinnt-prozess-gegen-youtube (Abruf am 13.9.2018).

³⁶⁷ Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates über das Urheberrecht im digitalen Binnenmarkt vom 14.09.2016 (COM(2016)0593 – C8-0383/2016 – 2016/0280(COD)).

³⁶⁸ Stellungnahme des Rates der Europäischen Union zur Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates über das Urheberrecht im digitalen Binnenmarkt vom 25.05.2018, 9134/18, abrufbar unter <https://www.consilium.europa.eu/media/35373/st09134-en18.pdf> (Abruf am 13.9.2018).

³⁶⁹ Eigene, nicht-offizielle Übersetzung.

³⁷⁰ Vgl. <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P8-TA-2018-0337+0+DOC+XML+V0//DE> (Abruf am 13.9.2018).

Sollte tatsächlich eine Richtlinie mit einer solchen oder einer ähnlichen Regelung verabschiedet werden, würde in Gesetzesform gegossen werden, dass UGC-Plattformen eine öffentliche Wiedergabe bzw. öffentliche Zugänglichmachung vornehmen. Damit wäre die Diskussion um die Rolle von UGC-Plattformen beendet und eine unmittelbare Grundlage für die hier vorgeschlagene Heranziehung von UGC-Plattformen zur Künstlersozialabgabe geschaffen. Das Ergebnis der nun anstehenden Trilogverhandlungen zwischen Kommission, Rat und Parlament bleibt abzuwarten. Bereits jetzt zeigt sich aber, dass die in der vorliegenden Studie vorgeschlagene Neuregelung auf einer Linie mit den Bestrebungen auf EU-Ebene liegt.

5.4 Schlussfolgerungen und Handlungsansätze

Die im Rahmen der vorliegenden Untersuchung festgestellten Auswirkungen digitaler Vertriebswege auf die Abgabepflicht nach dem Künstlersozialversicherungsgesetz lassen sich wie folgt zusammenfassen:

Keine signifikante Zunahme von Selbstvermarktungsprozessen nachweisbar

Die weit verbreitete Annahme, die Digitalisierung habe zu einer signifikanten Zunahme von Selbstvermarktungsprozessen in der Kultur- und Kreativwirtschaft geführt, hat sich so im Rahmen der vorliegenden Untersuchung nicht bestätigt.

Entsprechend der Definition des Gesetzgebers und des Bundessozialgerichts liegt eine Selbstvermarktung im künstlersozialversicherungsrechtlichen Sinne nur dann vor, wenn der Künstler bzw. Publizist den Endabnehmer unmittelbar und ohne Nutzung der Organisationsstruktur eines Dritten erreicht. Nach dieser hier gebotenen Betrachtungsweise kann eine Selbstvermarktung nicht schon allein deshalb angenommen werden, weil sich der Künstler bzw. Publizist nicht der klassischen Verwerter (Verlage, Produzenten etc.) bedient, sondern eigenverantwortlich eine digitale Vermarktung initiiert. In der Regel erreicht der Kreative dadurch den Endabnehmer eben gerade nicht unmittelbar, sondern nutzt gezielt die Organisationsstruktur eines Dritten, der für ihn die Vermarktung übernimmt. Dies gilt grundsätzlich auch und insbesondere für das Selfpublishing im Buchmarkt oder eine Vermarktung über UGC-Plattformen.

Die Auswirkungen der Digitalisierung für die Künstlersozialabgabe liegen im Ergebnis nicht in einer vermeintlichen Zunahme von Selbstvermarktung und dem dadurch bedingten Wegfall abgabepflichtiger Vermarkter. Vielmehr existieren neue digitale Fremdvermarkter, die grundsätzlich zur Künstlersozialabgabe herangezogen werden können.

Potenzielle Künstlersozialabgabe-Ausfälle durch Plattformisierung

Die Untersuchung hat gezeigt, dass mit der Digitalisierung eine fortschreitende Internationalisierung und Plattformisierung der Kultur- und Kreativwirtschaft einhergeht. In allen untersuchten Teilmärkten nehmen Plattformen eine entscheidende Rolle ein; häufig haben die Plattformbetreiber ihren Sitz im Ausland (z.B. YouTube, Facebook, Instagram, Amazon, Spotify, Netflix usw.).

Soweit die ausländischen Plattformen direkte Vertragsbeziehungen zu Künstlern bzw. Publizisten haben und in der Verwertungskette keine sonstigen abgabepflichtigen Unternehmen greifbar sind, ergeben sich potenzielle Einnahmeausfälle bei der Erhebung der Künstlersozialabgabe. Diese lassen sich indes auf Grundlage des vorhandenen Datenmaterials nicht näher quantifizieren. Die ohnehin nur punktuell verfügbaren Zahlen sind hierfür nicht hinreichend spezifisch. So ließ sich insbesondere nicht ermitteln, wie hoch die gezahlten Entgelte einzelner Plattformen für künstlerische/ publizistische Leistungen und Werke insgesamt sind und zu welchem Anteil diese Entgelte direkt an selbst-

ständige Künstler und Publizisten gezahlt werden und nicht z.B. an Labels, Verlage oder andere Intermediäre. Für eine Quantifizierung von Einnahmeverlusten der KSK infolge der Beteiligung ausländischer Plattformen müsste eine gezielte Primärdatenerhebung bei den Plattformen durchgeführt werden.

Lösungsansatz zur Heranziehung ausländischer Plattformen zur Künstlersozialabgabe

Aufgrund des im Sozialversicherungsrecht geltenden Territorialitätsprinzips können Unternehmen ohne Sitz im Inland aktuell nicht zur Künstlersozialabgabe herangezogen werden. Es wäre eine Gesetzesänderung erforderlich, um ausländische Plattformen der Abgabepflicht zu unterwerfen.

Diese könnte so aussehen, dass an den urheberrechtlichen Begriff der öffentlichen Zugänglichmachung angeknüpft wird und Plattformen mit Sitz im In- oder Ausland der Abgabepflicht unterworfen werden, die künstlerische bzw. publizistische Werke oder Leistungen im Inland öffentlich zugänglich machen.

Zwar bestreiten UGC-Plattformen wie YouTube stets, eine solche öffentliche Zugänglichmachung vorzunehmen und behaupten, lediglich technische Infrastrukturdienstleister für die Nutzer zu sein, um sich einer Verantwortlichkeit für die Inhalte auf der Plattform zu entziehen. Bei näherer Betrachtung weisen UGC-Plattformen jedoch letztlich die gleichen Funktionen auf, wie Verkaufsplattformen (Suchfunktion, Indexierung, personalisierte Empfehlungen usw.). Die Inhalte werden im eigenen Namen und auf eigene Rechnung durch die Plattform vermarktet. Man muss deshalb zu dem Ergebnis gelangen, dass UGC-Plattformen die von den Nutzern hochgeladenen Inhalte öffentlich zugänglich machen und die an Uploader ausgeschütteten Werbeerlöse ein Entgelt für künstlerische bzw. publizistische Leistungen und Werke darstellen.

Die Anknüpfung an die öffentliche Zugänglichmachung hat den Vorteil, dass im Urheberrecht bereits einschlägige Rechtsprechung auf nationaler und europäischer Ebene zur öffentlichen Zugänglichmachung durch Plattformen existiert und es im Rahmen einer geplanten EU-Urheberrechtsreform aktuell sogar Bestrebungen gibt, gesetzlich festschreiben zu lassen, dass UGC-Plattformen eine öffentliche Zugänglichmachung vornehmen.

Eine gesetzliche Neuregelung, welche an die öffentliche Zugänglichmachung im Inland anknüpft, begegnet a priori keinen verfassungs- oder europarechtlichen Bedenken, wobei diesbezüglich keine vertiefte rechtliche Prüfung im Rahmen dieser Untersuchung erfolgt ist.

Zu berücksichtigen sind mögliche praktische Schwierigkeiten der Ausführungsbehörden bei der Erhebung von Künstlersozialabgabe bei ausländischen Plattformen. Dies gilt sowohl für die Zustellung von Bescheiden im Ausland als auch für die Vollstreckung fälliger Künstlersozialabgabebeforderungen und die Durchführung von Betriebsprüfungen. Diesbezüglich müssen die rechtlichen und tatsächlichen Möglichkeiten unter Berücksichtigung des damit verbundenen administrativen und finanziellen Aufwands sorgfältig eruiert werden.

Ganz konkret wird von den Verfassern der vorliegenden Studie eine gesetzliche Neuregelung im Katalog der typischen Verwerter des § 24 Abs. 1 S. 1 KSVG angeregt, wonach Plattformen mit Sitz im In- oder Ausland abgabepflichtig sind, die künstlerische bzw. publizistische Werke oder Leistungen im Inland öffentlich zugänglich machen.

Weitere Regelungen zu ausländischen Plattformen – insbesondere bezüglich der Bemessungsgrundlage im Sinne des § 25 KSVG – erscheinen nicht geboten. Bei entsprechender Formulierung einer

Neuregelung in § 24 KSVG würde sich ohne weiteres aus § 25 Abs. 1 S. 1 KSVG ergeben, dass nur diejenigen Entgelte an Künstler und Publizisten abgabepflichtig sind, die auf die öffentliche Zugänglichkeit im Inland entfallen (z.B. bei YouTube Werbeeinnahmen durch Videoabrufe in Deutschland). Damit dürfte auch der vom Bundessozialgericht für eine Abgabepflicht geforderte hinreichende Inlandsbezug sichergestellt sein.

Die hier vorgeschlagene gesetzliche Neuregelung ist als erster Denkansatz zu verstehen. Die weitere Entwicklung der Rechtsprechung sowie der Gesetzgebung müssen unbedingt im Blick behalten werden. Außerdem ist zu berücksichtigen, dass Plattformen unterschiedliche Geschäftsmodelle aufweisen, welche laufend verändert und an neue rechtliche Vorgaben angepasst werden. Insofern müssen Überlegungen zu einer Abgabepflicht von ausländischen Plattformen einen dynamischen Prozess darstellen, der mit der vorliegenden Untersuchung nur seinen Anfang genommen hat und fortgeführt werden sollte.

Literaturverzeichnis

- Affiliate & Recht (2018). Vertragsverhältnisse zwischen Affiliate, Merchant und Affiliate-Netzwerk. URL: <http://www.affiliateundrecht.de/aufsaeetze/vertragsverhaeltnisse-zwischen-affiliate-merchant-und-affiliate-netzwerk/> (Abruf am 13.9.2018).
- Alexa Internet Inc. (o.J.). Alexa Ranking 2018 für Deutschland. URL: <https://www.alexa.com/topsites/countries/DE> (Abruf am 13.9.2018).
- APA-OTS Originaltext-Service GmbH (2018). PULS 4 gewinnt Prozess gegen YouTube. OTS Pressemitteilung. URL: https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20180606_OTS0177/puls-4-gewinnt-prozess-gegen-youtube (Abruf am 13.9.2018).
- Apple (2018). Offering Subscriptions. URL: <https://developer.apple.com/app-store/subscriptions/>. (Abruf am 13.9.2018).
- Arndt, Hans-Wolfgang (2013). Zur verfassungsrechtlichen Problematik des Künstlersozialversicherungsgesetzes. URL: http://www.kskontra.de/md.static/Gutachten_KSA.pdf (Abruf am 13.9.2018).
- Bartl, Marc (2018). Das Geschäftsmodell der Zukunft heißt Demut – 4 Medien-Thesen von Veit Dengler. kress.de. <https://kress.de/news/detail/beitrag/139674-das-geschaeftsmodell-der-zukunft-heisst-demut-4-thesen-von-veit-dengler.html> (Abruf am 13.9.2018).
- Baumann, Jana; Rudzio, Kolja (2016). Crowdfunding: Die neuen Heimwerker. Die Zeit. URL: <https://www.zeit.de/2016/18/crowdfunding-freelancer-digital-arbeitsmarkt> (Abruf am 13.9.2018).
- BDZV (2017). Die deutschen Zeitungen in Zahlen und Daten 2018.
- BDZW (2017). Zur wirtschaftlichen Lage der Zeitungen in Deutschland 2017.
- Berufsverband der Kommunikationsdesigner (2014). Honorar- und Gehaltsreport 2014. Ein Überblick über die Einkommen im Kommunikations- und Industriedesign.
- BGH (2018). Pressemitteilung Nr. 150/2018. Fragen zur Haftung von YouTube für Urheberrechtsverletzungen. URL: <https://juris.bundesgerichtshof.de/cgi-bin/rechtsprechung/document.py?Gericht=bgh&Art=pm&Datum=2018&Sort=3&nr=87409&pos=1&anz=151> (Abruf am 13.9.2018).
- BGH, Urteil vom 15.02.2007, Az. ZR 114/04, GRUR 2007, 871; MüKoBGB-Drexl, 7. Auflage 2018, Internationales Immaterialgüterrecht, Rn. 199.
- BGHL (2013): Siebtes Gesetz zur Änderung des Fimförderungsgesetzes vom 07.08.2013, BGBl. I S. 3082 (Nr. 47).
- Bitkom e.V. (2016). Zukunft der Consumer Technology – 2016: Marktentwicklung, Schlüsseltrends, Mediennutzung, Konsumentenverhalten, Neue Technologien. Berlin.

- Block, Amke et al. (2010). Online Künstler-Selbstvermarktung. URL:
https://www.popakademie.de/Leitfaden_Selbstvermarktung_Popakademie.pdf
(Abruf am 13.9.2018).
- Blogverdiener (2018). Erfahrungen zu Textbroker.
- BMWi (2015). InfoKreativ: Praxistipps für Kreative und Kulturschaffende: Designwirtschaft.
- BMWi (2016). Digitale Strategie 2025. Berlin.
- BMWi (2017). Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2017.
- BMWi (2017). Weißbuch Digitale Plattformen. Digitale Ordnungspolitik für Wachstum, Innovation, Wettbewerb und Teilhabe. Berlin.
- Börsenverein des Deutschen Buchhandels (2017). ABC des Zwischenbuchhandels. URL:
https://www.boersenverein.de/de/portal/ABC_des_Zwischenbuchhandels/174393?glossar=a&wort=795400 (Abruf am 13.9.2018).
- Books on Demand (2016). Europäische Self-Publishing-Studie 2016: Etablierung und Chancen: Selfpublishing im internationalen Vergleich. URL:
https://www.bod.de/fileadmin/user_upload_de_ch/Landingpages/Self-Publishing-Studie-2016/Europaeische_Self-Publishing-Studie-2016.pdf (Abruf am 13.9.2018).
- Buchreport.de (2016). Sweek: Wattpad auf Europäisch. URL:
<https://www.buchreport.de/2016/05/06/sweek-wattpad-auf-europaeisch/>
(Abruf am 13.9.2018).
- Bundesministerium für Arbeit und Soziales (2017). Arbeit weiterdenken. Weißbuch „Arbeiten 4.0“. Berlin.
- Bundesministerium für Arbeit und Soziales (2007). Künstlersozialversicherungsgesetz. Hintergründe und aktuelle Anforderungen.
- Bundesverband Digitale Wirtschaft e.V. (2016). Programmatic Advertising Kompass 2016/2017. URL:
https://www.bvdw.org/fileadmin/bvdw/upload/publikationen/programmatic_advertising/Kompass_Programmatic_Advertising_2016_2017.pdf (Abruf am 13.9.2018).
- Bundesverband Digitale Wirtschaft e.V. (2017). BVDW-Werbestatistik – Programmatic Advertising 2017/02. URL:
https://www.bvdw.org/fileadmin/bvdw/upload/publikationen/programmatic_advertising/factsheet_programmatic-advertising_2017_02.pdf (Abruf am 13.9.2018).
- Bundesverband Digitale Wirtschaft e.V. (2018), OVK-Report für digitale Werbung 2018/01: Online und Mobile – Zahlen und Trends im Überblick. URL:
https://www.bvdw.org/fileadmin/bvdw/upload/publikationen/ovk/RZ_OVK_Report_2018_1_final.pdf (Abruf am 13.9.2018).
- Bundesverband Musikindustrie e.V., GfK Entertainment (2017): Musikindustrie in Zahlen 2017.
- Bundesverband Musikindustrie (2015). Musikwirtschaft in Deutschland.

- Bundesverband Musikindustrie e.V. Umsatz. URL: <http://www.musikindustrie.de/umsatz/> (Abruf am 13.9.2018).
- Business Insights (2009). Video Gaming Market Outlook.
- BVerfG, Beschluss vom 08.04.1987, Az. 2 BvR 909/82, BVerfGE 75, 108, Rz. 198.
- BVerfG, Urteil vom 19.09.1996, GRUR 1997, 123 – Kopierladen I; BGH, Urteil vom 04.07.1996, NJW 1997, 320 – Klimbim; BVerfG, Urteil vom 07.07.1971, GRUR 1972, 488 – Tonbandvervielfältigung.
- BVerfG, Urteil vom 28.01.2014, Az. 2 BvR 1561/12, BVerfGE 135, 155.
- Centre de Recherches en Information, Droit et Société (CRIDS) der Universität Namur, KEA European Affairs (2014) im Auftrag des Rechtsausschusses des Europäischen Parlaments. Contractual arrangements applicable to creators: law and practice in selected Member States.
- Charles river Associates (2014). Economic Analysis of the Territoriality of the Making Available Right in the EU.
- Computerbild.de (2017). So viel verdienen die populärsten Social-Media-Stars. URL: <http://www.computerbild.de/artikel/cb-News-Internet-Social-Media-Stars-Verdienst-Influencer-17198465.html> (Abruf am 13.9.2018).
- Creative Alliance (2017). Trends, die die Kreativwirtschaft nicht ignorieren kann. Birmingham. <https://creativealliance.org.uk/millennial-trends-that-creative-industries-cant-ignore/> (Abruf am 13.9.2018).
- Delamar.de – Fachmagazin für Musiker & Produzenten. Selbstvermarktung für Musiker und Bands. URL: <https://www.delamar.de/musikbusiness/selbstvermarktung-fuer-musiker-und-bands/> (Abruf am 13.9.2018).
- Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung (2018). Kompakt: Nachrichten der Deutschen Gesetzlichen Unfallversicherung, Februar 2018, S. 1 ff. URL: http://www.dguv.de/medien/inhalt/mediencenter/dguv-kompakt/2018/20180213_dguv_kompakt.pdf (Abruf am 13.9.2018).
- Deutschland führende Agenturen GWA (2016): Gehaltsreport 2016.
- DGUV Kompakt (2018). Herausforderung Plattformökonomie. URL: http://www.dguv.de/medien/inhalt/mediencenter/dguv-kompakt/2018/20180213_dguv_kompakt.pdf (Abruf am 13.9.2018).
- DGUV Kompakt (2018). Nachrichten der Deutschen Gesetzlichen Unfallversicherung. URL: http://www.dguv.de/medien/inhalt/mediencenter/dguv-kompakt/2018/20180213_dguv_kompakt.pdf (Abruf am 13.09.2018).
- DJV (2014). DJV-Umfrage freie Journalisten 2014.
- DJV (2016). Honorartabelle für freie arbeitnehmerähnliche Journalistinnen und Journalisten an Tageszeitungen 2016-2018. URL: https://www.djv-mv.de/fileadmin/user_upload/Honorartabelle_f%C3%BCr_Text-_und_Bildbeitr%C3%A4ge.pdf. (Abruf am 13.9.2018).

- European Audiovisual Observatory (2017). World Film Market Trends.
- European Audiovisual Observatory (2011). World Film Market Trends.
- Europäische Kommission (2010). Grünbuch zur Erschließung des Potenzials der Kultur- und Kreativindustrien. Brüssel, KOM(2010) 183/3.
- Europäische Kommission (2015). Remuneration of authors and performers for the use of their work.
- Europäische Kommission (2015). Strategie für einen digitalen Binnenmarkt für Europa. Brüssel. COM(2015) 192 final.
- Europäische Kommission (2016). Beschluss der EU-Kommission vom 01.09.2016, C(2016).
- Europäische Kommission (2017). Mapping the creative value chains: A study on the economy of culture in the digital age: final report.
- Europäische Kommission (2017). Mid-Term Review on the implementation of the Digital Single Market Strategy: A Connected Digital Single Market for All. Brüssel. COM(2017) 228 final.
- Europäische Kommission (2018). Pressemitteilung. Kommission schlägt neue Besteuerungsregeln für digitale Wirtschaft vor. URL: https://ec.europa.eu/germany/news/20180321-digitale-wirtschaft_de (Abruf am 13.9.2018).
- Europäische Kommission (2018). Pressemitteilung. Besteuerung der digitalen Wirtschaft: Kommission schlägt neue Maßnahmen vor, damit alle Unternehmen in der EU faire Steuern zahlen. URL: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-2041_de.htm (Abruf am 13.9.2018).
- Europäischer Rat (2018). Stellungnahme. Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates über das Urheberrecht im digitalen Binnenmarkt. Nr. 9134/18. URL: <https://www.consilium.europa.eu/media/35373/st09134-en18.pdf> (Abruf am 13.9.2018).
- Europäisches Parlament (2018). Urheberrecht im digitalen Binnenmarkt. Abänderungen. URL: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P8-TA-2018-0337+0+DOC+XML+V0//DE> (Abruf am 13.9.2018).
- European Games Developer Federation (2011). Game Development and Digital Growth.
- Fachgruppe Online-Mediaagenturen (2017). FOMA Trendmonitor 2017 URL: https://www.bvdw.org/presseserver/Publikationen/BVDW_FOMA_Trendmonitor_2017.PDF (Abruf am 13.9.2018).
- Finke, Hugo; Brachmann, Wolfgang; Nordhausen, Willy. (2009). Künstlersozialversicherungsgesetz: KSVG, 4. Auflage. CH Beck: München.
- Forschungsstelle Medienwirtschaft und Kommunikationsforschung (2014). Blogger 2014 – Das Selbstverständnis von Themenbloggern und ihr Verhältnis zum Journalismus.
- Game - Verband der deutschen Game-Branche (2016). Let's Plays beliebt: Über eine Million Deutsche bezahlen freiwillig für Let's-Play-Inhalte auf YouTube und Co. URL: <https://www.game.de/blog/2016/10/19/lets-plays-beliebt-ueber-eine-million-deutsche-bezahlen-freiwillig-fuer-lets-play-inhalte-auf-youtube-und-co/> (Abruf am 13.9.2018).

- Global Music Report (2018). Annual State of the Industry. URL:
http://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/06_Publikationen/GMR/GMR2018.pdf (Abruf am 13.09.2018).
- Goldmedia Blog (2017). Trendmonitor 2018: Disruption durch die Blockchain. Von Plattformanbietern ist Weitsicht gefragt.
<http://www.goldmedia.com/blog/2017/12/trendmonitor-2018-disruption-durch-die-blockchain/> (Abruf am 13.9.2018).
- González-Piñero, Manel (2017). Redefining the Value Chain of Video Games Industry.
- Hamburg Media School (2017). Die Computer- und Videospieleindustrie in Deutschland.
- Hamburg Media School, DIW Econ (2017). Wirtschaftliche Bedeutung der Filmindustrie in Deutschland: Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie.
- Hans-Bredow-Institut (2017). Zur Entwicklung der Medien in Deutschland zwischen 2013 und 2016.
- Hök, Götz-Sebastian; Prehm, Karl Heinz (2018). Vollstreckung öffentlicher-rechtlicher Forderungen im Ausland. EUROJURIS – LAW – JOURNAL. URL: <http://www.eurojurislawjournal.net/RA/Hoek-Dr/Beitraege-d/Vollstr-Ausl-3-11-98.htm> (Abruf am 13.9.2018).
- Horizont Online (2018). So schätzen Media-Entscheider den Werbemarkt 2018 ein. URL:
<https://www.horizont.net/agenturen/nachrichten/TV-Kino-Online-OoH-So-schaetzen-Media-Entscheider-den-Werbemarkt-2018-ein-164019> (Abruf am 13.9.2018).
- ICG culturplan Unternehmensberatung GmbH (2010). Kulturwirtschaft in Düsseldorf. Entwicklung und Potentiale.
- Ingham, Tim (2015): Major Labels keep 73% of Spotify Premium Payouts – Report. Music Business Worldwide. URL: <https://www.musicbusinessworldwide.com/artists-get-7-of-streaming-cash-labels-take-46/> (Abruf am 13.9.2018).
- Institut für Europäisches Medienrecht (2016). (Neue) Geschäftsmodelle der Medienagenturen – Eine ökonomische und rechtliche Betrachtung.
- Institut für Mittelstand IfM (2018): Monatliches Nettoeinkommen der Selbstständigen 2013 bis 2017 in Deutschland. URL: https://www.ifm-bonn.org/fileadmin/data/redaktion/statistik/selbststaendige-freie_berufe/dokumente/Selb-Nettoeinkommen_2013-2017.pdf (Abruf am 13.9.2018).
- International Federation of the Phonographic Industry (2016). Global Music Report (2018). Annual State of the Industry.
- International Federation of the Phonographic Industry (2018). Global Music Report (2018). Annual State of the Industry.
- Jung von Matt, Brandnew u. Facelift (2017). Influencer Marketig – What Drives Influencers.
- Kleiner, Marcus (2017). Netflix bietet eine audiovisuelle Volkskultur. Deutschlandfunk. URL:
http://www.deutschlandfunk.de/ein-streaming-dienst-veraendert-die-welt-netflix-bietet.807.de.html?dram:article_id=394614 (Abruf am 13.9.2018).

- Kneschke, Robert (2016). Geld verdienen mit dem Verkauf von Fotos? Umsätze und Erfahrungen von Microstock-Anfängern (2016). alltageinesfotoproduzenten.de. URL: <https://www.alltageinesfotoproduzenten.de/2016/01/11/geld-verdienen-mit-dem-verkauf-von-fotos-umsaetze-und-erfahrungen-von-microstock-anfaengern/> (Abruf am 13.9.2018).
- Koalitionsvertrag zwischen CDU, CSU und SPD, 19. Legislaturperiode (2018).
- Kuchera, Ben (2018). Report: 7,672 games were released on Steam in 2017. Polygon URL: <https://www.polygon.com/2018/1/10/16873446/steam-release-dates-2017>. (Abruf am 13.9.2018).
- Künstlersozialkasse (o.J.). FAQ der KSK. URL: <https://www.kuenstlersozialkasse.de/unternehmen-und-verwerter/faq-unternehmen-und-verwerter.html> (Abruf am 13.9.2018).
- Kurt Salmon (2015). Have the cultural and creative sectors found the formula for development in the digital age? A report prepared for the Forum d'Avignon.
- Landesanstalt für Medien NRW (2014). Digitaler Journalismus. Dynamik – Teilhabe – Technik liberaudio.de. Was ist ACX. URL: <https://www.liberaudio.de/was-ist-acx/> (Abruf am 13.9.2018).
- Leimeister et al. (2016). Crowd Worker in Deutschland. Eine empirische Studie zum Arbeitsumfeld auf externen Crowd-sourcing-Plattformen.
- Matting, Matthias (2018). Die große Selfpublishing-Umfrage 2018: Die besten Dienstleister, die wichtigsten Shops. selfpublisherbibel.de. URL: <http://www.selfpublisherbibel.de/die-grosse-selfpublishing-umfrage-2018/?highlight=umfrage> (Abruf am 13.9.2018).
- MedienVielfaltsMonitor (2016). MedienVielfaltsMonitor: Ergebnisse 1. Halbjahr 2016.
- Merlin (2018). What we do. URL: <http://www.merlinnetwork.org/what-we-do>. (Abruf am 13.9.2018).
- Musicbusinessworld.com (2015). Major Labels Keep 73% of Spotify Premium Payouts – Report. URL: <https://www.musicbusinessworldwide.com/artists-get-7-of-streaming-cash-labels-take-46/> (Abruf am 13.9.2018).
- Musikwirtschaftsforschung (2017). Die Musikstreaming-Ökonomie – Ein Einblick. URL: <https://musikwirtschaftsforschung.wordpress.com/2017/04/20/die-musikstreaming-oekonomie-ein-einblick/> (Abruf am 13.9.2018).
- Münchener Anwaltshandbuch Sozialrecht (2018). 5. Auflage. Hrsg.: Plagemann, Hermann. CH Beck: München.
- Münchener Kommentar zum Bürgerlichen Gesetzbuch: BGB (2018). 7. Auflage. Hrsg.: Säcker, Franz Jürgen u.a., CH Beck: München.
- NDR (2018). Die deutsche Medienlandschaft in Zahlen. Nach: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger, URL: <https://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/zapp/medienpolitik/Die-deutsche-Medienlandschaft-in-Zahlen,medienpolitik122.html> (Abruf am 13.9.2018).
- Noelkel, Lenz (2017). So erleichtern Textroboter die Arbeit im Marketing. Cancom.Info – Das Business IT Journal. URL: <https://www.cancom.info/2017/06/so-erleichtern-textroboter-die-arbeit-im-marketing/> (Abruf am 13.9.2018).

- Nussmayr, Katrin (2014). Musik-Streaming: Wie viele Hörer man braucht, um 100 Euro zu verdienen. Die Presse. URL: https://diepresse.com/home/techscience/internet/4594178/MusikStreaming_Wie-viele-Hoerer-man-braucht-um-100-Euro-zu-verdienen (Abruf am 13.9.2018).
- OECD (2010). The Evolution of News and the Internet. Paris.
- OECD (2012). E-Books: Developments and Policy Considerations. Paris.
- Oliver & Ohlbaum Associates; Analysys Mason (2017). The impact of the internet on the creative sector.
- Organisation der Mediaagenturen (OMG) e.V. (2017). OMG Preview 2018 – Vorabmeldung. URL: https://www.omg-mediaagenturen.de/presse/pressemitteilungen/detailansicht/news/omg-preview-2018-vorabmeldung/?tx_news_pi1%5Baction%5D=detail&tx_news_pi1%5Bcontroller%5D=News&cHash=e6aa496db7b1883a86b7d083076e2fc3&L=0 (Abruf am 13.9.2018).
- Paal, Boris P.; Pauly, Daniel A. (2018). Datenschutz-Grundverordnung Bundesdatenschutzgesetz: DSGVO BDSG. 2. Auflage. CH Beck: München.
- Pantaflix Group (2017): Pantaflix AG – Globaler Rollout läuft auf Hochtouren. URL: https://www.pantaflixgroup.com/site/assets/files/2329/2017_11_02_smc-studie_pantaflix.pdf; (Abruf am 13.9.2018).
- Presseportal.de (2017). Influencer sprechen über Geld und Transparenz. URL: <https://www.presseportal.de/pm/128459/3775109> (Abruf am 13.9.2018).
- Presseportal.de (2017). Marteria kooperiert mit Studio71. <https://www.presseportal.de/pm/127150/3677163> (Abruf am 13.9.2018).
- Prognos AG (2012). Kreativ-Report NRW. Ökonomische Bedeutung und Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen. Düsseldorf.
- Prognos, FhG-ISI (2012). Die Kultur- und Kreativwirtschaft in der gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfungskette - Wirkungsketten, Innovationskraft, Potenziale. Berlin.
- PwC (2016). Der Buchmarkt in Deutschland 2016-2020.
- PwC (2016). Global Entertainment and Media Outlook 2016-2020.
- Quora.com (2015). Valve (company): What percentage does Steam keep from sales. <https://www.quora.com/Valve-company-What-percentage-does-Steam-keep-from-sales> (Abruf am 13.09.2018).
- Radishfiction.com (2018). About. <https://www.radishfiction.com/about.html> (Abruf am 13.9.2018).
- Rebeat (2018). Rebeat Digital. URL: https://mes.rebeat.com/wp-content/uploads/manual_deutsch.pdf (Abruf am 13.9.2018).
- Rifkin, Jeremy (2007). Access: Das Verschwinden des Eigentums: Warum wir weniger besitzen und mehr ausgeben werden. 3. Aufl. Frankfurt/New York.

- Schmidt, Florian (2017). Digital Labour Markets in the Platform Economy: Mapping the Political Challenges of Crowd Work and Gig Work. Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Smehaug, Henrik (2015). Multi-Channel Networks: A look at organizational structure, monetization and creative control.
- Society of Audiovisual Authors (2015). Audiovisual Authors' Rights and Remuneration in Europe.
- Spielkamp, Matthias (2009). Branchenportrait Presse. In: Arbeit 2.0. Urheberrecht und kreatives Schaffen in der digitalen Welt.
- Statista (2018). Anteil der Downloads am Umsatz mit PC- und Konsolenspielen in Deutschland. URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/317104/umfrage/anteil-der-downloads-am-umsatz-mit-pc-und-konsolenspielen-in-deutschland/> (Abruf am 13.9.2018).
- Syndicat National Du Jeu Vidéo (2015). Baromètre annuel du Jeu Vidéo en France: Deuxième Édition. URL: http://snjv.org/wp-content/uploads/2017/09/SNJV_barometre_2015_16.pdf (Abruf am 13.9.2018).
- Textbroker (2018). Allgemeine Geschäftsbedingungen (Version 3). URL: <https://www.textbroker.de/agb> (Abruf am 13.9.2018).
- The Trichordist 2017: Streaming Price Bible. The Trichordist is a community blog. <https://thetrichordist.com/2018/01/15/2017-streaming-price-bible-spotify-per-stream-rates-drop-9-apple-music-gains-marketshare-of-both-plays-and-overall-revenue/> (Abruf am 13.9.2018).
- Tschmuck, Peter (2017). Die Musikstreaming-Ökonomie – Ein Einblick. musikwirtschaftsforschung.wordpress.com. URL: <https://musikwirtschaftsforschung.wordpress.com/2017/04/20/die-musikstreaming-oekonomie-ein-einblick/> (Abruf am 13.9.2018).
- VDZ-Jahrespressekonferenz 2018. URL: <https://www.vdz.de/branche/branchendaten/> (Abruf am 13.9.2018).
- Verband Deutscher Industriedesigner e.V. (2013). Innovationsfaktor Design: Innovationsinstrument für den Mittelstand.
- Verband Privater Rundfunk und Telemedien e. V. (2017). VPRT-Mediennutzungsanalyse 2017. Mediennutzung in Deutschland 2017. Berlin.
- Verdi (2016). Tarifvertrag für arbeitnehmerähnliche freie Journalisten und Journalisten an Tageszeitungen.
- Verordnung (EG) Nr. 864/2007 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Juli 2007 über das auf außervertragliche Schuldverhältnisse anzuwendende Recht.
- Wandtke, Artur-Axel; Bullinger, Winfried (2014). Praxiskommentar zum Urheberrecht. 4. Auflage. CH Beck: München.
- Warner, Ansgar (2017). Zukunftsmodell Guardian: Leserfinanzierung übersteigt mittlerweile die Anzeigeerlöse. [e-book-news.de](http://www.e-book-news.de). URL: <http://www.e-book-news.de/zukunftsmodell-guardian-leserfinanzierter-journalismus-ganz-ohne-paywall/> (Abruf am 13.9.2018).

Wenzel, Eike (2010): Trendwärts: Erlebnismärkte 2030. Wie wir morgen kaufen & genießen werden. München.

Wischenbart, Rüdiger (2016). Global eBook Report.

World Economic Forum, McKinsey (2018). Creative Disruption: The Impact of emerging technologies on the creative economy.

YouTube (2018). Multi-Channel-Netzwerke (MCNs) für YouTuber. URL:
<https://support.google.com/youtube/answer/2737059> (Abruf am 13.9.2018).

YouTube (2018). Nutzungsbedingungen. URL:
<https://www.youtube.com/static?gl=DE&template=terms&hl=de> (Abruf am 13.9.2018).

ZAW (2018): Netto-Umsatzentwicklung der Werbeträger 2017. URL:
<http://www.zaw.de/zaw/branchendaten/nettoumsatzentwicklung-der-werbetraeger/>
(Abruf am 13.9.2018).

Zeit Online (2018). Umsatzsteuerbetrug im Onlinehandel: Gesetz soll Steuerbetrug beim Onlinehandel stoppen. URL: <https://www.zeit.de/wirtschaft/2018-08/umsatzsteuerbetrug-onlinehandel-gesetzesentwurf-bundesregierung-ebay-amazon> (Abruf am 13.9.2018).

Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft ZAW e.V. (2017). Netto-Umsatzentwicklung der Werbeträger 2017. URL: <http://www.zaw.de/zaw/branchendaten/nettoumsatzentwicklung-der-werbetraeger/> (Abruf am 13.9.2018).

Diese Publikation wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales kostenlos herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlbewerbern oder Wahlhelfern während des Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Europa-, Bundestags-, Landtags- und Kommunalwahlen. Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Unabhängig davon, wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Publikation dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Bundesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte. Außerdem ist diese kostenlose Publikation - gleichgültig wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Publikation dem Empfänger zugegangen ist - nicht zum Weiterverkauf bestimmt.

Alle Rechte einschließlich der fotomechanischen Wiedergabe und des auszugsweisen Nachdrucks vorbehalten.

Bericht der Bundesregierung über die soziale Lage der Künstlerinnen und Künstler in Deutschland

Verzeichnis, Liste, Dokumentation / list

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:

SSG Sozialwissenschaften, USB Köln

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Bundesministerium für Arbeit und Soziales. (2000). *Bericht der Bundesregierung über die soziale Lage der Künstlerinnen und Künstler in Deutschland.*. Berlin. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-332134>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

**Bericht der Bundesregierung
über die soziale Lage der Künstlerinnen und Künstler
in Deutschland**

Übersicht

I. Berichtsauftrag	S. 2
II. Grundgedanken der Künstlersozialversicherung	S. 5
III. Entwicklung und Zusammensetzung des Versichertenbestandes	S. 7
1. Entwicklung des Versichertenbestandes	S. 7
2. Zusammensetzung des Versichertenbestandes	S. 9
IV. Die Absicherung der nach dem KSVG versicherten Künstler und Publizisten	S. 14
1. Kranken- und Pflegeversicherung	S. 14
2. Rentenversicherung	S. 16
V. Die Finanzierung der Künstlersozialversicherung	S. 28
1. Allgemeines	S. 28
2. Künstlersozialabgabe	S. 28
3. Bundeszuschuss	S. 34
VI. Reformbedarf (mit Vorschlägen der Verbände)	S. 35
1. Höhe des Bundeszuschusses	S. 36
2. Abgabesatz	S. 38
3. Regelungen im Versichertenbereich	S. 40
a) Allgemeines	S. 40
b) Begriff der Künstlersozialversicherung	S. 41

c) Vermutung einer selbständigen Tätigkeit bei Künstlern und Publizisten	S. 41
d) Geringfügigkeitsgrenze	S. 42
e) Berücksichtigung weiterer Einkommen der Künstler und Publizisten	S. 44
f) Zusammentreffen von selbständiger künstlerischer oder publizistischer Tätigkeit mit einer Beschäftigung	S. 44
g) Zugang zur gesetzlichen Krankenversicherung	S. 44
h) Zuschuss zur freiwilligen oder privaten Kranken- und Pflegeversicherung	S. 45
i) Krankengeld	S. 45
j) Mindestbeitrag	S. 46
k) Beitragsverfahren	S. 46
l) Krankenversicherung der Rentner	S. 47
m) Aufstockung niedriger Renten	S. 48
n) Arbeitslosenversicherung	S. 49
o) Gesetzliche Unfallversicherung	S. 49
4. Regelungen im Verwerterbereich	S. 50
a) Allgemeines	S. 50
b) Vermittlungsagenturen	S. 50
c) Auslandshonorare	S. 51
d) Ausgleichsvereinigungen	S. 52
e) „Abgabekumulation“ und Begrenzung der Bemessungsgrundlage der Künstler- sozialabgabe	S. 53
f) Fragen der Rechtsform	S. 54
5. Verwaltungsverfahren und Organisation	S. 54

I. Berichtsauftrag

Mit der Vorlage des Berichts kommt die Bundesregierung einem Auftrag des Haushaltsausschusses des Deutschen Bundestages nach. Anlässlich der Beratungen des Haushaltssanierungsgesetzes hat der Haushaltsausschuss am 3. November 1999 die Bundesregierung aufgefordert, bis zum 31. März 2000 einen Bericht über die soziale Lage der Künstlerinnen und Künstler in Deutschland und bis zum 30. April 2000 den Entwurf einer Novelle zum Künstlersozialversicherungsgesetz (KSVG) vorzulegen. Wegen des Zusammenhangs zwischen Bericht und KSVG-Novelle wurde der Auftrag dahin modifiziert, dass bis Ende Juni 2000 der Bericht und Eckpunkte für die Novellierung vorzulegen sind.

Der Bericht stellt die soziale Lage der Künstler und Publizisten aufgrund der Erfahrungen mit dem KSVG dar. Dies schließt eine Erörterung des Reformbedarfs und eine Bewertung der Änderungswünsche der

Verbände ein. Eine umfassende Darstellung der sozialen Lage im weiteren Sinne, also einschließlich der wirtschaftlichen Verhältnisse von Künstlern und Publizisten, hätte umfassende Ermittlungen und Erhebungen erfordert, die in dem vorgegebenen zeitlichen Rahmen nicht durchzuführen waren.

Für die Novellierung des KSVG bedarf es auch keiner solchen umfassenden Untersuchung. Als Reaktion auf den von der Bundesregierung 1975 vorgelegten Bericht über die wirtschaftliche und soziale Lage der künstlerischen Berufe (Künstlerbericht, BT-Drucks. 7/3071) hatte der Gesetzgeber 1981 eine besondere soziale Schutzbedürftigkeit der selbständigen Künstler und Publizisten bejaht und das KSVG verabschiedet. Diese besondere Schutzbedürftigkeit wird heute kaum noch bestritten. Für die Künstler und Publizisten ist die Künstlersozialversicherung ein unverzichtbarer Bestandteil ihrer wirtschaftlichen und sozialen Existenz geworden. Auch von den abgabepflichtigen Verwertern wird die Künstlersozialversicherung weitgehend akzeptiert.

Bei der Novellierung des KSVG geht es deshalb nicht um tiefgreifende strukturelle Änderungen, sondern vor allem um Anpassungen an veränderte Verhältnisse, Klärung von Zweifelsfragen sowie Verbesserung des Verfahrens.

Der Bericht erläutert zunächst die Ziele und die Funktionsweise der Künstlersozialversicherung, zeigt ihre Entwicklung anhand der Zahl der Versicherten auf und stellt den Umfang der mit ihr erreichten sozialen Absicherung dar. Nach einem Überblick über die wesentlichen Änderungen des KSVG seit seiner Novellierung im Jahre 1988 geht der Bericht auf den Reformbedarf ein und befasst sich mit den wichtigsten Änderungsvorschlägen; dabei behandelt er auch die Frage der Spartentrennung, die nach dem Beschluss des Haushaltsausschusses bei der Novellierung des KSVG noch einmal überprüft werden soll. Als Ergebnis enthält der Bericht Änderungsvorschläge an den Gesetzgeber. Soweit Vorschläge der Verbände nicht befürwortet werden können, sind dem Bericht die Gründe hierfür zu entnehmen. Das Bundesministerium der Finanzen hat sich zu den unter VI. aufgeführten Vorhaben und Positionen hinsichtlich ihrer finanziellen Auswirkungen eine abschließende Stellungnahme vorbehalten.

Der Bericht beruht in erster Linie auf statistischem Material der Künstlersozialkasse (KSK) und der Bundesversicherungsanstalt für Angestellte, auf Erfahrungen der KSK, des Bundesversicherungsamts und des Bundesministeriums für Arbeit und Sozialordnung mit dem KSVG sowie auf den Vorschlägen der Verbände der Künstler und Publizisten, der Abgabepflichtigen und der Sozialversicherungsträger. Auf den Auftrag des Haushaltsausschusses hin hat das Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung den Verbänden Gelegenheit gegeben, Vorschläge zur Novellierung des KSVG und Material für den Bericht zu übermitteln. Folgende Verbände haben Änderungen vorgeschlagen:

Arbeitsgemeinschaft Privater Rundfunk
Bund Deutscher Grafik-Designer e. V.
Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler
Bundesverband der Phonographischen Wirtschaft e. V.
Bundesverband der Veranstaltungswirtschaft e. V.
Bundesverband Deutscher Kunstverleger
Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e. V.
Bundesverband Freier Theater e. V.
Deutscher Bühnenverein
Deutscher Designertag e. V.
Deutscher Journalisten-Verband e. V.
Deutscher Kulturrat
Deutscher Künstlerbund e. V.
Deutscher Rock & Popmusiker Verband e.V.
Deutscher Tonträgerverband e. V.
Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren
Industriegewerkschaft Medien
Internationaler Fachverband Show- und Unterhaltungskunst e. V.
Radio Bremen
Tarifverband Privater Rundfunk e. V.
Verband der Deutschen Konzertdirektionen e. V.
Verband Deutscher Konzertchöre e. V.
Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e. V.
Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation e. V.
Verwertungsgesellschaft Bild-Kunst

II. Grundgedanken der Künstlersozialversicherung

Für Künstler und Publizisten besteht in der Bundesrepublik Deutschland ein umfassender Sozialversicherungsschutz - als Beschäftigte in der allgemeinen Sozialversicherung, als selbständige Künstler und Publizisten in der Künstlersozialversicherung. Selbständige Künstler und Publizisten sind seit dem 1. Januar 1983 aufgrund des KSVG vom 27. Juli 1981 als Pflichtversicherte in den Schutz der gesetzlichen Kranken- und Rentenversicherung einbezogen. Mit Wirkung vom 1. Januar 1995 ist der Versicherungsschutz um die soziale Pflegeversicherung erweitert worden.

Die Künstlersozialversicherung geht davon aus, dass selbständige Künstler und Publizisten sich größtenteils in einer wirtschaftlichen und sozialen Situation befinden, die der von Arbeitnehmern vergleichbar ist. Sie sind auf die Mitwirkung von Vermarktern oder Verwertern angewiesen, damit ihre Werke oder Leistungen dem Endabnehmer zugänglich gemacht werden können. Der Gesetzgeber hat sie deshalb in der Renten-, Kranken- und Pflegeversicherung pflichtversichert und die Finanzierung der Sozialversicherungsbeiträge derjenigen der Arbeitnehmer nachgebildet. Nach dem KSVG versicherte selbständige Künstler und Publizisten haben wie Arbeitnehmer nur den halben Beitrag zu zahlen. Der „Arbeitgeberanteil“ wird von den Verwertern aufgebracht. Soweit das aus selbständiger künstlerischer oder publizistischer Tätigkeit erzielte Arbeitseinkommen nicht auf Geschäften mit Verwertern beruht, also sog. Selbstvermarktung vorliegt, wird die zweite Beitragshälfte durch einen Bundeszuschuss gedeckt.

Für die Leistungen müssen die nach dem KSVG versicherten Künstler und Publizisten die gleichen Voraussetzungen erfüllen wie die anderen Versicherten in der Sozialversicherung.

Voraussetzung für die Versicherungspflicht ist, dass ein selbständiger Künstler oder Publizist eine künstlerische oder publizistische Tätigkeit erwerbsmäßig und nicht nur vorübergehend ausübt. Künstler ist, wer Musik, darstellende oder bildende Kunst schafft, ausübt oder lehrt. Publizist ist, wer als Schriftsteller, Journalist oder in anderer Weise publizistisch tätig ist. Versicherungspflichtig sind die erwerbsmäßig tätigen Künstler und Publizisten, also nicht Freizeit- oder Hobbykünstler. Die künstlerische oder publizistische Tätigkeit muss mit der Absicht verbunden sein, auf Dauer hieraus Einnahmen zu erzielen. Abgesehen von den Berufsanfängern muss dabei ein bestimmtes jährliches Mindesteinkommen erzielt werden (2000: 7680 DM bzw. in den neuen Bundesländern 6240 DM; künftig vorgesehen: einheitlich 7560 DM). Diese Regelung entspricht der in der Sozialversicherung allgemein geltenden sogenannten Geringfügigkeitsgrenze. Allerdings wird für Künstler und Publizisten wegen möglicher Einkommenschwankungen während eines Jahres nicht auf das Monats-, sondern auf das Jahreseinkommen abgestellt. Künstler und Publizisten, die mehr als einen Arbeitnehmer beschäftigen oder die bereits auf andere Weise sozial abgesichert sind, werden nicht nach dem KSVG versichert.

Die Versicherung beginnt in der Regel mit der Meldung des Künstlers oder Publizisten bei der KSK. Die KSK prüft anhand eines ausgefüllten Fragebogens und verschiedener Nachweise (z. B. Zeugnisse über

Ausbildung und Prüfungen, Veröffentlichungen, Rezensionen, Ausstellungskataloge, Vertragsunterlagen über Engagements, Bescheinigungen über künstlerische Tätigkeit, Preise oder Stipendien, Mitgliedsbescheinigungen von Berufsverbänden) die Künstler- bzw. Publizisteneigenschaft sowie die sonstigen Voraussetzungen für die Versicherungspflicht. Qualitätsfragen spielen für die Beurteilung keine Rolle. Die Verordnung zur Durchführung des KSVG vom 23. Mai 1984 enthält eine - allerdings nicht abschließende - Aufzählung der künstlerischen und publizistischen Berufe. Im Allgemeinen steht der Kreis der versicherungspflichtigen Künstler und Publizisten fest. In Zweifelsfällen ist die Auffassung der Fachkreise von Bedeutung. Verneint die KSK die Eigenschaft als Künstler oder Publizist, wird die Frage ggf. gerichtlich geklärt.

Berufsanfänger haben im künstlerischen und publizistischen Bereich oft eine schwierige Anlaufphase zu überwinden und sind deshalb besonders schutzbedürftig. Das KSVG sieht daher von der Voraussetzung des Mindesteinkommens eine Ausnahme vor. In den ersten fünf Jahren nach erstmaliger Aufnahme der künstlerischen oder publizistischen Tätigkeit besteht auch dann Versicherungspflicht, wenn das Arbeitseinkommen die Mindestgrenze nicht erreicht. Die KSK zahlt für diesen Personenkreis Mindestbeiträge zur Kranken-, Pflege- und Rentenversicherung; auch hier hat der Künstler oder Publizist die Hälfte selbst zu tragen. Es gibt also in der Künstlersozialversicherung keinen Versicherungsschutz ohne Beiträge; Sozialleistungen werden grundsätzlich nur erbracht, wenn und soweit vorher Beiträge entrichtet worden sind.

Die Höhe der Beiträge zur Renten-, Kranken- und Pflegeversicherung bemisst sich grundsätzlich nach dem jeweils für ein Jahr im voraus vom Versicherten geschätzten Arbeitseinkommen aus der künstlerischen oder publizistischen Tätigkeit sowie den allgemein geltenden Beitragssätzen (im Jahr 2000 insgesamt rd. 34 %). Das Einkommen wird, wie in der sonstigen Sozialversicherung auch, nur bis zur Beitragsbemessungsgrenze in die Beitragspflicht einbezogen. Die Grenze beträgt im Jahre 2000 in der Kranken- und Pflegeversicherung jährlich 77.400 DM (in den neuen Bundesländern: 63.900 DM) und in der Rentenversicherung jährlich 103.200 DM (85.200 DM). Die KSK stellt die monatlichen Beiträge fest, zieht vom Versicherten die Hälfte als dessen Beitragsanteile ein und entrichtet die Beiträge an die Bundesversicherungsanstalt für Angestellte sowie die Kranken- und Pflegekasse des Versicherten. Die zweite Beitragshälfte wird aus der Künstlersozialabgabe und dem Bundeszuschuss finanziert.

Die Künstlersozialabgabe stellt den „Arbeitgeberanteil“ dar, der von allen Unternehmen erhoben wird, die nicht nur gelegentlich Werke oder Leistungen selbständiger Künstler oder Publizisten verwerten (Verlage, Theater, Galerien, Werbeagenturen, Schallplattenhersteller, Rundfunkanstalten usw.). Der Abgabepflicht unterliegen alle an selbständige Künstler und Publizisten gezahlten Honorare. Unerheblich ist, ob der Künstler oder Publizist selbst in der Künstlersozialversicherung versichert ist. Durch das Haushaltssanierungsgesetz vom 22. Dezember 1999 ist mit Wirkung vom 1. Januar 2000 ein einheitlicher Abgabesatz eingeführt worden. Er ist an die Stelle der bisherigen Abgabesätze für die Bereiche Wort, bildende Kunst,

Musik und darstellende Kunst getreten und berücksichtigt, dass die einzelnen Bereiche aufgrund der Medienentwicklung der letzten Jahre nicht mehr eindeutig voneinander abgegrenzt werden können.

Der einheitliche Abgabesatz wird jährlich nach dem aufzubringenden Beitragsvolumen ermittelt und beträgt im Jahre 2000 4 %.

Die Mittel für die zweite Beitragshälfte werden nicht nur durch die Künstlersozialabgabe, sondern auch durch einen Zuschuss des Bundes aufgebracht. Dieser Zuschuss trägt dem Umstand Rechnung, dass die versicherten Künstler und Publizisten ihre Honorare nicht ausschließlich von abgabepflichtigen Unternehmen (Fremdvermarktung), sondern auch von Endabnehmern erhalten (z. B. private Kunstsammler, Gagen für Auftritte bei Vereinsfeiern oder privaten Festen). Diese Endabnehmer sind keine „Verwerter“ von Kunst und Publizistik und können deshalb auch nicht zu einer Abgabe herangezogen werden. Der Zuschuss ist durch das Haushaltssanierungsgesetz von 25 auf 20 % der Ausgaben der KSK abgesenkt worden, weil der Selbstvermarktungsanteil zurückgegangen ist.

Die KSK ist kein eigenständiger Versicherungsträger für die nach dem KSVG versicherten Künstler und Publizisten. Vielmehr werden diese bei der Krankenkasse ihrer Wahl kranken- und pflegeversichert und bei der Bundesversicherungsanstalt für Angestellte rentenversichert. Von diesen Versicherungsträgern erhalten sie im Versicherungsfall die üblichen Leistungen.

Das KSVG wird z. Z. von der Landesversicherungsanstalt Oldenburg-Bremen unter dem Namen „Künstlersozialkasse“ in Wilhelmshaven durchgeführt. Die KSK hat im Wesentlichen die Funktion, die Zugehörigkeit zur Künstlersozialversicherung festzustellen und die Finanzierung abzuwickeln. Sie stellt u. a. die Versicherungspflicht bzw. Versicherungsfreiheit sowie die Abgabepflicht fest, zieht die Beitragsanteile der Versicherten, die Künstlersozialabgabe und den Bundeszuschuss ein und entrichtet die Beiträge an die Versicherungsträger.

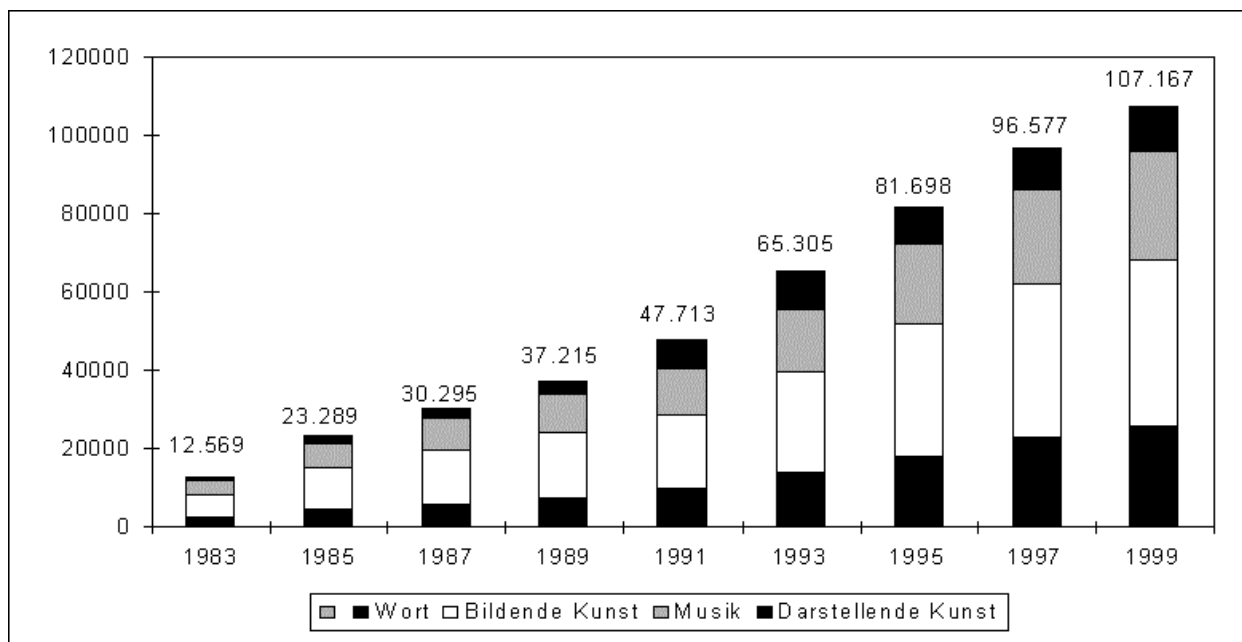
III. Entwicklung und Zusammensetzung des Versichertenbestandes

1. Entwicklung des Versichertenbestandes

Die Bedeutung, die die Künstlersozialversicherung gewonnen hat, ist an der Zahl ihrer Versicherten abzulesen. Ende 1999 waren 107 167 Künstler und Publizisten über die KSK versichert. Damit hat sich die Zahl der Versicherten seit 1988 mehr als verdreifacht (Tabelle 1).

Tabelle 1

Versichertenbestandsentwicklung



Von 1994 bis 1996 kamen jährlich etwa 8000 Versicherte hinzu. Seitdem hat sich der Zuwachs abgeflacht; im Jahre 1999 betrug er knapp 5000 Versicherte. Die Zahl der jährlichen Neuzugänge blieb in den letzten vier Jahren mit 13000 bis 14000 ziemlich konstant. Die Verminderung des Zuwachses ist auf die steigende Zahl derjenigen zurückzuführen, die jährlich aus der Künstlersozialversicherung ausscheiden (Tabelle 2).

Tabelle 2

Veränderungen im Versichertenbestand der Künstlersozialkasse

Jahr	Bestand Vorjahr	Neuzugänge	Abgänge	Zuwachs	Bestand
1994	65.305	13.093	4.672	8.421	73.726
1995	73.726	13.419	5.447	7.972	81.698
1996	81.698	14.113	6.079	8.034	89.732
1997	89.732	14.079	7.234	6.845	96.577
1998	96.577	13.668	8.033	5.635	102.212
1999	102.212	13.588	8.633	4.955	107.167

Die Daten der KSK erlauben keine Aussage darüber, welche Faktoren in welchem Ausmaß den Anstieg der Versichertenzahl bewirkt haben. Doch kommen folgende Gründe in Betracht:

Die Künstlersozialversicherung besteht noch nicht lange genug, als dass sich Berufsanfänger und ausscheidende Künstler und Publizisten die Waage halten könnten. Der sich ausweitende Kultur- und Medienmarkt und die Zunahme von Existenzgründern haben zu dem Anstieg beigetragen. So nehmen mehr Hochschulabgänger als früher eine selbständige Tätigkeit auf. Auch die Verselbständigung von ehemals in Verwertungsunternehmen festangestellten Mitarbeitern und das „outsourcing“ künstlerischer und publizistischer Unternehmensbereiche schlagen sich in steigenden Versichertenzahlen nieder.

Es gibt keine Anhaltspunkte dafür, dass die Künstlersozialversicherung in nennenswertem Maße von Personen in Anspruch genommen wird, denen es an der Künstler- oder Publizisteneigenschaft oder dem Status der Selbständigkeit mangelt. Das liegt an den sorgfältigen Prüfungen der KSK; diese hat in den letzten Jahren über 25 % der Neuansprüche abgelehnt, von denen allerdings einem kleinen Teil im Widerspruchsverfahren oder durch die Sozialgerichte stattgegeben wurde. Denkbar ist, dass die KSK nicht oder zu spät davon Kenntnis erhält, dass die Voraussetzungen für die Versicherungspflicht wegen Unterschreitens der Geringfügigkeitsgrenze weggefallen sind. Hier soll durch eine Verkürzung der Berufsanfängerfrist der KSK eine frühere Überprüfung als bisher ermöglicht werden.

2. Zusammensetzung des Versichertenbestandes

Die Entwicklung des Versichertenbestandes seit 1990 und seine Zusammensetzung nach den Sparten zeigt Tabelle 3.

Tabelle 3

Zusammensetzung des Versichertenbestandes

Bereich	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Darst. K.	3973	7193	8462	9635	8756	9542	9548	10327	10909	11434
Musik	10914	11994	14649	16214	18273	20188	22372	24289	25870	27765
Bild. K.	18869	18732	23192	25461	30971	34039	36459	38953	40758	42038
Wort	8277	9794	12157	13995	15726	17929	21353	23008	24675	25932

Die Altersschichtung des Versichertenbestandes ist aus Tabelle 4 zu ersehen.

Tabelle 4

Versichertenbestand auf Bundesebene nach Berufsgruppen, Geschlecht und Alter zum 01.01.2000

Bereich und Geschlecht	unter 30	30 - 40	40 - 50	50 - 60	über 60	Insgesamt	in %
Wort							
Männlich	349	4.753	5.170	2.933	1.067	14.272	
Weiblich	295	4.940	4.180	1.809	436	11.660	
Insgesamt	644	9.693	9.350	4.742	1.503	25.932	24,20
Bildende Kunst							
Männlich	612	8.572	8.863	4.512	1.899	24.458	
Weiblich	730	8.146	5.570	2.535	599	17.580	
Insgesamt	1.342	16.718	14.433	7.047	2.498	42.038	39,23
Musik							
Männlich	1.125	8.354	6.303	2.276	655	18.713	
Weiblich	660	4.357	2.768	947	320	9.052	
Insgesamt	1.785	12.711	9.071	3.223	975	27.765	25,91
Darstellende Kunst							
Männlich	316	2.361	2.045	919	334	5.975	
Weiblich	443	2.638	1.617	623	138	5.459	
Insgesamt	759	4.999	3.662	1.542	472	11.434	10,67
Alle Bereiche							
Männlich	2.402	24.040	22.381	10.640	3.955	63.418	
Weiblich	2.128	20.081	14.135	5.914	1.493	43.751	
Insgesamt	4.530	44.121	36.516	16.554	5.448	107.169	100,0

Auffallend klein ist die Gruppe der Versicherten unter 30 Jahren (lediglich 4.530 Versicherte). Ursache dürfte ein relativ später Eintritt der meisten Künstler und Publizisten in das Berufsleben sein. Der eindeutige Schwerpunkt liegt mit 44.121 Versicherten in der Altersgruppe der 30- bis 40-Jährigen. Zum 1. Januar 2000 waren 24,20 % der Versicherten dem Bereich Wort zugeordnet, 39,23 % gehörten dem Bereich bildende Kunst, 25,91 % dem Bereich Musik und 10,67 % dem Bereich der darstellenden Kunst an.

Gut ein Viertel (26.434) aller Versicherten sind Berufsanfänger (Tabelle 5). Bei ihnen stehen 3.497 Versicherte unter 30 Jahren 17.305 Versicherten im Alter zwischen 30 und 40 Jahren gegenüber. Während der Anteil der Berufsanfänger bei den unter 30-Jährigen erwartungsgemäß hoch ist (3.497 von 4.530), sind nur noch weniger als die Hälfte der Versicherten zwischen 30 und 40 Jahren Berufsanfänger (17.305 von 44.121). In höheren Altersgruppen nimmt der Anteil der Berufsanfänger stark ab.

Tabelle 5

Berufsanfänger auf Bundesebene nach Berufsgruppen, Geschlecht und Alter zum 01.01.2000

Bereich und Geschlecht	unter 30	30 - 40	40 - 50	50 - 60	über 60	Insgesamt	in % aller Versicherten
Wort							
Männlich	273	2.124	864	306	46	3.613	25,32
Weiblich	252	2.634	914	199	20	4.019	34,47
Insgesamt	525	4.758	1.778	505	66	7.632	29,43
Bildende							
Kunst							
Männlich	514	3.287	684	191	13	4.689	19,17
Weiblich	655	3.717	710	153	7	5.242	29,82
Insgesamt	1.169	7.004	1.394	344	20	9.931	23,62
Musik							
Männlich	778	2.234	451	115	8	3.586	19,16
Weiblich	497	1.585	399	86	5	2.572	28,41
Insgesamt	1.275	3.819	850	201	13	6.158	22,18
Darstellende							
Kunst							
Männlich	203	725	181	40	9	1.158	19,38
Weiblich	325	999	185	42	4	1.555	28,49
Insgesamt	528	1.724	366	82	13	2.713	23,73
Alle Bereiche							
Männlich	1.768	8.370	2.180	652	76	13.046	20,57
Weiblich	1.729	8.935	2.208	480	36	13.388	30,60
Insgesamt	3.497	17.305	4.388	1.132	112	26.434	24,67

Auffallend ist der hohe Frauenanteil sowohl bei den Versicherten insgesamt (bei 43 %) als auch bei den Berufsanfängern (über 50 %), wobei dieser Anteil mit zunehmendem Alter der Versicherten deutlich abnimmt.

In allen Sparten gibt es einige Tätigkeitsbereiche, die den größten Anteil an Versicherten stellen (Tabelle 6). Im Bereich Wort sind etwa ein Drittel der 29.245 Versicherten Journalisten oder Redakteure (13.341), gefolgt von Autoren (3.277), Schriftstellern (2.684) und Bildjournalisten (2.467). Im Bereich bildende Kunst mit 45.486 Versicherten überschreitet die Zahl der Grafiker (12.035) mittlerweile die der Maler und Zeichner (11.818); es folgen künstlerische Fotografen (4.169) und Bildhauer (4.107). Bei den Musikern mit 29.720 Versicherten stehen die Lehrer weit an der Spitze (11.838), gefolgt von Pop- und Rockmusikern (2.661 bzw. 2.899) und Komponisten (3.670). Weniger ausgeprägt sind die Unterschiede in der darstellenden Kunst mit 12.433 Versicherten; hier bilden Schauspieler (2.268), Regisseure (2.149) und Unterhaltungskünstler (1.744) die größten Gruppen.

Tabelle 6

#####

Anzahl und Jahresarbeitseinkommen der Künstler in der Bundesrepublik Deutschland nach eindeutig zuordnbaren Tätigkeitsbereichen

Tätigkeitsbereiche	Anzahl der Künstler			JAE in 1.000 DM			Einkommen/Künstler		
	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999
Wort									
Schriftsteller, Dichter, Belletrist	2.446	2.679	2.684	55.883	59.212	57.345	22.847	22.102	21.365
Autor für Bühne, Film, Funk, TV	2.565	3.128	3.277	69.617	79.706	87.013	27.141	25.481	26.553
Lektor	914	1.175	1.257	20.968	25.256	26.982	22.941	21.494	21.465
Journalist, Redakteur	9.541	12.572	13.341	267.449	332.387	358.193	28.032	26.439	26.849
Bildjournalist, -berichterstatler, Pressefotograf	1.744	2.246	2.476	48.009	60.119	67.798	27.528	26.767	27.382
Kritiker	219	241	263	4.100	4.582	5.193	18.722	19.012	19.745
Wissenschaftlicher Autor	967	1.213	1.308	20.393	24.541	26.374	21.089	20.232	20.164
PR-Fachmann	1.171	1.637	1.807	36.514	47.102	55.043	31.182	28.773	30.461
Übersetzer	1.286	1.599	1.702	28.112	33.892	37.329	21.860	21.196	21.932
Sonstige Tätigkeit	979	1.104	1.126	26.812	28.983	29.783	27.387	26.253	26.450
Vortragstätigkeit	0	6	4	0	156	120		26.000	30.000
Bereich Wort insgesamt	21.832	27.600	29.245	577.858	695.936	751.173	26.468	25.215	25.686
Bildende Kunst/Design									
Bildhauer	3.880	4.115	4.107	59.735	62.432	64.634	15.396	15.172	15.738
Experimenteller Künstler	2.404	2.741	2.711	29.202	32.389	32.885	12.147	11.816	12.130
Maler, Zeichner, künstlerischer Grafiker	9.691	11.488	11.818	155.058	178.558	186.689	16.000	15.543	15.797
Porträt-, Genre-, Landschaftsmaler	586	617	597	9.990	9.679	9.452	17.048	15.687	15.832
Performance/Aktionskünstler	265	213	200	5.443	3.189	2.761	20.540	14.972	13.805
Videokünstler	265	367	395	5.117	6.913	7.345	19.309	18.837	18.595
Künstlerischer Fotograf, Lichtbildner	3.217	3.955	4.169	75.839	87.017	94.091	23.574	22.002	22.569
Karikaturist, Trick-, Comicszeichner, Illustrator	1.207	1.373	1.450	30.836	32.816	35.790	25.548	23.901	24.683
Grafik-, Industriedesigner, Layouter	8.384	11.091	12.035	228.674	286.010	321.333	27.275	25.788	26.700
Werbefotograf	603	632	620	16.077	17.546	17.980	26.662	27.763	29.000
Keramiker, Glasgestalter	1.399	1.493	1.502	19.090	20.400	21.199	13.645	13.664	14.114
Gold-, Silberschmied, Emaillieur	1.122	1.312	1.345	16.333	18.840	20.139	14.557	14.360	14.973
Textil-, Holz-, Metallgestalter	877	971	989	13.227	14.277	14.787	15.082	14.703	14.951
Graveur	30	22	18	535	396	354	17.833	18.000	19.667
Pädagoge, Ausbilder im Bereich bildende Kunst	518	718	827	8.328	11.225	13.407	16.077	15.634	16.212
Sonstige Tätigkeit im Bereich bildende Kunst	2.561	2.738	2.703	63.316	62.442	61.824	24.723	22.806	22.872
Bereich bildende Kunst insgesamt	37.009	43.846	45.486	736.800	844.129	904.670	19.909	19.252	19.889
Musik									
Komponist	3.542	3.717	3.670	78.950	81.144	80.570	22.290	21.831	21.954
Texter, Librettist	210	234	215	5.697	6.297	5.770	27.129	26.910	26.837
Musikbearbeiter (Arrangeur)	380	430	428	6.776	7.476	7.702	17.832	17.386	17.995
Kapellmeister, Dirigent	236	265	265	6.409	7.380	6.916	27.157	27.849	26.098
Chorleiter	332	382	400	6.784	7.742	8.026	20.434	20.267	20.065
Instrumentalsolist 'Ernste Musik'	1.316	1.550	1.618	20.420	23.151	24.971	15.517	14.936	15.433
Orchestermusiker 'Ernste Musik'	417	507	553	6.642	7.251	7.928	15.928	14.302	14.336
Oper-, Operetten-, Musicalsänger	380	456	492	6.898	8.042	8.400	18.153	17.636	17.073
Lied- und Oratoriensänger	359	390	398	5.707	5.957	5.963	15.897	15.274	14.982
Chorsänger 'Ernste Musik'	47	48	50	754	676	746	16.043	14.083	14.920
Sänger für Unterhaltung, Show, Folklore	1.224	1.564	1.632	25.621	28.634	32.412	20.932	18.308	19.860
Tanz- und Popmusiker	2.105	2.552	2.661	34.648	40.662	42.508	16.460	15.933	15.974
Unterhaltungs- und Kurmusiker	355	442	483	6.189	7.299	8.241	17.434	16.514	17.062
Jazz-, Free- und Rockmusiker	2.129	2.637	2.899	28.881	36.255	42.084	13.566	13.749	14.517
Sonst. künstlerisch-technischer Mitarbeiter	367	474	506	7.299	9.148	10.260	19.888	19.300	20.277
Pädagoge, Ausbilder im Bereich Musik	8.205	10.709	11.838	137.405	175.006	197.490	16.746	16.342	16.683
Disc-Jockey, Alleinunterhaltung	505	631	691	9.217	11.179	12.186	18.251	17.716	17.635
Sonstige Tätigkeit im Bereich Musik	661	863	921	11.451	14.000	14.708	17.324	16.222	15.970
Bereich Musik insgesamt	22.770	27.851	29.720	405.748	477.299	516.881	17.819	17.138	17.392

Darstellende Kunst

Ballett-Tänzer, Ballett-Meister	816	907	911	12.911	13.860	13.794	15.822	15.281	15.142
Schauspieler, Kabarettist	1.858	2.234	2.268	36.986	42.678	43.221	19.906	19.104	19.057
Sprecher, Moderator	401	427	451	12.430	12.599	13.851	30.998	29.506	30.712
Figurenspieler (Puppen, Marionetten)	661	730	743	9.841	10.664	11.177	14.888	14.608	15.043
Conferencier, Diskjockey, Quizmaster	128	141	138	5.135	6.184	6.493	40.117	43.858	47.051
Unterhaltungskünstler/Artist	1.352	1.621	1.744	20.192	23.551	25.751	14.935	14.529	14.765
Regisseur (Filmemacher), Choreograf	1.430	1.984	2.149	33.068	42.566	46.848	23.124	21.455	21.800
Dramaturg	83	109	110	1.863	2.209	2.157	22.446	20.266	19.609
Bühnen-, Film-, Kostüm-, Maskenbildner	945	1.216	1.318	17.751	21.737	23.703	18.784	17.876	17.984
Regieassistent	38	47	39	975	662	543	25.658	14.085	13.923
Sonstiger künstlerisch-technischer Mitarbeiter	230	298	299	5.134	6.343	6.729	22.322	21.285	22.505
Pädagoge, Ausbilder im Bereich Darstellende Kunst	856	1.097	1.184	14.960	18.766	20.789	17.477	17.107	17.558
Theaterpädagogin	84	130	156	1.191	1.833	2.218	14.179	14.100	14.218
Sonstige Tätigkeit im Bereich Darstellende Kunst	827	936	923	17.178	17.872	17.958	20.771	19.094	19.456
Bereich Darstellende Kunst insgesamt	9.709	11.877	12.433	189.615	221.524	235.232	19.530	18.652	18.920

IV. Die Absicherung der nach dem KSVG versicherten Künstler und Publizisten

Die soziale Absicherung, die die Versicherung nach dem KSVG den selbständigen Künstlern und Publizisten bietet, ergibt sich aus den Ansprüchen, die die Versicherten im Versicherungsfall erwerben. Wegen der meist niedrigen Einkommen der Versicherten unterscheidet sich das Ausmaß der Absicherung in der gesetzlichen Krankenversicherung und der sozialen Pflegeversicherung (Leistungen grundsätzlich unabhängig von der Höhe der gezahlten Beiträge) einerseits und in der gesetzlichen Rentenversicherung (beitragsabhängige Leistungen) andererseits.

1. Kranken- und Pflegeversicherung

In der gesetzlichen Krankenversicherung erhalten die Versicherten das ganze Spektrum der Sachleistungen zu Beiträgen, die ihrem Arbeitseinkommen aus der künstlerischen und publizistischen Tätigkeit entsprechen. Der Beitragsanteil von Versicherten mit dem Durchschnittseinkommen von 21.852 DM im Jahr beträgt monatlich rd. 127 DM in den alten Bundesländern und rd. 123 DM in den neuen Bundesländern. Berufsanfänger, deren Arbeitseinkommen unterhalb der Geringfügigkeitsgrenze von jährlich 7.560 DM liegt, zahlen als halben Mindestbeitrag monatlich rd. 51 DM in den alten und rd. 42 DM in den neuen Bundesländern. Der Fortschritt, den das KSVG für die Künstler und Publizisten gebracht hat, wird vor allem in diesem günstigen Krankenversicherungsschutz gesehen.

In der sozialen Pflegeversicherung sind auch die Geldleistungen von der Höhe der entrichteten Beiträge unabhängig.

Die Krankenversicherung schließt einen Krankengeldanspruch von der siebten Woche an ein. Von der 1988 geschaffenen Möglichkeit eines früheren Krankengeldbezuges haben rd. ein Fünftel der Versicher-

ten (20.615) Gebrauch gemacht. Diese Versicherten haben den sich nach dem Krankenversicherungsrecht ergebenden Erhöhungsbetrag allein zu zahlen (§ 16 Abs. 1 Satz 2 KSVG).

Sind Versicherte mit Beträgen in Höhe von Beitragsanteilen für zwei Monate im Rückstand, werden sie von der KSK gemahnt. Bleibt dies erfolglos, ordnet die KSK das Ruhen der Leistungen aus der Krankenversicherung an. Damit sollen die Versicherten zur Zahlung angehalten werden.

Tabelle 7 zeigt die praktische Bedeutung dieser Regelung. 1999 gab es über 8.000 Mahnungen und fast 3.000 Ruhensbescheide. Der vergleichsweise geringe aktuelle Ruhensbestand von 509 Fällen zeigt, dass die Maßnahmen meistens die erwünschte Wirkung zeigen und der Versicherungsschutz erhalten bleibt.

Tabelle 7

Ruhensanwendung gemäß § 16 Abs. 2 KSVG

Stand: 30.04.2000

Ruhensmahnungen (Abs. 2 Satz 1)	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Januar	343	354	414	561	367	788	639	733
Februar	294	277	296	246	0	376	363	337
März	415	410	547	649	933	829	858	715
April	318	404	521	663	664	651	766	646
Mai	427	372	536	628	505	723	660	
Juni	435	421	604	596	484	719	635	
Juli	353	363	525	522	632	840	723	
August	436	482	641	225	565	595	628	
September	401	431	549	685	570	687	635	
Oktober	484	460	548	765	808	798	635	
November	345	431	580	574	598	621	790	
Dezember	355	455	572	572	716	693	801	
Gesamt:	3.969	4.860	6.333	6.686	6.842	8.320	8.133	

Ruhensbescheide (Abs. 2 Satz 2)	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	Aktueller Ruhensbestand
Januar	175	190	227	248	138	229	301	209	532
Februar	157	168	133	114	0	143	154	111	509
März	212	199	237	282	419	324	287	307	460
April	184	219	278	290	328	275	278	308	511
Mai	247	207	235	276	221	325	299		
Juni	254	234	288	290	243	218	220		
Juli	149	213	224	248	283	310	249		
August	241	281	258	101	268	277	218		
September	212	245	234	317	249	259	193		
Oktober	267	242	249	263	325	307	193		
November	197	230	291	250	227	266	257		
Dezember	198	247	253	200	260	228	250		
Gesamt:	2.161	2.675	2.907	2.879	2.961	3.161	2.899		

Berufsanfänger und Höherverdienende können sich von der Versicherungspflicht in der Kranken- und Pflegeversicherung befreien lassen und erhalten dann von der KSK - ähnlich wie von der Versicherungspflicht befreite Arbeitnehmer von ihren Arbeitgebern - einen Zuschuss zu den Aufwendungen für ihre freiwillige oder private Versicherung. Z. Z. gibt es 6.334 Zuschussempfänger (darunter 1.167 Berufsanfänger). Der Zuschuss beträgt bei Berufsanfängern durchschnittlich im Monat rd. 143 DM in der Kranken- und rd. 18 DM in der Pflegeversicherung, bei den übrigen rd. 215 DM bzw. rd. 26 DM.

2. Rentenversicherung

Im Gegensatz zur Kranken- und Pflegeversicherung hängen die wesentlichen Leistungen der Rentenversicherung, insbesondere die Renten, von der Höhe der Arbeitsentgelte und Arbeitseinkommen ab, für die Beiträge entrichtet worden sind. Das Ausmaß der sozialen Absicherung der selbständigen Künstler und Publizisten bei geminderter Erwerbsfähigkeit und im Alter sowie ihrer Hinterbliebenen im Todesfall wird entscheidend bestimmt durch die Arbeitseinkommen, die sie für jedes Jahr der KSK melden. Die Vergünstigung der Künstlersozialversicherung liegt in der Entlastung bei den Beiträgen, von denen Verwerter und Bund die Hälfte tragen, nicht in der Begründung besonderer Rentenansprüche.

Tabelle 8 gibt die durchschnittlichen Jahresarbeitseinkommen wieder, die der KSK für die Jahre 1994 bis 2000 gemeldet wurden. Arbeitseinkommen sind die Einnahmen abzüglich der Betriebskosten.

Tabelle 8

Durchschnittliches Jahreseinkommen (gemeldet)															
Jahr	Wort			Bildende Kunst			Musik			Darstellende Kunst			Alle Bereiche		
	Männlich	Weiblich	gesamt	männlich	Weiblich	Gesamt	männlich	Weiblich	gesamt	männlich	weiblich	gesamt	männlich	weiblich	gesamt
1994	29.420	21.196	26.055	21.061	14.203	18.461	17.417	14.318	16.465	24.018	15.421	20.472	22.163	16.076	19.895
1995	30.126	21.514	26.465	22.853	15.082	19.893	18.245	14.771	17.175	22.394	15.084	19.228	22.964	16.559	20.540
1996	30.791	22.100	27.108	23.440	15.675	20.437	19.092	15.400	17.962	23.503	15.744	20.079	23.726	17.231	21.228
1997	30.390	22.002	26.779	23.107	15.573	20.078	19.079	15.497	17.950	23.626	15.230	19.749	23.651	17.193	21.110
1998	30.136	21.972	26.558	23.067	15.895	20.145	19.250	15.384	18.021	23.552	15.359	19.703	23.603	17.320	21.096
1999	30.802	22.334	27.076	23.535	16.435	20.609	19.151	15.600	18.020	23.487	15.653	19.761	23.912	17.731	21.428
2000	31.004	22.383	27.128	24.497	17.037	21.377	19.545	15.870	18.347	23.967	15.954	20.141	24.450	18.085	21.852

Die durchschnittlichen Jahresarbeitseinkommen für das Jahr 2000 betragen lediglich 21.852 DM. Für die einzelnen Sparten ergeben sich folgende Durchschnittswerte:

Wort:	27.128 DM
Bildende Kunst:	21.377 DM
Musik:	18.347 DM
Darstellende Kunst:	20.141 DM

Insgesamt zeigt sich seit 1994 eine leicht ansteigende Tendenz von 19.895 DM (1994) auf 21.852 DM (2000), die in den Bereichen bildende Kunst (von 18.461 DM auf 21.377 DM) und Musik (von 16.465 DM auf 18.347 DM) am stärksten ausgeprägt ist. Im Bereich Wort nahmen die gemeldeten Einkommen von 26.055 DM (1994) auf 27.128 DM (2000) zu, während in der darstellenden Kunst ein leichter Rückgang der Durchschnittseinkommen von 20.472 DM auf 20.141 DM zu verzeichnen ist.

Auffallend ist, dass die Einkommen von Frauen im Durchschnitt aller Bereiche rd. ein Viertel niedriger liegen als die der Männer. Die Differenz ist im Bereich Wort am größten. Hier stehen im Jahr 2000 gemeldete Einkommen der Männer von 31.004 DM Einkommen der Frauen von 22.383 DM gegenüber. In der darstellenden Kunst sind die Werte 23.967 DM bzw. 15.954 DM, in der bildenden Kunst 24.497 DM bzw. 17.037 DM und in der Musik 19.545 DM bzw. 15.870 DM.

Die Einkommensverteilung in den unterschiedlichen Tätigkeitsbereichen der Sparten kann der oben abgedruckten Tabelle 6 entnommen werden.

Die Einkommensverteilung nach dem Lebensalter der Versicherten (Tabellen 9 und 10) zeigt, dass mit der Berufserfahrung auch das Einkommen zunimmt. Insgesamt steigen die Einkommen von durchschnittlich 15.549 DM (unter 30 Jahre) auf 29.112 DM (über 60 Jahre). Dieser Trend ist in allen Bereichen ausgeprägt. Je geringer das Anfangseinkommen (unter 30 Jahren) ist, desto größer fällt die Zunahme mit steigendem Lebensalter aus. In der darstellenden Kunst ergibt sich so mehr als eine Verdopplung von 13.285 (unter 30 Jahre) auf 28.647 (über 60 Jahre); im Bereich Musik wächst das Durchschnittseinkommen von 14.116 DM (unter 30 Jahre) auf 26.203 DM (über 60 Jahre); im Bereich bildende Kunst ergibt sich ein Anstieg von 16.154 DM (unter 30 Jahre) auf 26.005 DM (über 60 Jahre); im Bereich Wort steigen die Einkommen von 20.932 DM (unter 30 Jahre) auf 36.311 DM (über 60 Jahre).

Tabelle 9

Durchschnittseinkommen der Versicherten auf Bundesebene nach Berufsgruppen, Geschlecht und Alter für das Jahr 2000

Bereich und Geschlecht	unter 30	30 - 40	40 - 50	50 - 60	über 60	Insgesamt
Wort						
Männlich	21.497	25.014	31.390	37.809	40.217	31.004
Weiblich	20.262	19.985	23.504	25.633	26.750	22.383
Insgesamt	20.932	22.451	27.865	33.164	36.311	27.128
Bildende Kunst						
Männlich	17.071	20.571	24.628	30.863	28.869	24.497
Weiblich	15.386	16.558	17.302	18.494	16.924	17.037
Insgesamt	16.154	18.616	21.801	26.413	26.005	21.377
Musik						
Männlich	14.034	17.189	20.222	26.023	30.042	19.545
Weiblich	14.254	14.990	16.656	17.907	18.345	15.870
Insgesamt	14.116	16.435	19.134	23.638	26.203	18.347
Darstellende Kunst						
Männlich	14.505	19.871	24.841	32.948	31.817	23.967
Weiblich	12.415	14.429	17.751	19.148	20.974	15.954
Insgesamt	13.285	16.999	21.710	27.372	28.647	20.141
Alle Bereiche						
Männlich	15.954	20.206	24.969	31.922	32.374	24.450
Weiblich	15.092	16.781	19.061	20.652	20.472	18.085
Insgesamt	15.549	18.647	22.682	27.896	29.112	21.852

Tabelle 10

Durchschnittseinkommen der Berufsanfänger auf Bundesebene nach Berufsgruppen, Geschlecht und Alter für das Jahr 2000

Bereich und Geschlecht	unter 30	30 - 40	40 - 50	50 - 60	über 60	Insgesamt
Wort						
Männlich	20.314	21.617	27.831	34.583	29.532	24.203
Weiblich	20.509	18.807	20.239	20.970	19.073	19.348
Insgesamt	20.408	20.061	23.928	29.219	26.363	21.646
Bildende Kunst						
Männlich	16.421	16.965	20.096	23.797	15.053	17.635
Weiblich	15.209	14.876	14.076	13.590	15.128	14.772
Insgesamt	15.742	15.856	17.030	19.257	15.080	16.124
Musik						
Männlich	13.553	13.998	15.558	18.647	14.691	14.248
Weiblich	13.424	12.853	13.959	16.700	21.085	13.280
Insgesamt	13.503	13.523	14.808	17.814	17.150	13.844
Darstellende Kunst						
Männlich	14.373	16.368	18.545	25.353	27.311	16.754
Weiblich	12.095	12.676	15.052	15.746	12.500	12.920
Insgesamt	12.971	14.229	16.997	20.342	27.753	14.557
Alle Bereiche						
Männlich	15.525	17.302	22.094	28.047	25.230	18.445
Weiblich	14.883	15.430	16.688	17.396	17.855	15.644
Insgesamt	15.208	16.335	19.374	23.530	22.860	17.026

Die Verteilung der Versicherten nach Einkommensklassen zeigen die Tabellen 11, 11a, 12 und 12a.

Tabelle 11

Anzahl der Versicherten*) in den alten Bundesländern
nach Berufsgruppen, Geschlecht und Einkommen im Jahr 1999

Bereich und Geschlecht	Versicherte mit einem Einkommen von ... bis unter ... 1000 DM oder kleiner/größer voller DM-Betrag								
	< 7561	< 8821	< 17641	< 30000	30 - 40	< 76501	< 102001	> 102000	Insgesamt
MUSIK									
Männlich	841	1965	8586	4282	1251	780	118	111	17934
Weiblich	610	1158	4383	1946	353	129	18	14	8611
Insgesamt	1451	3123	12969	6228	1604	909	136	125	26545
DARSTELLENDEN KUNST									
Männlich	254	635	2495	1305	500	515	86	76	5866
Weiblich	451	874	2762	977	268	174	20	12	5538
Insgesamt	705	1509	5257	2282	768	689	106	88	11404
BILDENDE KUNST									
Männlich	1208	2699	9256	5118	2208	2566	496	333	23884
Weiblich	1695	3120	7672	3026	1094	982	92	39	17720
Insgesamt	2903	5819	16928	8144	3302	3548	588	372	41604
WORT									
Männlich	478	818	4258	3754	1944	2560	466	303	14581
Weiblich	642	1106	4736	3160	1299	1222	145	59	12369
Insgesamt	1120	1924	8994	6914	3243	3782	611	362	26950
ALLE BEREICHE									
Männlich	2781	6117	24595	14459	5903	6421	1166	823	62265
Weiblich	3398	6258	19553	9109	3014	2507	275	124	44238
Insgesamt	6179	12375	44148	23568	8917	8928	1441	947	106503

*) Die Zahlen enthalten auch die Versicherten, die nur während eines Teils des Jahres 1999 versichert waren.

Tabelle 11a

Anzahl der Versicherten*) in den neuen Bundesländern
nach Berufsgruppen, Geschlecht und Einkommen im Jahr 1999

Bereich und Geschlecht	Versicherte mit einem Einkommen von ... bis unter ... 1000 DM oder kleiner/größer voller DM-Betrag								
	< 7561	< 8821	< 17641	< 30000	30 - 40	< 76501	< 102001	> 102000	Insgesamt
MUSIK									
Männlich	77	134	992	711	90	45	6	7	2062
Weiblich	66	86	503	400	48	23	3	2	1131
Insgesamt	143	220	1495	1111	138	68	9	9	3193
DARSTELLENDEN KUNST									
Männlich	23	37	217	198	57	30	5	11	578
Weiblich	28	40	241	120	13	10	0	1	453
Insgesamt	51	77	458	318	70	40	5	12	1031
BILDENDE KUNST									
Männlich	97	220	928	656	166	110	11	2	2190
Weiblich	135	197	680	300	46	17	1	2	1378
Insgesamt	232	417	1608	956	212	127	12	4	3568
WORT									
Männlich	48	56	337	467	184	144	16	9	1261
Weiblich	29	42	247	279	87	56	7	1	748
Insgesamt	77	98	584	746	271	200	23	10	2009
ALLE BEREICHE									
Männlich	245	447	2474	2032	497	329	38	29	6091
Weiblich	258	365	1671	1099	194	106	11	6	3710
Insgesamt	503	812	4145	3131	691	435	49	35	9801

*) Die Zahlen enthalten auch die Versicherten, die nur während eines Teils des Jahres 1999 versichert waren.

Tabelle 12

Anzahl der versicherten Berufsanfänger*) in den alten Bundesländern
nach Berufsgruppen, Geschlecht und Einkommen im Jahr 1999

Bereich und Geschlecht		Versicherte mit einem Einkommen von ... bis unter ... 1000 DM oder kleiner/größer voller DM-Betrag								
		< 7561	< 8821	< 17641	< 30000	30 - 40	< 76501	< 102001	> 102000	Insgesamt
MUSIK										
	Männlich	762	533	2220	838	177	84	6	2	4622
	Weiblich	559	352	1515	525	73	23	0	1	3048
	Insgesamt	1321	885	3735	1363	250	107	6	3	7670
DARSTELLENDEN KUNST										
	Männlich	224	175	691	289	86	67	3	5	1540
	Weiblich	415	301	884	273	57	29	5	0	1964
	Insgesamt	639	476	1575	562	143	96	8	5	3504
BILDENDE KUNST										
	Männlich	1070	630	2187	1215	524	408	32	16	6082
	Weiblich	1568	882	2479	1073	397	314	10	2	6725
	Insgesamt	2638	1512	4666	2288	921	722	42	18	12807
WORT										
	Männlich	418	303	1512	1204	585	650	78	38	4788
	Weiblich	594	435	2101	1326	506	410	24	5	5401
	Insgesamt	1012	738	3613	2530	1091	1060	102	43	10189
ALLE BEREICHE										
	Männlich	2474	1641	6610	3546	1372	1209	119	61	17032
	Weiblich	3136	1970	6979	3197	1033	776	39	8	17138
	Insgesamt	5610	3611	13589	6743	2405	1985	158	69	34170

*) Die Zahlen enthalten auch die Versicherten, die nur während eines Teils des Jahres 1999 versichert waren.

Tabelle 12 a

Anzahl der versicherten Berufsanfänger*) in den neuen Bundesländern
nach Berufsgruppen, Geschlecht und Einkommen im Jahr 1999

Bereich und Geschlecht		Versicherte mit einem Einkommen von ... bis unter ... 1000 DM oder kleiner/größer voller DM-Betrag								Insgesamt
		< 7561	< 8821	< 17641	< 30000	30 - 40	< 76501	< 102001	> 102000	
MUSIK										
	Männlich	73	44	301	136	12	3	0	0	569
	Weiblich	65	39	241	194	17	4	1	0	561
	Insgesamt	138	83	542	330	29	7	1	0	1130
DARSTELLENDEN KUNST										
	Männlich	23	12	58	45	14	5	0	1	158
	Weiblich	28	20	91	36	7	1	0	1	184
	Insgesamt	51	32	149	81	21	6	0	2	342
BILDENDE KUNST										
	Männlich	83	69	238	121	29	11	0	0	551
	Weiblich	125	72	219	91	13	5	0	0	525
	Insgesamt	208	141	457	212	42	16	0	0	1076
WORT										
	Männlich	45	22	127	170	60	38	5	0	467
	Weiblich	29	24	120	130	32	24	3	0	362
	Insgesamt	74	46	247	300	92	62	8	0	829
ALLE BEREICHE										
	Männlich	224	147	724	472	115	57	5	1	1745
	Weiblich	247	155	671	451	69	34	4	1	1632
	Insgesamt	471	302	1395	923	184	91	9	2	3377

*) Die Zahlen enthalten auch die Versicherten, die nur während eines Teils des Jahres 1999 versichert waren.

Die der KSK jedes Jahr gemeldeten Arbeitseinkommen beruhen auf Schätzungen der Versicherer. Sie weichen jedoch angesichts der Unsicherheiten einer Schätzung nicht erheblich von den tatsächlich erzielten Arbeitseinkommen ab. Im Jahre 1994 lagen nach den Feststellungen des ifo-Instituts die tatsächlichen Einkommen im Durchschnitt 12,6 % über den geschätzten Einkommen; in den Bereichen Wort, Musik und darstellende Kunst betrug die Differenz zwischen 3 und 7 %.

Der Größenordnung nach zeigt auch die Einkommensteuer-Statistik, dass insgesamt zutreffende Schätzangaben gemacht werden (Tabelle 13).

Tabelle 13

Lfd. Nr.	Einkünfte aus freiberuflicher Tätigkeit ohne Ehegatteneinkünfte von Personen mit der Berufsangabe „Künstler“		
	Von.....bis Unter..... DM	Fälle	1 000 DM
1	< -100 000	34	7 199-
2	- 100 000 - - 50 000	80	5 292-
3	- 50 000 - 1	10 804	59 806-
4	1 - 5 000	13 873	29 296
5	5 000 - 10 000	7 240	53 768
6	10 000 - 15 000	4 741	58 202
7	15 000 - 20 000	3 065	62 883
8	20 000 - 25 000	2 215	49 388
9	25 000 - 30 000	1 677	43 129
10	30 000 - 40 000	2 163	74 706
11	40 000 - 50 000	1 446	64 612
12	50 000 - 60 000	857	52 112
13	60 000 - 75 000	1 035	89 298
14	75 000 - 100 000	1 041	89 800
15	100 000 - 150 000	830	112 270
16	150 000 - 200 000	888	68 249
17	200 000 - 300 000	316	75 587
18	300 000 - 400 000	143	48 418
19	400 000 - 500 000	58	26 347
20	500 000 - 1 Million	100	66 307
21	1 Million oder mehr	45	102 208
22	Insgesamt	52 261	1 062 683

Quelle: StBA, FS14, R 7.1, 1992

Danach lag das durchschnittlich erzielte Einkommen der 52.261 Steuerpflichtigen, die als freien Beruf „Künstler“ angegeben haben, im Jahr 1992 (letzte verfügbare Daten) bei 20.334 DM. 83 % der freischaffenden Künstler erzielten Jahreseinkünfte von unter 30.000 DM und über 20 % gaben negative Einkünfte aus selbständiger Arbeit an. Zu ähnlichen Ergebnissen kommt eine Umfrage der IG Medien bei freien Journalisten und Fotografen (Honorarspiegel 1999, Beihefter zu Menschen Machen Medien 12/99). Rd. 62 % der Befragten haben Jahreseinkommen bis 30.000 DM angegeben, und nur etwa 17 % verfügen über Einkommen von über 50.000 DM.

Es ist allerdings im Hinblick auf die geringe Höhe der Einkommen zu vermuten, dass in vielen Fällen der Lebensunterhalt auch aus anderen Quellen bestritten wird. Dies wird durch die Einkommensteuer-Statistik bestätigt. Weit über 50 % der Künstler haben überwiegende Einkünfte aus anderen Quellen angegeben.

Für die Renten aus der gesetzlichen Rentenversicherung ergeben sich folgende Auswirkungen: Ein Durchschnittseinkommen von 22.000 DM im Jahr liegt noch unter der Hälfte der Bezugsgröße in den alten Bundesländern (im Jahr 2000: 53.760 DM), die das Durchschnittsentgelt der gesetzlichen Rentenversicherung im vorvergangenen Jahr wiedergibt. Dies macht die niedrigen Rentenanwartschaften deutlich, die die meisten Künstler und Publizisten aufgrund der Versicherung nach dem KSVG erwerben. Die nach einem Durchschnittseinkommen von 22.000 DM gezahlten Beiträge eines Jahres erbringen nach dem gegenwärtigen Stand eine monatliche Rente von 19,61 DM. Wer zehn Jahre lang aus der künstlerischen oder publizistischen Tätigkeit nur das Durchschnittseinkommen erzielt, kann für diesen Zeitraum also lediglich eine Rente von monatlich rd. 196 DM erwarten.

Welche Rente selbständige Künstler und Publizisten im Durchschnitt tatsächlich erhalten, ist nicht bekannt. Die Statistiken der Bundesversicherungsanstalt für Angestellte unterscheiden nicht danach, ob die versicherte Tätigkeit eine abhängige Beschäftigung oder eine selbständige Tätigkeit war. Eine Zuordnung der Rentner zur Künstlersozialversicherung ist daher nicht möglich. Außerdem werden die Anteile der während einer künstlerischen oder publizistischen Berufsausübung entrichteten Beiträge an der Rentenhöhe nicht festgehalten. Die Statistiken erlauben lediglich eine Aussage über die Rentenhöhe derjenigen, die bei ihrer Rentenantragstellung als letzte Beschäftigung oder Tätigkeit vor dem Rentenantrag einen künstlerischen oder publizistischen Beruf angegeben haben. Von daher haben die Statistiken der Bundesversicherungsanstalt für Angestellte nur einen beschränkten Aussagewert für den Personenkreis der selbständigen Künstler und Publizisten, die nach dem KSVG versicherungspflichtig sind.

Die Regelaltersrente von Personen, die als Arbeitnehmer oder Selbständige versicherungspflichtig waren und als zuletzt ausgeübten Beruf Künstler oder Publizist angegeben haben (Tabelle 14), beträgt durchschnittlich 1.239 DM (Männer: 1.541 DM, Frauen: 862 DM). Ein großer

Teil dieser Renten liegt nach anderen Statistiken der Bundesversicherungsanstalt für Angestellte unter 800 DM (etwa ein Drittel bei den Männern und fast zwei Drittel bei den Frauen).

Insgesamt kann davon ausgegangen werden, dass Rentenanwartschaften nicht nur aufgrund einer selbständigen künstlerischen oder publizistischen Tätigkeit, sondern daneben oder zu anderen Zeiten auch aufgrund einer anderweitigen Erwerbstätigkeit, insbesondere einer Beschäftigung erworben werden, so dass die Renten meistens höher liegen dürften, als sie nach den Daten der KSK zu erwarten sind.

Tabelle 14

Durchschnittliche Rentenbeträge der Renten wegen verminderter Erwerbsfähigkeit oder wegen Alters

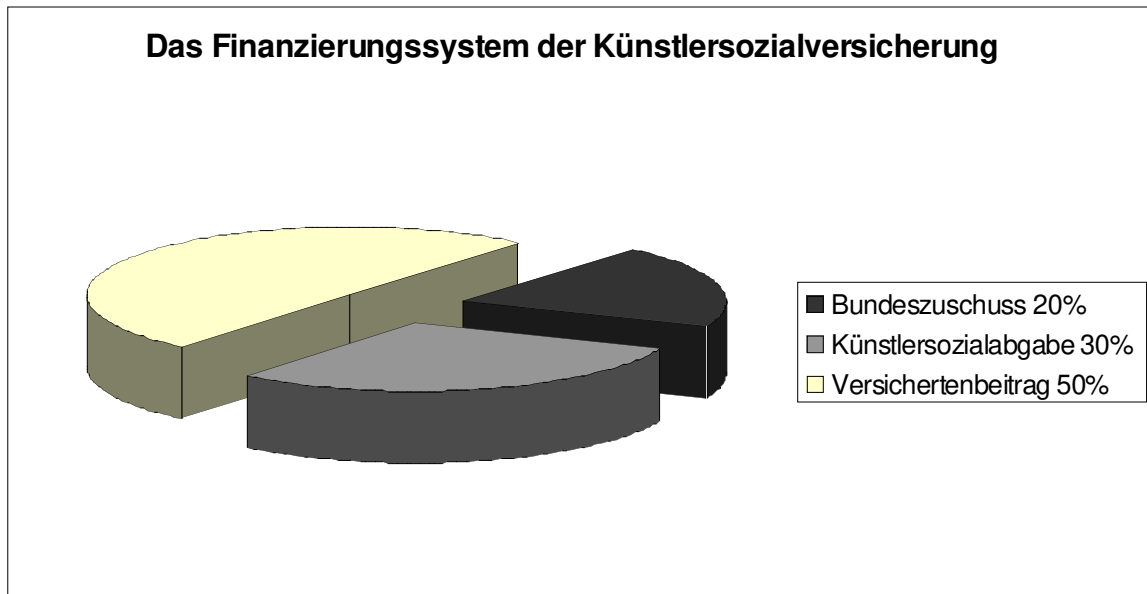
	Rentenarten	Anzahl der Renten	Durchschn. Betrag je Monat
<u>Männer</u>	BU-Rente	173	1.173
	EU-Rente	577	1.832
	Regelaltersrente	1.421	1.541
	AR wegen Arbeitslosigkeit	1.113	2.098
	AR für Frauen	-	-
	AR bei Gesundheitseinschränk.	407	2.209
	AR für langjährig Versicherte	1.203	2.284
<u>Frauen</u>	BU-Rente	149	975
	EU-Rente	730	1.652
	Regelaltersrente	1.139	862
	AR wegen Arbeitslosigkeit	83	1.649
	AR für Frauen	4.803	1.830
	AR bei Gesundheitseinschränk.	155	1.792
	AR für langjährig Versicherte	173	1.525
Zusam.		322	1.081
	BU-Rente	1.307	1.732
	EU-Rente	2.560	1.239
	Regelaltersrente	1.196	2.067
	AR wegen Arbeitslosigkeit	4.803	1.830
	AR für Frauen	562	2.094
	AR bei Gesundheitseinschränk. AR für langjährig Versicherte	1.376	2.276

V. Die Finanzierung der Künstlersozialversicherung

1. Allgemeines

Die Künstlersozialversicherung ist ein Teil der Sozialversicherung, unterscheidet sich von dieser aber durch die besondere Art ihrer Finanzierung (Tabelle 15).

Tabelle 15



Die von der KSK an die Versicherungsträger zu entrichtenden Beiträge werden zur Hälfte von den Versicherten getragen. Die KSK ist zur Zahlung der Rentenversicherungsbeiträge an die Bundesversicherungsanstalt für Angestellte nur insoweit verpflichtet, als die Versicherten selbst ihrer Verpflichtung nachgekommen sind. Ähnliches gilt für die Beiträge zur gesetzlichen Krankenversicherung. Die Zahlungsverpflichtung der KSK entfällt, wenn sie nach einer fruchtlosen Mahnung des Versicherten das Ruhen der Krankenversicherungsleistungen angeordnet hat. Insofern entstehen also für die KSK keine finanziellen Risiken. Die Beitragsausgaben der KSK beliefen sich im Jahr 1999 auf rd. 688,2 Mio. DM; die Beitragszuschüsse für diejenigen Künstler und Publizisten, die von der Krankenversicherungspflicht befreit worden sind, betrugen rd. 15,5 Mio. DM.

2. Künstlersozialabgabe

Zur Künstlersozialversicherung gehört die Beteiligung der Verwerter an der sozialen Absicherung der selbständigen Künstler und Publizisten. Sie bringen mit der Künstlersozialabgabe den Teil der Ausgaben der KSK auf, der nicht durch die Beitragsanteile der Versicherten und den Bundeszuschuss gedeckt ist. Der erforderliche Betrag wird auf die abgabepflichtigen Verwerter

entsprechend der von ihnen an selbständige Künstler und Publizisten gezahlten Honorare umgelegt. Der Abgabesatz wird jährlich ermittelt, indem der voraussichtliche Abgabebedarf der erwarteten Summe aller Honorare gegenübergestellt wird. In Tabelle 16 ist die Entwicklung der von 1989 bis 1999 bereichsspezifischen Abgabesätze dargestellt.

Tabelle 16

Prozentsätze der Künstlersozialabgabe

Ab 1989 galten für die Bereiche Wort, bildende Kunst, Musik und darstellende Kunst die folgenden Abgabesätze:

Bereich (Angaben in %)	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Wort	4,4	3,8	1,7	0,0	0,6	0,0	0,8	3,0	3,8	3,8	3,8
Bildende Kunst	6,0	6,5	7,0	2,0	3,6	0,0	2,1	6,9	5,9	6,2	3,6
Musik	6,0	6,2	3,3	0,0	0,0	0,0	0,0	1,1	2,6	1,6	1,6
Darstellende Kunst	6,0	6,5	6,9	3,4	4,8	0,3	0,3	0,7	5,1	2,3	1,0

Für das Jahr 2000 beträgt der Abgabesatz einheitlich 4 %. Die Künstlersozialabgabe liegt deutlich unter dem Arbeitgeberanteil in der allgemeinen Sozialversicherung, weil auch Honorare an nicht versicherte selbständige Künstler und Publizisten der Abgabepflicht unterliegen, die Honorare auch die Betriebskosten enthalten, die nicht zum versicherungspflichtigen Arbeitseinkommen gehören, und weil es keine Bemessungsgrenzen gibt. Die Künstlersozialabgabe wird nach dem Abgabesatz auf die von dem Verwerter in einem Jahr gezahlten Honorare erhoben.

Für die Höhe der Künstlersozialabgabe ist neben den Beitragsausgaben der KSK die Gesamtsumme der der Abgabepflicht unterliegenden Honorare maßgebend. Deshalb kommt der Erfassung der abgabepflichtigen Unternehmen eine besondere Bedeutung zu. Die Zahl der durch die KSK erfassten Verwerter (35.373) hat sich seit 1989 mehr als verdoppelt. Allein in den letzten fünf Jahren sind rd. 10000 Verwerter hinzugekommen. Die Entwicklung der Zahl abgabepflichtiger Verwerter seit 1983 ist in Tabelle 17 dargestellt.

Abgabepflichtige Verwerter

Bestandsentwicklung 1985 bis 31.01.2000

	WEST	OST	
31.12.1985	8.800		
31.12.1986	14.500		
31.12.1987	16.085		
31.12.1988	16.162		
31.12.1989	17.681		
31.12.1990	19.466		
31.12.1991	20.078	619	20.697
31.12.1992	20.402	924	21.326
31.12.1993	21.349	1.281	22.630
31.12.1994	22.029	1.384	23.413
31.12.1995	22.726	1.490	24.216
31.12.1996	24.553	1.727	26.280
31.12.1997	26.245	1.969	28.214
31.12.1998	30.758	2.527	33.285
31.12.1999	32.541	2.713	35.254
31.01.2000	32.648	2.725	35.373

Einen Überblick über die Art der z. Z. erfassten Verwerter und ihre Aufgliederung nach Unternehmenszweigen gibt Tabelle 18.

Tabelle 18

Abgabepflichtige Verwerter (Aufgliederung nach Unternehmenszweigen)

Stand: 31.01.2000

Abgabepflichtige	WEST	OST	GESAMT
Buchverlag	1.785	114	1.899
Presseverlag	838	55	893
Sonst. Verlage	5.860	185	6.045
Presseagentur und Bilderdienst	450	11	461
Theater	716	111	827
Orchester	171	40	211
Museum	534	439	973
Chor	16	1	17
Theater-, Konzert- und Gastspieldirektion	2.154	260	2.414
Sonst. Veranstalter mit Aufführung und Darbietung künstlerischer Werte	2.124	488	2.612
Rundfunk und Fernsehen	401	25	426
Herstellung bsp. Bild- und Tonträger	2.501	93	2.594
Galerie und Kunsthandel	2.949	188	3.137
Werbung für Dritte	8.017	320	8.337
Varieté / Zirkus	40	6	46
Ausbildungseinrichtungen künstl./publ. T.	1.670	207	1.877
Eigenwerber	2.112	153	2.265
Generalklausel (§ 24 Abs. 2 Satz 1 KSVG)	209	10	219
Generalklausel § 24 Abs. 2 Satz 2 KSVG)	101	19	120
Gesamt:	32.648	2.725	35.373

Die gemeldeten Honorarsummen haben sich in der Zeit von 1991 bis 1998 auf rd. 4,7 Mrd. DM fast verdoppelt (Tabelle 19).

Tabelle 19

Entwicklung der gemeldeten Honorarsummen seit 1991

<u>Jahr</u>	Wort	Bild. Kunst	Musik	Darst. Kunst	Gesamt
1991	1.327.331.353	603.137.377	547.304.238	247.664.014	2.725.436.982
1992	1.503.148.572	738.936.963	659.786.352	327.797.917	3.229.669.804
1993	1.623.216.023	746.906.101	713.163.854	381.647.908	3.464.933.886
1994	1.712.158.011	806.675.114	817.273.844	445.707.359	3.781.814.326
1995	1.861.698.617	881.235.547	872.089.705	530.013.553	4.145.037.421
1996	1.942.588.699	864.596.576	927.650.448	617.306.250	4.352.141.973
1997	2.023.921.733	910.614.394	918.013.854	632.302.471	4.484.852.452
1998	2.089.026.773	925.372.720	998.475.482	708.803.718	4.721.678.693
1991-1998	14.083.089.780	6.477.474.793	6.453.757.776	3.891.243.190	30.905.565.539

Durchschnittliche jährliche Zunahme:

6,69 % 6,31 % 8,97 % 16,21 % 8,17 %

Die durchschnittliche Zuwachsrate beträgt 8,17 %. Die Einnahmen aus der Künstlersozialabgabe sind in Tabelle 20 dargestellt und belaufen sich für das Jahr 2000 voraussichtlich auf rd. 200 Mio. DM.

Tabelle 20

Künstlersozialabgabe

<u>Jahr</u>	<u>Rechnungsergebnisse (DM)</u>
1990	173.641,387,16
1991	64.913.230,00
1992	30.664.861,48
1993	57.657.302,57
1994	27.081.650,41
1995	42.071.571,00
1996	127.924.842,40
1997	185.424.029,77
1998	185.287.793,63
1999	139.400.000,00 *
2000	200.148.000,00 * *) lt. Haushaltsplan

Heute kann davon ausgegangen werden, dass die meisten und wichtigsten der in § 24 Abs. 1 Satz 1 KSVG aufgeführten typischen Verwerter von der KSK erfasst sind. Größere Schwierigkeiten bereitet die Auffindung der Unternehmen, die Eigenwerbung betreiben oder die unter die Generalklausel des § 24 Abs. 2 KSVG fallen. Denn an ihrem Namen oder ihrem Geschäftsgegenstand ist nicht zu erkennen, dass möglicherweise eine Abgabepflicht besteht. Die KSK hat ihre Bemühungen verstärkt auf die Eigenwerbung treibenden Unternehmen gerichtet und von ihnen bisher 2265 erfasst. Demgegenüber spielt die Generalklausel noch eine untergeordnete Rolle; aufgrund dieser Vorschrift sind erst 349 Unternehmen zur Künstlersozialabgabe herangezogen worden.

Die KSK ist weiter bestrebt, die abgabepflichtigen Unternehmen möglichst lückenlos zu erfassen. Angesichts ihrer begrenzten Kapazitäten und der großen Zahl der in Frage kommenden Unternehmen kann sie jedoch nur schrittweise vorgehen. Sie ist dabei auf die Hilfe der Unternehmensverbände angewiesen. Die KSK wertet regelmäßig die einschlägigen Branchenverzeichnisse, Adressenlisten von Verbänden, Veranstaltungskalender, Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften sowie Unternehmensdarstellungen im Internet aus. Sie geht Hinweisen von bereits erfassten Unternehmen und von Versicherten nach. Außerdem können Betriebsprüfungen der KSK Anhaltspunkte für noch nicht erfasste Unternehmen liefern.

Durch die Bildung von Ausgleichsvereinigungen kann die Abgabepflicht einer Vielzahl gleichartiger Unternehmen verwaltungsökonomisch geregelt und eine Belastung lediglich einzelner Unternehmen durch die Künstlersozialabgabe vermieden werden. Die Bildung von Ausgleichsvereinigungen soll deshalb bei der Novellierung des KSVG erleichtert werden. Einen Überblick über die zur Zeit bestehenden Ausgleichsvereinigungen gibt Tabelle 21.

Tabelle 21

Bestehende Ausgleichsvereinigungen

Ausgleichsvereinigung:	Mitglieder:
AV Kunst	481
AV Verlage	568
AV Musikverlage	106
AV Chemie „allgemein“	144
AV Chemie „Kultur“	19
AV Deutscher Sparkassen- und Giroverband	588
AV Evangelische Kirche Deutschland*) (18.154 Gemeinden)	1
AV Verband Deutscher Diözesen*) (13.982 Gemeinden)	1
AV Jazzverband	26
AV SPD*) (über 10.000 Untergliederungen)	1
AV CDU*) (über 10.000 Untergliederungen)	1
AV Bündnis 90/Die Grünen*)	1
AV Deutscher Gewerkschaftsbund (einschließlich 16 Einzelgewerkschaften)	12
AV Stadt Oldenburg	7
AV Deutsche Messe AG	3
Gesamt:	1.959

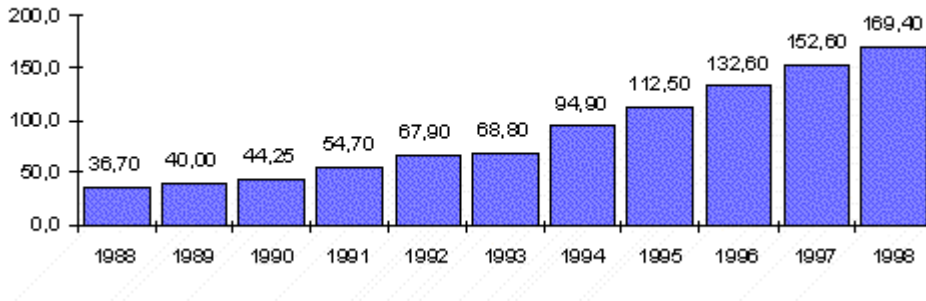
*) keine Einzelerfassung

Durch die Erfassung weiterer Unternehmen kann die Honorarsumme auch in Zukunft gesteigert werden, was sich stabilisierend auf den Abgabesatz auswirkt.

3. Bundeszuschuss

Mit dem Bundeszuschuss trägt der Bund zu einem wesentlichen Teil zur sozialen Absicherung der selbständigen Künstler und Publizisten bei. Nach seiner gesetzlichen Zweckbestimmung deckt der Bundeszuschuss die zweite Beitragshälfte insoweit ab, als die Arbeitseinkommen der Versicherten auf Selbstvermarktung beruhen. Von 1988 bis 1999 war seine Höhe auf 25 % der Ausgaben der KSK festgelegt. In diesem Zeitraum hat er sich von rd. 36 Mio. DM auf rd. 175 Mio. DM fast verfünffacht (Tabelle 22).

Entwicklung des Bundeszuschusses (34 Abs. 1 KSVG)



An diesem Anstieg zeigt sich für die Künstlersozialversicherung der Vorteil der prozentualen Beteiligung des Bundes. Hieran hat sich durch die Absenkung des Bundeszuschusses auf 20 % der Ausgaben der KSK grundsätzlich nichts geändert. Nach wie vor ist der Bundeszuschuss eine bedeutende und verlässliche Größe in der Finanzierung der Künstlersozialversicherung. Für das Jahr 2000 ergibt sich voraussichtlich ein Bundeszuschuss in Höhe von rd. 150 Mio. DM.

VI. Reformbedarf (mit Vorschlägen der Verbände)

Das KSVG ist seit seiner Novellierung im Jahre 1988 mehrfach geändert worden. Hervorzuheben sind seine Erstreckung auf die neuen Bundesländer, die Einbeziehung der Pflegeversicherung und Regelungen zur Abgabepflicht bei Veranstaltungen, durch die die Abgabefreiheit der meisten Gesangs-, Musik - und Brauchtumsvereine klargestellt wurde. Das Haushaltssanierungsgesetz vom 22. Dezember 1999 brachte die Absenkung des Bundeszuschusses zur Künstlersozialversicherung von 25 auf 20 % der Ausgaben der KSK und die Aufhebung der Spartentrennung bei der Künstlersozialabgabe.

Bei der jetzt anstehenden Novellierung des KSVG geht es einmal um Einzelfragen, die sich in den letzten zehn Jahren als klärungs- und regelungsbedürftig erwiesen haben. Im Mittelpunkt stehen jedoch die Vorschläge, die die Verbände der Künstler und Publizisten, der Abgabepflichtigen und der Sozialversicherungsträger zur Novellierung unterbreitet haben. Der Bericht geht im Folgenden auf den Regelungsbedarf und die wichtigsten Änderungsvorschläge ein und legt dar, ob und inwieweit ihnen gefolgt werden kann.

Die Absenkung des Bundeszuschusses zur Künstlersozialversicherung ist erwartungsgemäß auf Kritik der Betroffenen gestoßen. Auch die Aufhebung der Spartentrennung wird von Teilen der Abgabepflichtigen nicht akzeptiert.

1. Höhe des Bundeszuschusses

Mehrere Verbände fordern, die alte Höhe des Bundeszuschusses wiederherzustellen. Einen weitergehenden Vorschlag hat der Deutsche Kulturrat vorgelegt. Danach soll für alle zur Künstlersozialabgabe verpflichteten Unternehmen ein einheitlicher gleichbleibender Abgabesatz von 3,3 % eingeführt werden. Dieser Prozentsatz soll lediglich einer Änderung der Beitragssätze in der Sozialversicherung angepasst werden. Der Abgabesatz von 3,3 % entspricht dem niedrigsten der vier Abgabesätze (für den Bereich Musik), die im Jahre 2000 bei einer Beibehaltung der Spartenrennung und bei einem Bundeszuschuss von 20 % gegolten hätten. Die Differenz zwischen den Einnahmen aus der Künstlersozialabgabe und dem Betrag, der zur Deckung der zweiten Beitragshälfte erforderlich ist, soll vom Bund aufgebracht werden. Der variable Bundeszuschuss soll für den Bund einen Anreiz bieten, sich verstärkt um die Erfassung weiterer abgabepflichtiger Unternehmen zu bemühen, weil Einnahmeverbesserungen wegen des festen Abgabesatzes dann dem Bund zugute kämen. Um das Risiko für den Bund zu begrenzen ist ergänzend die Wiederherstellung eines Bundeszuschusses von 25 % vorgeschlagen worden, wobei 25 % als Obergrenze eines „Korridors“ (mit einer Untergrenze von 17 %) anzusehen seien.

Die Absenkung des Bundeszuschusses war sachlich begründet und keine reine Sparmaßnahme im Rahmen der Haushaltssanierung. Sie war bereits seit dem Gutachten des ifo-Instituts aus dem Jahre 1995 über die Zusammensetzung des Arbeitseinkommens der nach dem Künstlersozialversicherungsgesetz versicherten Künstler und Publizisten diskutiert worden. Der Bundeszuschuss wurde entsprechend seiner gesetzlichen Zweckbestimmung den veränderten Verhältnissen angepasst. Nach § 14 KSVG dient der Bundeszuschuss der Finanzierung der zweiten Beitragshälfte, soweit die beitragspflichtigen Arbeitseinkommen der Versicherten nicht auf Fremdvermarktung, d. h. auf Geschäften mit abgabepflichtigen Verwertern, sondern auf Selbstvermarktung (SV), insbesondere auf Geschäften mit privaten Endverbrauchern beruhen. Der Gesetzgeber ging 1981 von einem SV-Anteil von etwa einem Drittel aus und setzte den Bundeszuschuss auf 17 % der Ausgaben der KSK fest. 1987 erhöhte er den Bundeszuschuss auf 25 %, weil er aufgrund der Angaben der Versicherten einen SV-Anteil von 50 % annahm. Ein SV-Anteil von 50 % kann aufgrund des ifo-Gutachtens von 1995 nicht mehr zugrunde gelegt werden. Dem Vorschlag des ifo-Instituts, den Bundeszuschuss auf 15 % abzusenken, wurde jedoch nicht gefolgt. Vielmehr wurde eine moderate Absenkung von 25 auf 20 % der Ausgaben der KSK vorgenommen.

Die Bundesregierung sieht aus Haushaltsgründen keine Möglichkeiten für eine Rückkehr zur alten Zuschusshöhe. Der Vorschlag des Deutschen Kulturrates, einen festen Abgabesatz von

3,3 % einzuführen, würde einen Bundeszuschuss von etwa 25 % bedingen und ihn mittelfristig auf knapp 30 % ansteigen lassen. Bei der „Korridorlösung“ mit einer Obergrenze von 25 % wird nicht gesagt, wer die Differenz zwischen dem sich aus einem Abgabesatz von 3,3 % ergebenden Abgabevolumen und dem Bedarf der Künstlersozialkasse aufbringen soll. Hiervon abgesehen würde der Vorschlag des Deutschen Kulturrates die Finanzierung der zweiten Beitragshälfte grundlegend ändern und die primäre Verantwortung der Verwerter aufheben. Mit einem festen Abgabesatz, der sich nicht an dem Bedarf der KSK orientiert, würde die prozentuale Aufteilung der zweiten Beitragshälfte zwischen Bund und Verwertern zu Lasten des Bundes aufgegeben: Steigen die abgabepflichtigen Honorare nicht in gleichem Maße wie die Beitragsausgaben der KSK, müsste der Bund für das Defizit aufkommen. Eine solche Defizithaftung kann der Bund nicht übernehmen.

Im übrigen bietet ein „Korridor“ für den Bund nur theoretisch Vorteile. Tatsächliche Vorteile könnten - bei einem erheblich über 3,3 % liegenden Abgabesatz - nur entstehen, wenn von der Erfassung weiterer abgabepflichtiger Verwerter noch erhebliche Mehreinnahmen zu erwarten wären. Dies ist nach den Erfahrungen der KSK nicht der Fall. Den Vorausschätzungen der KSK liegen jährliche Honorarsteigerungen von etwa 8 % oder rd. 235 Mio. DM zugrunde. Wesentlich höhere Steigerungen sind nicht zu erwarten, da viele neu erfasste Verwerter nur niedrige Abgabebeträge zu zahlen haben.

Nach Ansicht des Deutschen Kulturrates hat der Bund auch für eine Finanzierungslücke einzustehen, die er durch Ausnahmeregelungen für Verwerter bei laienkulturellen Aktivitäten selbst geschaffen habe. Durch die angesprochenen Neuregelungen wurden jedoch die meisten Gesangs-, Musik- und Brauchtumsvereinigungen nicht von einer an und für sich bestehenden Abgabepflicht ausgenommen; vielmehr wurde nur klargestellt, dass diese Vereinigungen nicht zum Kreis der Abgabepflichtigen gehören. Wenn z. B. ein Gesangsverein in einem Jahr nicht mehr als zwei Veranstaltungen unter Mitwirkung von selbständigen Künstlern durchführt, dann ist er ebenso wenig ein Verwerter wie ein nicht unter § 24 Abs. 1 KSVG fallendes Unternehmen, das nur gelegentlich Aufträge an selbständige Künstler oder Publizisten erteilt. Wirken nach dem KSVG versicherte Künstler bei Veranstaltungen von nicht abgabepflichtigen Unternehmen mit, handelt es sich um Selbstvermarktung. Die für nicht abgabepflichtige Gesangs-, Musik- und Brauchtumsvereinigungen tätigen Künstler (z. B. Chorleiter) sind jedoch meistens wegen einer anderweitigen sozialen Absicherung nicht nach dem KSVG versichert, so dass insoweit keine Finanzierungslücke entsteht.

Die Bundesregierung weist darauf hin, dass sie den Selbstvermarktungsanteil aufgrund eines Beschlusses des Rechnungsprüfungsausschusses des Deutschen Bundestages erneut überprüft. Diese Überprüfung wird voraussichtlich im Laufe des Jahres 2001 abgeschlossen. Es er-

scheint sachgerecht, die Höhe des Bundeszuschuss ggf. erneut zu erörtern, wenn die Ergebnisse dieser Prüfung vorliegen.

2. Abgabesatz

Durch das Haushaltssanierungsgesetz ist die getrennte Erhebung der Künstlersozialabgabe nach den Bereichen Musik, Wort, darstellende Kunst und bildende Kunst aufgehoben und statt der bisherigen vier Abgabesätze ein einheitlicher Abgabesatz (im Jahre 2000: 4 %) eingeführt worden. Nach dem Beschluss des Haushaltsausschusses soll die Aufhebung der Spartenrennung bei der Novellierung des KSVG überprüft werden. Verschiedene Verbände der Abgabepflichtigen haben die Wiederherstellung der Spartenrennung gefordert. Der Deutsche Kulturrat hat einem einheitlichen Abgabesatz unter der Voraussetzung zugestimmt, dass dieser auf 3,3 % festgeschrieben wird und die restlichen für die Finanzierung erforderlichen Mittel vom Bund aufgebracht werden (s. o. Nr. 1).

Bereichsspezifische Abgabesätze wurden erst 1989 mit dem Gesetz zur Änderung des KSVG vom 20. Dezember 1988 eingeführt. Von 1983 bis 1988 galt ein einheitlicher Abgabesatz von 5 %.

Infolge der Spartenrennung hatte die KSK bei Versicherten und Abgabepflichtigen die einzelnen künstlerischen und publizistischen Tätigkeiten den jeweiligen Bereichen zuzuordnen. Die Versicherten mussten für jedes Jahr angeben, in welchem der vier Sparten sie ihr Arbeitseinkommen überwiegend erzielten, damit die Beitragsausgaben der KSK für jeden Bereich ermittelt werden konnten. Der Bundeszuschuss musste auf die vier Bereiche entsprechend ihren Selbstvermarktungsanteilen aufgeteilt werden. Die Verwerter mussten die Summe der an selbständige Künstler und Publizisten gezahlten Honorare melden, die jeweils auf die einzelnen Bereiche entfielen. Erst dadurch konnte für jeden Bereich der Abgabesatz errechnet werden. Bei diesen Ermittlungen ergaben sich zunehmend Überschneidungen, die Versicherte wie Verwerter überforderten und Quelle von Fehlern und Rechtsunsicherheiten waren. In vielen Fällen war eine eindeutige Zuordnung nicht mehr möglich. Beispiele für diese Schwierigkeiten sind:

- Ein Fotograf gehört grundsätzlich zur Sparte bildende Kunst. Soweit er aber an einen Presseverlag liefert, ist er nach der Rechtsprechung des Bundessozialgerichts dem Bereich Wort zuzuordnen.
- Ein Journalist wird seinen Filmbeitrag, den er allein hergestellt hat, schon nach seinem Selbstverständnis dem Bereich Wort zuordnen; die ankaufende Fernsehstation wird ihn aber eher als darstellende Kunst ansehen.

- Liedtexter und Librettisten (Musik) könnten auch dem Bereich Wort zugeordnet werden.
- Bühnenbildner, die nach der KSVG-Durchführungsverordnung darstellende Künstler sind, könnten auch dem Bereich bildende Kunst zugeordnet werden.
- Performance-Künstler (bildende Künstler) weichen von Schauspielern (darstellenden Künstlern) oft weniger ab als von anderen der bildenden Kunst angehörenden Künstlern.
- Immer mehr Magazinmoderatoren bedienen sich als Journalisten (Wort) der Mittel des Entertainments (darstellenden Kunst); welchem Bereich sie zugeordnet werden, hängt eher vom Zufall ab.
- Multimedia-Künstler/Videokünstler erfüllen die Voraussetzungen mehrerer Bereiche (Musik, darstellende und bildende Kunst).
- Für Klang-Installationen kommen die Bereiche Musik und bildende Kunst in Betracht.
- Im Musiktheater gehen alle Sparten eine kaum zu trennende Verbindung ein.

Auch bei den Betriebsprüfungen nahm die richtige Einordnung der künstlerischen und publizistischen Tätigkeiten einen erheblichen Teil der (begrenzten) Arbeitskapazitäten der KSK in Anspruch. Rd. 20 % der Abgabennachforderungen bezogen sich auf falsche Bereichseinstufungen.

Die heutige Kultur- und Medienlandschaft ist nicht mehr durch deutlich voneinander abgegrenzte Bereiche gekennzeichnet, von der der Gesetzgeber bei der Verabschiedung des KSVG ausgegangen ist. Kultur- und Medienschaffende sowie ihre Verwerter nutzen multimedial die ganze Breite der künstlerischen und publizistischen Ausdrucksmöglichkeiten und verbinden in ihrer Arbeit häufig Elemente der bisherigen Sparten. Diese Entwicklung und die damit verbundenen Verwaltungsschwierigkeiten rechtfertigen es, von der bisherigen Differenzierung abzusehen und die vier Bereiche zu einer Einheit zusammenzufassen, die insgesamt für den Anteil der Verwerter an der sozialen Absicherung der versicherten Künstler und Publizisten (Künstlersozialabgabe) einzustehen hat. Zwar bestehen zwischen Künstlern/Publizisten und ihren Verwertern in der jeweiligen Sparte engere Beziehungen als im gesamten Kunst- und Medienbereich. Auch wird bei dem bereichsspezifischen Abgabesatz der jeweilige Selbstvermarktungsanteil der Sparte berücksichtigt. Doch sind diese Umstände Folgen der Spartenrennung, zwingende Gründe für eine solche sind sie nicht. Die von Verbänden gegen die Aufhebung der Spartenrennung erhobenen verfassungsrechtlichen Einwände sind von der Bundesregierung geprüft worden. Sie haben sich als nicht begründet erwiesen. Der Gesetzgeber war verfassungsrecht-

lich nicht gehindert, die Künstlersozialabgabe auf der Grundlage der Beitragsanteile aller Versicherten und eines für den Selbstvermarktungsanteil pauschal gewährten Bundeszuschusses zu berechnen und damit einen einheitlichen Abgabesatz einzuführen.

Dessen Vorteile müssen auch vor dem Hintergrund der vom Bund zu tragenden Verwaltungskosten der KSK gesehen werden:

- Der einheitliche Abgabensatz erleichtert das Abgabeverfahren und die Betriebsprüfungen für die KSK und die Abgabepflichtigen. Rechtsunsicherheit und fehlerhafte Rechtsanwendung werden vermieden.
- Der Verwaltungsaufwand der KSK wird vermindert. Deren Kapazitäten können insoweit besser für die Erfassung weiterer abgabepflichtiger Unternehmen genutzt werden. Mit dem einheitlichen Abgabesatz entfallen etwaige Manipulationsmöglichkeiten für die Verwerter, Honorare einer günstigeren Sparte zuzuordnen.
- Der einheitliche Abgabesatz verringert die in der Vergangenheit häufigen und nicht vermeidbaren Schwankungen bei den Abgabesätzen und erlaubt den beteiligten Verwertern eine auf Kontinuität ausgerichtete Kalkulation.

Die Bundesregierung hält aus diesen Gründen an der im Haushaltssanierungsgesetz getroffenen Aufhebung der Spartentrennung fest.

3. Regelungen im Versichertenbereich

a) Allgemeines

Einige Vorschläge, die eine Verbesserung für die Künstler und Publizisten beinhalten, haben erhebliche finanzielle Auswirkungen. Höhere Aufwendungen lassen nicht nur die Beitragsanteile der Versicherten ansteigen, sondern erhöhen auch die Belastung von Bund und Verwertern. Allein durch die Zunahme der Zahl der Versicherten erhöht sich der Bundeszuschuss jährlich. Die Verwerter müssen den Betrag zusätzlich aufbringen, um den der Bundeszuschuss abgesenkt worden ist (5 % der Ausgaben der KSK). Um die Finanzgrundlagen und die Akzeptanz der Künstlersozialversicherung nicht zu beeinträchtigen, sind einer weiteren Belastung von Bund und Verwertern enge Grenzen gesetzt. Deshalb kann einigen Vorschlägen, so wünschenswert sie für die Versicherten sein mögen, aus Kostengründen nicht gefolgt werden.

b) Begriff der Künstlersozialversicherung

Das KSVG enthält keine inhaltliche Definition des Begriffs des Künstlers bzw. Publizisten oder der Kunst bzw. der Publizistik, sondern nur eine formale Konkretisierung, wer Künstler und Publizist im Sinne des KSVG ist. Nach § 2 KSVG ist Künstler, wer Musik, darstellende oder bildende Kunst schafft, ausübt oder lehrt; Publizist ist, wer als Schriftsteller, Journalist oder in anderer Weise publizistisch tätig ist. Ein nicht abschließender Katalog von künstlerischen und publizistischen Berufen findet sich in der Verordnung zur Durchführung des KSVG.

Eine gesetzliche Regelung, welche Anforderungen an das Vorliegen von Kunst bzw. Publizistik zu stellen sind, ist weder möglich noch notwendig. Zur Abgrenzung hat die Praxis die erforderlichen Kriterien entwickelt. Eine Ausuferung der Künstlersozialversicherung lässt sich nicht feststellen. Auch in der Rechtsprechung des Bundessozialgerichts ist zunehmend eine zurückhaltende Tendenz zu erkennen (Verneinung der Künstlereigenschaft von Showkämpfern und Ledertäschnern). Das Gleiche gilt für Urteile der Landessozialgerichte (keine Künstler oder Publizisten im Sinne des KSVG sind z. B. Fremdenführer, Museumsführer, Marzipanfigurengestalter, Möbelrestauratoren, Übersetzer technischer Texte). Nach der Rechtsprechung kommt der Einschätzung von fachkundigen Kreisen maßgebliche Bedeutung zu. Die KSK kann sich in diesem Zusammenhang auf die Fachkunde ihrer Beiratsmitglieder stützen, die in den Widerspruchsausschüssen mitwirken.

In einem Punkt sollen jedoch die Grenzen der Künstlersozialversicherung deutlich gemacht werden. Manche Berufe weisen Anteile an eigenschöpferischer Gestaltung auf. Solche Elemente machen sie aber noch nicht zu künstlerischen Berufen. Es soll deshalb klargestellt werden, dass für eine Versicherungspflicht nach dem KSVG die künstlerische oder publizistische Tätigkeit den Schwerpunkt der Berufsausübung bilden muss.

c) Vermutung einer selbständigen Tätigkeit bei Künstlern und Publizisten

Verbände der Versicherten haben vorgeschlagen, den Versicherungsschutz von Künstlern und Publizisten sicherzustellen, deren Status als Selbständiger oder Beschäftigter zwischen KSK und Krankenkasse umstritten ist.

Künstler und Publizisten können ihre Tätigkeit entweder als Selbständige oder als Beschäftigte ausüben. Ob Selbständigkeit (als Voraussetzung der Versicherungspflicht nach dem KSVG) vorliegt, entscheidet die KSK, über das Vorliegen eines Beschäftigungsverhältnisses die zuständige Krankenkasse. Wegen dieser Zuständigkeitsregelung ist es in der Vergangenheit zu negativen Kompetenzkonflikten gekommen. Die Entscheidung der KSK, dass eine Versiche-

rungspflicht nach dem KSVG nicht besteht, wurde häufig von der Krankenkasse nicht akzeptiert, die ein Beschäftigungsverhältnis verneinte. Dadurch blieb der Künstler oder Publizist solange ohne Versicherungsschutz, bis eine Klärung im sozialgerichtlichen Verfahren erfolgt war.

Zur Lösung dieses Problems ist vorgeschlagen worden, bei Künstlern und Publizisten eine selbständige Tätigkeit zu vermuten oder sie vorrangig nach dem KSVG zu versichern, bis die zuständige Krankenkasse ein Beschäftigungsverhältnis feststellt. Gegen solche Vorschläge ist jedoch einzuwenden, dass Künstler und Publizisten nicht generell selbständig sind. Einzelne Gruppen sind zwar in der Regel selbständig (z. B. Bildhauer, Maler, Schriftsteller); dies gilt aber nicht für Journalisten, Designer, Schauspieler, Sänger, Bühnenbildner usw. Auch können für Künstler und Publizisten keine anderen Maßstäbe zur Abgrenzung von selbständiger Tätigkeit und Beschäftigung gelten als für die übrigen Erwerbspersonen. Eine Vermutungsregelung würde der KSK die Beweislast für ein Beschäftigungsverhältnis zuweisen. Arbeitgeber würden Künstler und Publizisten an die KSK verweisen, um Sozialversicherungsbeiträge zu sparen. Der damit verbundene Anstieg des Bundeszuschusses ist nicht akzeptabel.

Einer gesetzlichen Regelung bedarf es jedoch nicht. Zwischenzeitlich haben die KSK und die Spitzenverbände der Sozialversicherungsträger ein sachgerechtes Abstimmungsverfahren vereinbart. Danach schaltet die KSK die zuständige Krankenkasse ein, wenn die KSK ein Beschäftigungsverhältnis annimmt. Die Krankenkasse prüft die Rechtslage und unterrichtet die KSK über das Ergebnis dieser Prüfung. Dann trifft die KSK die Statusentscheidung, an die die Krankenkasse gebunden ist. Die Krankenkasse erbringt nach ihrer Einschaltung die Krankenversicherungsleistungen, weil der Künstler/Publizist entweder als Selbständiger nach dem KSVG oder als Beschäftigter nach dem Sozialgesetzbuch versichert ist. Die Klärung der Rechtsgrundlage geht also nicht mehr zu Lasten der Künstler und Publizisten.

d) Geringfügigkeitsgrenze

Die Versicherungspflicht nach dem KSVG setzt voraus, dass die selbständigen Künstler und Publizisten mit Ausnahme der Berufsanfänger aus ihrer künstlerischen oder publizistischen Tätigkeit ein jährliches Arbeitseinkommen erzielen, das über der Geringfügigkeitsgrenze von einem Siebtel der Bezugsgröße liegt (§ 3 Abs. 1 KSVG). Diese Grenze soll entsprechend der allgemeinen Regelung in § 8 SGB IV auf $12 \times 630 \text{ DM} = 7560 \text{ DM}$ festgeschrieben werden.

Befürchtungen einer missbräuchlichen Inanspruchnahme der Künstlersozialversicherung gehen auch auf die großzügige Berufsanfängerregelung des § 3 Abs. 2 KSVG zurück. Auf selbständige Künstler und Publizisten findet in den ersten fünf Jahren nach Aufnahme ihrer selbständigen Tätigkeit die Geringfügigkeitsgrenze keine Anwendung, d. h. diese Berufsanfänger sind

auch versichert, wenn ihr jährliches Arbeitseinkommen aus der künstlerischen oder publizistischen Tätigkeit unterhalb dieser Grenze liegt oder sie daraus überhaupt kein Arbeitseinkommen erzielen. Die Berufsanfänger müssen allerdings die Hälfte eines Mindestbeitrages entrichten. Nach Ablauf der Frist von fünf Jahren besteht nur Versicherungspflicht, wenn das von dem Künstler oder Publizist der KSK gemeldete voraussichtliche Arbeitseinkommen die Geringfügigkeitsgrenze übersteigt. Ob diese Voraussetzung für die Versicherungspflicht erfüllt ist, kann in der Regel erst nach weiteren Jahren festgestellt werden. Da das voraussichtliche Arbeitseinkommen maßgebend ist, sind Abweichungen von dem tatsächlichen Arbeitseinkommen wegen der Unsicherheiten einer Schätzung unschädlich. Erst wenn das tatsächliche Arbeitseinkommen mehrmals erheblich hinter der Schätzung zurückbleibt, können die Angaben des Künstlers oder Publizisten angezweifelt werden. Faktisch verlängert sich dadurch die Berufsanfängerfrist. Um einem etwaigen Missbrauch zu begegnen und der KSK eine frühere Überprüfung zu ermöglichen, soll die geltende Frist von fünf Jahren auf drei Jahre verkürzt werden.

Gleichzeitig sind folgende Verbesserungen für die Künstler und Publizisten vorgesehen:

Während nach geltendem Recht für den Ablauf der Berufsanfängerfrist Unterbrechungen der künstlerischen oder publizistischen Tätigkeit unbeachtlich sind, sollen diese künftig berücksichtigt werden. Die Berufsanfängerfrist soll sich um die Zeiträume verlängern, in denen eine Versicherung nach dem KSVG nicht bestanden hat. Diese Regelung kommt neben Wehr- und Zivildienstleistenden vor allem Frauen in Mutterschafts- und Erziehungsurlaub zugute. Auch ein zeitweiliger Wechsel in ein Beschäftigungsverhältnis soll nicht mehr angerechnet werden.

Außerdem soll für alle Versicherten die Geringfügigkeitsregelung modifiziert werden. Die Verbände haben vorgeschlagen, bis zu zweimal innerhalb von fünf Jahren eine Unterschreitung der Geringfügigkeitsgrenze ohne Auswirkung auf den Versicherungsschutz zuzulassen, sofern im langjährigen Durchschnitt das Mindesteinkommen überschritten wird; die Versicherten würden sonst infolge von Schwankungen ihres Einkommens und eines Ausfalls von Aufträgen ihren Versicherungsschutz verlieren. Dem Vorschlag soll im Wesentlichen gefolgt werden. Unerwartete Schwankungen des Einkommens werden bereits durch die flexible Regelung über das voraussichtliche Arbeitseinkommen aufgefangen. Dennoch kann vorhersehbar die Geringfügigkeitsgrenze nicht erreicht werden, etwa weil wegen der Betriebskosten infolge einer Investition in ein Arbeitsgerät der steuerrechtliche Gewinn und damit das Arbeitseinkommen unterhalb der Grenze bleibt. Deshalb soll für Versicherte, die mindestens sechs Jahre der Künstlersozialversicherung angehören, zweimal innerhalb von sechs Jahren ein Unterschreiten der Geringfügigkeitsgrenze ohne Auswirkung auf den Versicherungsschutz bleiben.

e) Berücksichtigung weiterer Einkommen der Künstler und Publizisten

Viele Künstler und Publizisten können von ihrer künstlerischen oder publizistischen Tätigkeit allein nicht leben und sind auf weitere Einkommensquellen angewiesen. Nach einem Vorschlag sollen Einkommen, die aufgrund der künstlerischen oder publizistischen Qualifikation aus einer weiteren selbständigen Tätigkeit erzielt werden (z. B. Übersetzung von Gutachten) dem künstlerischen oder publizistischen Einkommen hinzugerechnet werden. Dieser Vorschlag hätte z. B. Bedeutung, wenn durch das künstlerische oder publizistische Einkommen allein die Geringfügigkeitsgrenze nicht erreicht wird.

Der Vorschlag kann nicht aufgegriffen werden. Abgesehen von der Schwierigkeit, den Zusammenhang zwischen beruflicher Qualifikation und weiterem Einkommen festzustellen, würden die Grenzen der Künstlersozialversicherung aufgelöst. Außerdem müsste der Bund für die zweite Beitragshälfte aufkommen, da auf nichtkünstlerische bzw. nichtpublizistische Honorare keine Künstlersozialabgabe erhoben werden kann. Das ist aus Kostengründen nicht vertretbar.

f) Zusammentreffen von selbständiger künstlerischer oder publizistischer Tätigkeit mit einer Beschäftigung

Wird eine künstlerische oder publizistische Tätigkeit neben einer Beschäftigung ausgeübt, bestimmt sich nach geltendem Recht der Krankenversicherungsschutz nach dem Hauptberuf. Nach einem Vorschlag der Krankenkassen soll die Versicherungspflicht nach dem KSVG durch eine Versicherungspflicht nach dem Fünften Buch Sozialgesetzbuch nicht mehr ausgeschlossen sein und Versicherungs- und Beitragspflicht sowohl aufgrund der künstlerischen/ publizistischen Tätigkeit als auch der Beschäftigung bestehen.

Mit diesem Vorschlag würde von bisherigen Grundsätzen der gesetzlichen Krankenversicherung abgewichen. Wegen seiner Auswirkungen auf das gesamte Krankenversicherungsrecht kann über ihn nicht im Rahmen der KSVG-Novellierung entschieden werden.

g) Zugang zur gesetzlichen Krankenversicherung

Durch das Gesundheitsreformgesetz 2000 ist mit Wirkung ab 1. Juli 2000 unter bestimmten Voraussetzungen für Personen, die das 55. Lebensjahr vollendet haben, allgemein eine Versicherungsfreiheit eingeführt worden. Personen, die das 55. Lebensjahr vollendet haben, aber bereits der gesetzlichen Krankenversicherung angehören, haben auch nach der Neuregelung

die Möglichkeit, durch Aufnahme einer selbständigen künstlerischen oder publizistischen Tätigkeit den günstigen Versicherungsschutz nach dem KSVG zu erlangen. Wird die Tätigkeit jedoch erst in einem Alter von über 65 Jahren aufgenommen, ist die Vergünstigung nicht mehr gerechtfertigt. Bisher freiwillig Versicherte können auf diese Weise die Krankenversicherungsleistungen für einen wesentlich niedrigeren Beitrag, u.U. für den halben Mindestbeitrag eines Berufsanfängers erhalten. Um einer solchen Ausnutzung der gesetzlichen Krankenversicherung vorzubeugen, soll insoweit Versicherungsfreiheit eintreten.

Das Gleiche soll für eingeschriebene Studenten gelten; hier soll ein Ausweichen in die Künstler-sozialversicherung vermieden werden, die wegen der Berufsanfängerregelung noch günstiger als die studentische Krankenversicherung sein kann (monatlicher Beitrag zur studentischen Krankenversicherung: rd. 82 DM in den alten, rd. 68 DM in den neuen Bundesländern; halber Mindestbeitrag nach dem KSVG: 51 DM in den alten, 42 DM in den neuen Bundesländern).

h) Zuschuss zur freiwilligen oder privaten Kranken- und Pflegeversicherung

Der Zuschuss zur freiwilligen oder privaten Kranken- und Pflegeversicherung für Personen, die sich von der Kranken- und Pflegeversicherungspflicht haben befreien lassen, soll aus Gründen der Gleichbehandlung mit den Versicherten von der KSK mindestens in Höhe des halben Mindestbeitrages gezahlt werden, sofern der halbe Beitrag zur freiwilligen oder privaten Versicherung nicht niedriger liegt.

i) Krankengeld

Nach dem KSVG Versicherte haben Anspruch auf Krankengeld, der jedoch erst mit Beginn der siebten Woche der Arbeitsunfähigkeit einsetzt (§ 46 Satz 2 SGB V). Die Beiträge zur gesetzlichen Krankenversicherung werden nach dem allgemeinen Beitragssatz der Krankenkasse berechnet, der auch für Arbeitnehmer gilt, die für mindestens sechs Wochen Anspruch auf Entgeltfortzahlung haben. Die Versicherten können sich zu einem erhöhten Beitragssatz (§ 242 SGB V) für einen früheren Krankengeldbeginn entscheiden. Das Krankengeld wird dann ab dem von der Krankenkasse bestimmten Zeitpunkt, spätestens ab der dritten Woche der Arbeitsunfähigkeit gezahlt. Den sich durch die Anwendung des erhöhten Beitragssatzes ergebenden Erhöhungsbetrag muss der Versicherte allein tragen. Verbände der Künstler und Publizisten haben vorgeschlagen, generell einen Krankengeldbeginn von der ersten bzw. dritten Woche an vorzusehen und den Versicherten nur mit der Hälfte des Erhöhungsbetrages zu belasten.

Von der Möglichkeit eines früheren Krankengeldbeginns haben rund ein Fünftel aller Versicherten Gebrauch gemacht. Eine Regelung für sämtliche Versicherte mit hälftiger Beitragstragung würde für Bund und Verwerter einen Mehraufwand von rd. 26 Mio. DM verursachen. Sie wäre nicht mit der Notwendigkeit vereinbar, die Belastung von Bund und Verwertern so niedrig wie möglich zu halten. Die geltende Regelung bietet einen angemessenen Weg, für den Fall der Arbeitsunfähigkeit vorzusorgen.

j) Mindestbeitrag

Bemessungsgrundlage für die Krankenversicherungsbeiträge der nach dem KSVG versicherten Künstler und Publizisten ist das der KSK gemeldete voraussichtliche Arbeitseinkommen; der Beitragsbemessung wird jedoch je Kalendertag mindestens der 180. Teil der monatlichen Bezugsgröße zugrunde gelegt (§ 234 SGB V). Der monatliche Mindestbeitrag beträgt im Durchschnitt in den alten Bundesländern rd. 102 DM und in den neuen Bundesländern rd. 84 DM, wovon der Versicherte die Hälfte trägt. Auch Berufsanfänger, deren Arbeitseinkommen unterhalb der Geringfügigkeitsgrenze liegt, haben die Hälfte des Mindestbeitrages zu entrichten. Ein Vorschlag, den Mindestbeitrag zu verdoppeln, wird nicht übernommen. Die Belastung geringverdienender Künstler und Publizisten soll nicht erhöht werden.

k) Beitragsverfahren

Bemessungsgrundlage für die Beiträge in der Künstlersozialversicherung sind die voraussichtlichen Arbeitseinkommen aus der künstlerischen oder publizistischen Tätigkeit, die die Versicherten der KSK bis zum 1. Dezember eines Jahres für das folgende Kalenderjahr melden. Bedenken gegen die Einkommensschätzung durch die Künstler und Publizisten haben zu dem Vorschlag geführt, in Anlehnung an eine Regelung in der gesetzlichen Rentenversicherung für pflichtversicherte Selbständige (§ 165 Abs. 1 SGB VI) einen Regelbeitrag einzuführen, wobei dessen Bemessungsgrundlage wegen der niedrigeren Einkommen der selbständigen Künstler und Publizisten etwa bei 25 000 DM im Jahr angesetzt werden sollte. Von dem Regelbeitrag könne nur abgewichen werden, wenn der Künstler oder Publizist ein höheres oder niedrigeres Arbeitseinkommen nachweist.

Aus Sicht der Rentenversicherung ist der Vorschlag nicht problematisch. Die versicherten Künstler und Publizisten sind jedoch besonders an den Sachleistungen der gesetzlichen Krankenversicherung interessiert. Bei einer Wahlmöglichkeit würden sie versuchen, ihre Beiträge möglichst niedrig zu halten, es sei denn, sie nehmen höhere Beiträge in der Krankenversicherung wegen einer besseren Absicherung in der Rentenversicherung in Kauf. Rd. 27 % aller

Versicherten geben ein jährliches Arbeitseinkommen von über 25 000 DM an. Würde der größte Teil dieser Versicherten es bei dem für sie günstigeren Regelbeitrag belassen, müsste die Krankenversicherung unzumutbare Beitragsausfälle von mindestens 50 Mio. DM hinnehmen. Ein erheblicher Teil der Versicherten, die ein Arbeitseinkommen von weniger als 25 000 DM melden, würde dagegen beantragen, die Beiträge nach dem niedrigeren Arbeitseinkommen festzusetzen. Der Nachweis eines von der Regelbemessungsgrundlage abweichenden Arbeitseinkommens wäre äußerst aufwendig. Auf den letzten Einkommensteuerbescheid kann nicht immer allein abgestellt werden, weil die Einkommensverhältnisse der selbständigen Künstler und Publizisten oft beträchtlichen Schwankungen unterliegen. Für rd. 41 000 Versicherte dürften wegen niedriger Einkommen keine Einkommensbescheide vorliegen. Diese Versicherten müssten den Nachweis eines gegenüber der Regelbemessungsgrundlage niedrigeren Einkommens anhand anderer Unterlagen führen. Der dadurch entstehende Verwaltungsaufwand der KSK steht in keinem Verhältnis zu den erreichbaren Verbesserungen bei der Feststellung des Arbeitseinkommens. Es gibt keine Anhaltspunkte dafür, dass im Durchschnitt zwischen gemeldeten und tatsächlich erzielten Arbeitseinkommen gravierende Unterschiede bestehen (s. o. IV. 2. vor Tabelle 13).

Die gleichen Gründe sprechen gegen Vorschläge, generell für jede Vorausschätzung der Künstler und Publizisten entsprechende Nachweise zu fordern. Deshalb soll es bei dem bestehenden Beitragsverfahren bleiben. Allerdings sollen nach dem KSVG Versicherte bei der ersten Meldung nach dem Ende der Berufsanfängerzeit verpflichtet werden, der KSK Nachweise und Unterlagen vorzulegen, die ihre Angaben zum voraussichtlichen Arbeitseinkommen belegen.

I) Krankenversicherung der Rentner

Selbständige Künstler und Publizisten haben nach dem KSVG einen günstigen Krankenversicherungsschutz. Sie zahlen von ihrem Arbeitseinkommen wie Arbeitnehmer nur die Hälfte des Beitrags zur gesetzlichen Krankenversicherung (GKV). Diese Situation verschlechtert sich für diejenigen selbständigen Künstler und Publizisten, die ihre Tätigkeit altersbedingt aufgeben und die Zugangsvoraussetzungen zur Krankenversicherung der Rentner nicht erfüllen. Diese setzt eine Pflichtversicherung in der GKV mindestens während neun Zehntel der zweiten Hälfte des Zeitraums zwischen Aufnahme der Tätigkeit und Rentenantragstellung voraus. Viele selbständige Künstler und Publizisten, die nach In-Kraft-Treten des KSVG am 1. Januar 1983 in der GKV pflichtversichert wurden, erreichen bis zu ihrer Rentenantragstellung nicht die erforderliche Dauer einer Pflichtmitgliedschaft. Sie können nach der Beendigung ihrer KSVG-Mitgliedschaft der GKV freiwillig beitreten, müssen jedoch u.U. erheblich höhere Beiträge entrichten, die einen großen Teil der Rente aufzehren können. Die Mindestbeiträge der freiwilligen Versicherung (im Durchschnitt rd. 205 DM monatlich in den alten Bundesländern und rd. 170 DM monatlich in

den neuen Bundesländern) sind doppelt so hoch wie die Mindestbeiträge der KSVG-Versicherung (rd.102 DM monatlich in den alten Bundesländern, rd. 84 DM monatlich in den neuen Bundesländern; hiervon trägt der Versicherte die Hälfte); dabei hängt der Zuschuss der Rentenversicherung von der Höhe der Rente ab und macht oft weniger als die Hälfte des Beitrags aus.

Der Deutsche Kulturrat und Verbände der Künstler und Publizisten haben vorgeschlagen, den älteren Künstlern und Publizisten den Zugang zur Krankenversicherung der Rentner zu erleichtern und sie so zu stellen, als hätten sie ihre Tätigkeit als selbständiger Künstler/Publizist erst nach dem In-Kraft-Treten des KSVG aufgenommen.

Dieser Vorschlag soll in modifizierter Form aufgegriffen werden. Personen, die eine selbständige künstlerische oder publizistische Tätigkeit vor dem 1. Januar 1983 aufgenommen haben, sollen unter der Voraussetzung, dass sie mindestens neun Zehntel des Zeitraums zwischen dem 1. Januar 1985 und der Stellung des Rentenanspruchs nach dem KSVG in der GKV versichert waren, als Rentner pflichtversichert werden.

Als Beginn des maßgeblichen Zeitraum soll der 1. Januar 1985 festgelegt werden, um dem Umstand Rechnung zu tragen, dass die Versicherungspflicht erst mit der Meldung des Künstlers oder Publizisten beginnt und die neuen Möglichkeiten nicht allen Künstlern und Publizisten sogleich bekannt waren. Es handelt sich um eine Übergangsregelung für einen Zeitraum von etwa fünf Jahren. Ende 2005 besteht das KSVG 23 Jahre; selbständige Künstler und Publizisten, die vor 1983 ihre Tätigkeit aufgenommen haben und nach 2005 Rentenbezieher werden, dürften dann die allgemeinen Voraussetzungen für die Krankenversicherung der Rentner (neun Zehntel der zweiten Hälfte des Erwerbslebens) erfüllen.

m) Aufstockung niedriger Renten

Mit der Begründung, dass für selbständige Künstler und Publizisten eine Rentenversicherungspflicht erst seit 1983 besteht, ist vorgeschlagen worden, niedrige Renten von Künstlern und Publizisten aufzustocken. Vor 1983 gab es jedoch bereits die Möglichkeit einer Pflichtversicherung auf Antrag. Niedrige Renten aufgrund des KSVG haben nicht nur ältere Künstler und Publizisten zu erwarten. Das Problem einer nicht ausreichenden Altersversorgung von selbständigen Künstlern und Publizisten kann im Rahmen des KSVG nicht gelöst werden.

n) Arbeitslosenversicherung

Vereinzelt ist vorgeschlagen worden, selbständige Künstler und Publizisten in den Schutz der Arbeitslosenversicherung einzubeziehen. Dem Vorschlag kann nicht gefolgt werden.

Die Arbeitslosenversicherung ist eine typische Arbeitnehmersversicherung. Sie gewährt Leistungen Arbeitnehmern, die ihren Arbeitsplatz verloren haben und denen das Arbeitsamt keine neue Beschäftigung vermitteln kann. Selbständige können ihren Arbeitsplatz nicht verlieren. Da der Selbständige den Leistungsfall „Arbeitslosigkeit“ letztlich selbst unter Berücksichtigung seiner Auftragslage definiert, sind Manipulationen nicht zu vermeiden. Das Arbeitsamt kann nicht auf eine schnelle Beendigung der „Arbeitslosigkeit“ hinwirken. Damit besteht die Gefahr, dass die Arbeitslosenversicherung bei einer solchen Regelung zur Überbrückung einer (vorübergehend) schlechten Auftragslage genutzt werden könnte.

Auch wenn der Versicherungsschutz nur den Fall abdecken soll, dass die Künstler oder Publizisten wegen fehlender Aufträge ihre selbständige Tätigkeit nicht nur vorübergehend aufgeben müssen und bereit sind, jede zumutbare Arbeitnehmertätigkeit anzunehmen, bleiben schwierige Abgrenzungsprobleme. So ist es kaum möglich, prüffähige Kriterien dafür zu entwickeln, wann die freie Entscheidung des Künstlers oder Publizisten als Eintritt des Versicherungsfalles zu werten ist. Zudem kann der Künstler oder Publizist jederzeit, auch etwa bei einem Arbeitsangebot des Arbeitsamtes, die selbständige Tätigkeit wieder aufnehmen. Schließlich ist zu berücksichtigen, dass die Bundesanstalt für Arbeit bei einer Einbeziehung der Selbständigen in die Arbeitslosenversicherung mit erheblichen zusätzlichen finanziellen Risiken belastet würde; diese können von ihr nicht übernommen werden.

o) Gesetzliche Unfallversicherung

Der früher nach der Reichsversicherungsordnung bestehende Versicherungsschutz für Personen, die zur Schaustellung oder Vorführung künstlerischer oder artistischer Leistungen vertraglich verpflichtet sind, wurde vom Gesetzgeber bei der Einordnung des Rechts der gesetzlichen Unfallversicherung in das Sozialgesetzbuch (SGB VII) nicht mehr für erforderlich gehalten.

Die gesetzliche Unfallversicherung ist im Wesentlichen eine Versicherung für abhängig Beschäftigte und ihnen Gleichstehende. Sie löst die zivilrechtliche Haftpflicht des Unternehmers gegenüber seinen Arbeitnehmern ab und legt ihm die alleinige Beitragspflicht auf. Deshalb sind Unternehmer grundsätzlich nicht kraft Gesetzes versichert. Unternehmer haben jedoch die Möglichkeit, entweder kraft Satzung der für ihren Unternehmenszweig zuständigen Berufsgenossenschaft oder durch einen freiwilligen Beitritt den Versicherungsschutz der gesetzlichen

Unfallversicherung zu erlangen. Die Entscheidung über die Einführung einer Pflichtversicherung kraft Satzung obliegt der Selbstverwaltung (Vertreterversammlung) einer Berufsgenossenschaft. Sieht die Satzung einer Berufsgenossenschaft keine Pflichtversicherung vor, bleibt für den Unternehmer stets die Möglichkeit, sich freiwillig zu versichern.

Es wird keine Notwendigkeit gesehen, für selbständige Künstler und Publizisten eine Versicherungspflicht kraft Gesetzes vorzusehen. Beitragspflichtig im Rahmen einer Versicherung kraft Satzung oder einer freiwilligen Versicherung ist der Unternehmer selbst. Eine Beteiligung der KSK an den Kosten einer Versicherung ist wegen der damit verbundenen Belastung von Bund und Verwertern nicht möglich.

4. Regelungen im Verwerterbereich

a) Allgemeines

Die meisten der den Verwerterbereich betreffenden Vorschläge der Verbände beziehen sich auf den Bundeszuschuss und den einheitlichen Abgabesatz (s. o. Nrn. 1. und 2). Ferner wird vorgeschlagen, Vermittlungsagenturen aus der Abgabepflicht und bestimmte Entgeltbestandteile aus der Bemessungsgrundlage der Künstlersozialabgabe herauszunehmen sowie Strategien zur Umgehung der Künstlersozialabgabe zu verhindern. Die gesetzlichen Regelungen zur Abgrenzung der abgabepflichtigen Unternehmen werden im Wesentlichen akzeptiert. Die Kritik, dass noch viele abgabepflichtigen Unternehmen von der KSK nicht erfasst seien, richtet sich nicht gegen die Regelung selbst (zum Stand der Erfassung der Verwerter vgl. o. Nr. V. 2.). Der Katalog der typischen Verwerter (§ 24 Abs. 1 KSVG) soll um Multimedia-Unternehmen erweitert werden, um künftigen Entwicklungen, z. B. im Internet, Rechnung zu tragen.

b) Vermittlungsagenturen

Der Vorschlag, gesetzlich klarzustellen, dass sog. Vermittlungsagenturen - entgegen der Rechtsprechung des Bundessozialgerichts - nicht zu den abgabepflichtigen Unternehmen gehören, wird damit begründet, dass sie Dienstleister für die Künstler und nicht deren Auftraggeber seien; sie zahlten an die Künstler kein Entgelt, sondern erhielten umgekehrt von ihnen eine Provision.

Nach § 24 Abs. 1 Satz 1 Nr. 3 KSVG besteht eine Abgabepflicht für Theater, Konzert- und Gastspieldirektionen sowie sonstige Unternehmen, deren wesentlicher Zweck darauf gerichtet ist, für die Aufführung oder Darbietung künstlerischer oder publizistischer Werke oder Leistungen zu sorgen. Nach Auffassung der Bundesregierung sorgen Agenturen für die Aufführung

oder Darbietung künstlerischer Werke oder Leistungen, wenn sie dem Künstler ein Engagement verschaffen und einen Vertrag zwischen ihm und einem Veranstalter zustande bringen. Zwar ist nach der Konzeption der Künstlersozialversicherung in erster Linie derjenige Verwerter heranzuziehen, der das Entgelt zahlt; die Entgeltzahlung ist jedoch nicht eine unabdingbare Voraussetzung für die Abgabepflicht, wie die Ausnahmen in § 24 Abs. 3 und § 25 Abs. 3 KSVG bestätigen. Entscheidend ist, dass eine Verwertertätigkeit nach § 24 KSVG ausgeübt wird.

Eine Abgabepflicht der Vermittlungsagenturen ist auch sachgerecht. Sie entspricht dem Grundgedanken der Künstlersozialversicherung. Das vom Bundesverfassungsgericht als Rechtfertigungsgrund für die Abgabepflicht herausgestellte „kulturgeschichtlich gewachsene besondere Verhältnis gleichsam symbiotischer Art“ ist in den Beziehungen zwischen Künstler und Vermittlungsagentur besonders ausgeprägt. Erst durch das Zusammenwirken von Agentur und Künstler werden dessen Leistungen dem Veranstalter und dem Publikum als „Kunstverbraucher“ zugänglich. Die Tätigkeiten einer Gastspiel- oder Konzertdirektion und die einer Vermittlungsagentur werden häufig nebeneinander ausgeübt. Oft besteht eine Wahlfreiheit. Bei einer Abgabefreiheit der Vermittlungsagenturen würde für Gastspiel- und Konzertdirektionen ein Anreiz geschaffen, nach Möglichkeit nur noch als Vertreter des Künstlers aufzutreten. Da nur ein Teil der Veranstalter selbst abgabepflichtig ist und das aufzubringende Abgabevolumen gleich bleibt, würde dies zu einer Vermehrung des Verwaltungsaufwandes der KSK und zu einer Erhöhung des Abgabesatzes führen. Dem Vorschlag kann nicht gefolgt werden.

Vorgesehen ist eine Klarstellung, dass eine reine Vermittlertätigkeit keine Abgabepflicht auslöst und dass bei mehreren Abgabepflichtigen das Unternehmen zur Künstlersozialabgabe heranzuziehen ist, das das Entgelt zahlt. Eine Ausnahme gilt für den Fall, dass ein ausländisches Unternehmen im Inland eine abgabepflichtige Tätigkeit ausübt und dabei mit einem inländischen Verwerter zusammenwirkt; hier bleibt es bei der gesamtschuldnerischen Haftung des inländischen Verwerter, weil die Ansprüche der KSK gegen den ausländischen Verwerter häufig nur schwer durchzusetzen sind.

c) Auslandshonorare

Bemessungsgrundlage der Künstlersozialabgabe sind alle Entgelte, die ein abgabepflichtiger Verwerter an selbständige Künstler und Publizisten für deren Werke oder Leistungen bezahlt. Unerheblich ist, ob der Künstler oder Publizist nach dem KSVG versichert ist oder nicht (§ 25 Abs. 1 Satz 1 KSVG). Mit der Einbeziehung der Honorare an nicht versicherte Künstler und Publizisten in die Abgabepflicht wollte der Gesetzgeber die Versicherten vor Wettbewerbsnachteilen schützen. Die nicht versicherten Künstler und Publizisten sollten für die Verwerter wegen der Künstlersozialabgabe nicht „billiger“ sein als die Versicherten. Diese Erweiterung der

Bemessungsgrundlage ist einer der Gründe, warum der Abgabesatz erheblich niedriger ist als der Arbeitgeberanteil an den allgemeinen Sozialversicherungsbeiträgen.

Verbände der Verwerter haben gefordert, Auslandshonorare von der Bemessungsgrundlage auszunehmen. Im Ausland lebende Künstler und Publizisten, die für inländische Verwerter tätig werden, sind nicht nach dem KSVG versichert. Die an sie gezahlten Honorare werden aus den gleichen Gründen zur Künstlersozialabgabe herangezogen wie die Honorare an nicht versicherte Künstler und Publizisten im Inland. Auch im Ausland tätige Künstler und Publizisten sollen nicht wegen der Künstlersozialabgabe zu Lasten der Versicherten bevorzugt werden. Eine Herausnahme der Auslandshonorare aus der Bemessungsgrundlage würde den Abgabesatz ansteigen lassen, da sich die Beitragsausgaben der KSK und damit die von den Abgabepflichtigen im Wege der Umlage aufzubringende Künstlersozialabgabe nicht vermindern. Dem Vorschlag kann nicht gefolgt werden.

Ob Rechtsnormen der Europäischen Union einer Abgabepflicht entgegenstehen, wird in einem vor dem Europäischen Gerichtshof anhängigen Rechtsstreit entschieden. Die Bundesregierung vertritt dabei die Auffassung, dass die Regelung des KSVG mit europäischem Recht vereinbar ist. Die Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs bleibt abzuwarten.

d) Ausgleichsvereinigungen

Zur Künstlersozialabgabe verpflichtete Unternehmer können sich zu Ausgleichsvereinigungen zusammenschließen, die für sie die Entrichtung der Künstlersozialabgabe übernehmen (§ 32 KSVG). Dabei kann die Aufbringung der Mittel durch die Mitglieder der Ausgleichsvereinigung abweichend vom Gesetz geregelt werden. So kann z. B. als interne Bemessungsgrundlage der Umsatz gewählt werden. Zwischen den Mitgliedern kann auch ein Lastenausgleich herbeigeführt werden. Ausgleichsvereinigungen bieten Vorteile sowohl für die KSK, deren Verwaltungsaufwand bei der Erhebung der Künstlersozialabgabe vermindert wird, als auch für die Verwerter, die von der Pflicht zur Aufzeichnung der gezahlten Honorare entbunden werden.

Verschiedene Verwerter halten die jetzt möglichen Vorteile für nicht ausreichend; als Erschweris hatten sich vor allem die von den Mitgliedern zu tragenden Verwaltungskosten der Ausgleichsvereinigung herausgestellt. Deshalb soll die Bildung von Ausgleichsvereinigungen erleichtert und attraktiver gemacht werden. Ihre Mitglieder sollen von Betriebsprüfungen durch die KSK ausgenommen werden. Mit Zustimmung des Bundesversicherungsamtes soll eine Vereinbarung zwischen der KSK und der Ausgleichsvereinigung zulässig sein, wonach bei der Entrichtung der Künstlersozialabgabe Verwaltungskosten der Ausgleichsvereinigung berücksichtigt werden können.

e) „Abgabekumulation“ und Begrenzung der Bemessungsgrundlage der Künstlersozialabgabe

Verbände der Abgabepflichtigen und der Versicherten haben eine gesetzliche Klarstellung vorgeschlagen, die eine doppelte Abgabenerhebung oder eine Abgabekumulation ausschließt; für Honorarbestandteile, für die bereits Künstlersozialabgabe geleistet sei, solle nicht noch einmal Abgabe gezahlt werden. Zu einer solchen Situation kann es bei mehrstufigen Auftragsverhältnissen kommen, wenn ein abgabepflichtiges Unternehmen einem Künstler oder Publizist einen Auftrag erteilt, der selbst ein abgabepflichtiges Unternehmen (z. B. Werbeagentur) betreibt und Teile des Auftrags von einem weiteren Künstler oder Publizisten ausführen lässt. Das Honorar aus dem Unterauftrag unterliegt der Abgabepflicht und wird Bestandteil des von dem ersten Auftraggeber zu zahlenden Honorars, auf das ebenfalls Künstlersozialabgabe zu entrichten ist.

Der Auffassung, das Honorar aus dem Unterauftrag würde doppelt belastet, kann jedoch nicht gefolgt werden. Zur Künstlersozialabgabe werden die Entgelte herangezogen, die ein abgabepflichtiger Verwerter an einen selbständigen Künstler oder Publizisten zahlt. Nach § 25 Abs. 2 KSVG ist Entgelt grundsätzlich alles, was der Verwerter aufwendet, um das Werk oder die Leistung zu erhalten oder zu nutzen. Entgelt ist nicht mit der Vergütung für die eigentliche künstlerische oder publizistische Leistung gleichzusetzen, sondern schließt auch alle im Preis enthaltenen Unkosten des Künstlers oder Publizisten ein. Zu diesen gehören auch Honorare aus einem Unterauftrag. Bei mehrstufigen Auftragsverhältnissen sind die jeweiligen Entgeltzahlungen unabhängig voneinander für die Künstlersozialabgabe heranzuziehen. Wenn das Honorar aus dem Unterauftrag auch bei der vom ersten Auftraggeber zu entrichtenden Künstlersozialabgabe berücksichtigt wird, ist dies eine Folge des weiten Entgeltbegriffs des KSVG.

Verschiedentlich ist gefordert worden, die Bemessungsgrundlage für die Künstlersozialabgabe auf die eigentliche Vergütung für die künstlerische oder publizistische Tätigkeit zu beschränken. Einer solchen Forderung kann nicht zugestimmt werden. Eine Herausrechnung der Kosten für Material, Werkzeuge, Ateliermiete usw. ist vielfach nicht möglich und nicht überprüfbar. Die geltende Regelung ist für alle Beteiligten praktikabel. Eine Beschränkung der Bemessungsgrundlage würde die Verwerter nicht entlasten. Da sich an dem aufzubringenden Abgabevolumen nichts ändert, würde der Abgabesatz entsprechend steigen.

f) Fragen der Rechtsform

Bemessungsgrundlage für die Künstlersozialabgabe sind die Entgelte, die an selbständige Künstler und Publizisten, also an natürliche Personen gezahlt werden. Selbständige Künstler und Publizisten beklagen, dass sie von ihren Auftraggebern gedrängt würden, z. B. eine Ein-Personen-GmbH zu gründen, weil Zahlungen an eine GmbH nicht der Abgabepflicht unterliegen; sie müssten sonst befürchten, keine Aufträge mehr zu erhalten. Statt des Auftraggebers werde vielfach die GmbH abgabepflichtig und damit der eigentlich zu schützende Künstler und Publizist belastet. Eine GmbH, auf die die Künstlersozialabgabe abgewälzt worden sei, erleide Wettbewerbsnachteile gegenüber denjenigen Künstlern und Publizisten, die nicht in der Rechtsform einer GmbH arbeiteten. Nach dem Vorschlag von Künstler- und Publizistenverbänden soll der Auftraggeber, der das Werk oder die Leistung tatsächlich nutzt, zur Künstlersozialabgabe herangezogen werden. Umgekehrt schlagen Verbände der Verwerter vor, Abgabefreiheit auch vorzusehen, wenn Honorarempfänger ein Einzelkaufmann, eine OHG oder KG oder eine Partnerschaft im Sinne des Partnerschaftsgesetzes ist.

Dem Vorschlag kann nicht gefolgt werden. Die Künstlersozialabgabe, die dem Arbeitgeberanteil in der allgemeinen Sozialversicherung vergleichbar ist, setzt wie dieser eine Zahlung an eine natürliche Person voraus. Es ist nicht möglich, in den kritisierten Fällen kraft gesetzlicher Fiktion eine Ein-Personen-GmbH wie eine natürliche Person zu behandeln. Die KSK stünde vor unlösbaren Schwierigkeiten, wenn bei einer GmbH als Honorarempfängerin jeweils ihr Zustandekommen und ihre Beteiligungsverhältnisse geprüft werden müssten. Auch für die Verwerter wäre nicht klar, ob für sie eine Abgabepflicht besteht oder nicht. Verwerter könnten versuchen, eine gesetzliche Regelung wiederum zu umgehen, indem sie z. B. die Gründung einer Zwei-Personen-GmbH verlangen. Im Übrigen bietet die rechtliche Unabhängigkeit einer GmbH von dem sie beherrschenden Alleingesellschafter für diesen auch Vorteile, z. B. im Steuer- und Haftungsrecht. Die Rechtsform, in der der Honorarempfänger auftritt, muss deshalb für die Abgabepflicht entscheidend bleiben. Deshalb kann umgekehrt die Abgabefreiheit auch nicht auf Zahlungen an Einzelkaufleute, Handelsgesellschaften und Partnerschaften erstreckt werden.

5. Verwaltungsverfahren und Organisation

Im Bereich des Verwaltungsverfahrens haben sich verschiedene Änderungen als notwendig oder zweckmäßig erwiesen. Vorgesehen ist eine erweiterte Möglichkeit, das Arbeitseinkommen der Versicherten und die Entgelte der Verwerter zu schätzen. Der Zeitraum zwischen der Fälligkeit des Beitragsanteils des Versicherten und der Fälligkeit der von der KSK an die Versicherungsträger zu entrichtenden Beiträge soll verkürzt werden. Die Pflicht der Verwerter zur monatlichen Vorauszahlung der Künstlersozialabgabe soll erst bei Beträgen über 50 DM einsetzen.

Die Aufbewahrungsfrist für die von den Verwertern zu führenden Aufzeichnungen soll der Verjährungsfrist angepasst werden.

Die ursprünglich als rechtsfähige Anstalt des öffentlichen Rechts errichtete KSK wurde 1988 eine Abteilung der Landesversicherungsanstalt Oldenburg-Bremen, damals ein bundesunmittelbarer Träger der gesetzlichen Rentenversicherung. Die Landesversicherungsanstalt hat die KSK zu einer funktionsfähigen Verwaltungseinheit aufgebaut. Infolge einer Grundgesetzänderung wurde sie 1997 eine landesunmittelbare Körperschaft. Da die Durchführung des KSVG eine bundesweite Aufgabe ist, konnte sie von der Landesversicherungsanstalt nur im Wege der Organleihe für den Bund fortgeführt werden.

Die Organleihe hat sich nicht bewährt. Die Landesversicherungsanstalt untersteht generell der Aufsicht des Landes Niedersachsen. Der Bund hat kaum Einflussmöglichkeiten auf Personal-, Organisations- und Beschaffungsangelegenheiten der KSK, obwohl er deren Verwaltungskosten trägt. Gesetzliche Mitwirkungsrechte des Bundes können aus verfassungsrechtlichen Gründen (unzulässige Mischverwaltung) nicht begründet werden. Deshalb soll die KSK organisatorisch in die Bundesverwaltung zurückkehren und an die Bundesausführungsbehörde für Unfallversicherung in Wilhelmshaven angegliedert werden. Das für die KSK tätige Personal der Landesversicherungsanstalt wird vom Bund übernommen. Die Beteiligten erhalten die Sicherheit, dass die Arbeitsplätze der KSK in Wilhelmshaven verbleiben.

Beschlußempfehlung und Bericht des Ausschusses für Arbeit und Sozialordnung (11. Ausschuß)

zu dem von den Fraktionen der SPD und FDP eingebrachten

**Entwurf eines Gesetzes über die Sozialversicherung der selbständigen Künstler
und Publizisten (Künstlersozialversicherungsgesetz — KSVG)
— Drucksache 9/26 —**

A. Problem

Selbständige Künstler und Publizisten sind merklich schlechter für ihr Alter gesichert als der Durchschnitt der Erwerbstätigen. Auch für den Krankheitsfall ist ein großer Teil von ihnen nur unzureichend gesichert. Dies wird von allen politischen Kräften als unbefriedigend empfunden.

B. Lösung

Der Ausschuß für Arbeit und Sozialordnung hat den Gesetzentwurf im ganzen mit den Stimmen der Fraktionen der SPD und FDP gegen die Stimmen der Fraktion der CDU/CSU angenommen und folgende Regelungen beschlossen:

Selbständige Künstler und Publizisten werden, soweit sie nicht schon anderweitig kraft Gesetzes eine Alters- oder Krankenversicherung haben, in die Versicherungspflicht in der gesetzlichen Renten- und Krankenversicherung einbezogen.

Sie werden — wie Arbeitnehmer — mit dem halben Beitrag belastet; die andere Beitragshälfte wird von einer neu zu errichtenden Künstlersozialkasse erbracht. Die hierfür erforderlichen Mittel erhält sie zu einem Drittel durch einen Bundeszuschuß, zu zwei Dritteln durch eine Künstlersozialabgabe. Diese wird je nach dem Mittelbedarf, d. h. nach dem Beitragsaufkommen der Versicherten, jährlich von allen Vermarktern von Kunst und Publizistik im Umlageverfahren erhoben, die Werke oder Leistungen von selbständigen Künstlern oder Publizisten gegen Entgelt erworben haben, und zwar nach einem Vomhundertsatz dieser Entgeltsumme, getrennt nach den Bereichen Wort, bildende Kunst, Musik und darstellende Kunst. Dabei

spielt es keine Rolle, ob in der Entgeltsumme auch Zahlungen an nichtversicherte Künstler und Publizisten enthalten sind. Die Künstlersozialkasse führt die Beitragsanteile der Versicherten, die Künstlersozialabgabe und den Bundeszuschuß zusammen und zahlt daraus für den einzelnen Versicherten den Beitrag an die Bundesversicherungsanstalt für Angestellte und den zuständigen Krankenversicherungsträger.

Mehrheitsbeschluß

C. Alternativen

keine

D. Kosten

Die zur Abgabe Verpflichteten müssen schätzungsweise eine Summe von 150 Millionen DM jährlich aufbringen. Die Umlage müßte etwa 5 vom Hundert der Honorare usw. betragen.

Die Abgabe dürfte weitgehend überwälzbar sein.

Bund

- a) Laufende Mehrausgaben bis zu 80 Millionen DM für 1983, danach der Entwicklung der allgemeinen Bemessungsgrundlage in der Rentenversicherung folgend.
- b) Einmalige Mehrausgabe: Bis zu 6 Millionen DM Verwaltungskosten während des Aufbaus der Künstlersozialkasse.
- c) Darlehnsmittel zur Überbrückung der Anlaufzeit, die äußerstenfalls 120 Millionen DM erreichen könnten.
- d) Laufende Mehrausgaben in verhältnismäßig geringer Höhe, soweit der Bund Unternehmen betreibt oder finanziert, die der Künstlersozialabgabe unterliegen.
- e) Steuermindereinnahmen infolge erhöhter Betriebsausgaben durch die Künstlersozialabgabe, soweit diese nicht durch Überwälzung auf die Preise ausgeglichen werden.

Länder und Gemeinden

Laufende Mehrausgaben in verhältnismäßig geringer Höhe, soweit Länder und Gemeinden Unternehmen betreiben oder finanzieren, die der Künstlersozialabgabe unterliegen. Außerdem ebenfalls Steuermindereinnahmen infolge erhöhter Betriebsausgaben durch die Künstlersozialabgabe, soweit sie nicht durch Überwälzung auf die Preise ausgeglichen werden.

Beschlußempfehlung

Der Bundestag wolle beschließen,

1. den von den Fraktionen der SPD und FDP eingebrachten Entwurf eines Gesetzes über die Sozialversicherung der selbständigen Künstler und Publizisten (Künstlersozialversicherungsgesetz — KSVG) — Drucksache 9/26 — in der aus der anliegenden Zusammenstellung ersichtlichen Fassung anzunehmen;
2. folgende EntschlieÙung anzunehmen:

Die Bundesregierung wird ersucht, dem Bundestag bis zum 30. Juni 1987 über die mit dem Künstlersozialversicherungsgesetz gewonnenen praktischen Erfahrungen zu berichten und ggf. für notwendig angesehene Änderungsvorschläge zu unterbreiten.

Bonn, den 13. Mai 1981

Der Ausschuß für Arbeit und Sozialordnung

Rappe (Hildesheim)	Bahner	Lutz	Schmidt (Kempten)
Vorsitzender	Berichterstatter		

Zusammenstellung

des Entwurfs eines Gesetzes über die Sozialversicherung der selbständigen Künstler und Publizisten (Künstlersozialversicherungsgesetz — KSVG)

— Drucksache 9/26 —

mit den Beschlüssen des Ausschusses für Arbeit und Sozialordnung
(11. Ausschuß)

Entwurf

Beschlüsse des 11. Ausschusses

Entwurf eines Gesetzes über die Sozialversicherung der selbständigen Künstler und Publizisten (Künstlersozialversicherungsgesetz — KSVG)

Entwurf eines Gesetzes über die Sozialversicherung der selbständigen Künstler und Publizisten (Künstlersozialversicherungsgesetz — KSVG)

Der Bundestag hat das folgende Gesetz beschlossen:

Der Bundestag hat das folgende Gesetz beschlossen:

ERSTER TEIL

ERSTER TEIL

Sozialversicherung der selbständigen Künstler und Publizisten

Sozialversicherung der selbständigen Künstler und Publizisten

ERSTES KAPITEL

Kreis der versicherten Personen

ERSTES KAPITEL

Kreis der versicherten Personen

ERSTER ABSCHNITT

Umfang der Versicherungspflicht

ERSTER ABSCHNITT

Umfang der Versicherungspflicht

§ 1

Selbständige Künstler und Publizisten werden in der Rentenversicherung der Angestellten und in der gesetzlichen Krankenversicherung versichert.

§ 1

unverändert

§ 2

(1) Künstler oder Publizist im Sinne dieses Gesetzes ist, wer nicht nur vorübergehend selbständig erwerbstätig Musik, darstellende oder bildende Kunst schafft, ausübt oder lehrt oder als Schriftsteller, Journalist oder in anderer Weise publizistisch tätig ist.

§ 2

unverändert

(2) Als Künstler oder Publizist im Sinne dieses Gesetzes gilt nicht, wer

1. einen künstlerisch oder publizistisch tätigen Arbeitnehmer ständig beschäftigt oder
2. als Handwerker in die Handwerksrolle eingetragen ist, es sei denn, daß er nach § 2 Abs. 1 Nr. 1 oder 5 des Handwerkerversicherungsgesetzes versicherungsfrei ist.

Entwurf

Beschlüsse des 11. Ausschusses

ZWEITER ABSCHNITT

ZWEITER ABSCHNITT

Ausnahmen von der Versicherungspflicht

Ausnahmen von der Versicherungspflicht

ERSTER UNTERABSCHNITT

ERSTER UNTERABSCHNITT

Versicherungsfreiheit kraft Gesetzes

Versicherungsfreiheit kraft Gesetzes

§ 3

§ 3

(1) Versicherungsfrei nach diesem Gesetz ist für ein Kalenderjahr, wer in diesem Jahr aus selbständiger künstlerischer oder publizistischer Tätigkeit voraussichtlich ein Arbeitseinkommen erzielt, das ein Sechstel der nach § 18 des Vierten Buches Sozialgesetzbuch geltenden Bezugsgröße, bei höherem Arbeitseinkommen ein Sechstel des Gesamteinkommens nicht übersteigt. Soweit in anderen gesetzlichen Vorschriften Geringfügigkeitsgrenzen für kürzere Zeiträume festgesetzt sind, sind sie nicht anzuwenden.

unverändert

(2) Absatz 1 gilt nicht bis zum Ablauf von fünf Jahren nach erstmaliger Aufnahme der Tätigkeit. Absatz 1 gilt ferner nicht, wenn ein Guthaben nach § 14 Abs. 1 für dieses Kalenderjahr vorhanden ist und das diesem Guthaben entsprechende Arbeitseinkommen zusammen mit dem voraussichtlichen Arbeitseinkommen dieses Kalenderjahres die nach § 114 Abs. 1 Satz 2 des Angestelltenversicherungsgesetzes geltende Mindestbeitragsberechnungsgrundlage erreicht.

§ 4

§ 4

In der Rentenversicherung der Angestellten wird nach diesem Gesetz nicht versichert,

unverändert

1. wer auf Grund einer Beschäftigung oder einer nicht unter § 2 Abs. 1 fallenden Tätigkeit in der Rentenversicherung versicherungsfrei oder von der Versicherungspflicht befreit ist, es sei denn, daß die Versicherungsfreiheit auf § 4 Abs. 1 Nr. 3 oder 5 des Angestelltenversicherungsgesetzes oder § 1228 Abs. 1 Nr. 2 oder 4 der Reichsversicherungsordnung oder § 30 Abs. 1 Nr. 2 oder 4 des Reichsknappschaftsgesetzes oder § 2 Abs. 1 Nr. 1 oder 5 des Handwerkerversicherungsgesetzes beruht,
2. wer aus einer Beschäftigung ein beitragspflichtiges Arbeitsentgelt oder aus einer nicht unter § 2 Abs. 1 fallenden Tätigkeit ein Arbeitseinkommen bezieht, wenn das Arbeitsentgelt oder Arbeitseinkommen während des Kalenderjahres voraussichtlich mindestens die Hälfte der für dieses Jahr geltenden Beitragsbemessungsgrenze in der Rentenversicherung der Angestellten (§ 112 Abs. 2 des Angestelltenversicherungsgesetzes) beträgt,
3. wer ein Altersruhegeld aus der Rentenversicherung der Arbeiter oder der Angestellten oder ein Knappschaftsruhegeld bezieht,

Entwurf

4. wer landwirtschaftlicher Unternehmer im Sinne des § 1 des Gesetzes über eine Altershilfe für Landwirte ist, ein Altersgeld oder nach Vollendung des 60. Lebensjahres Landabgaberechte nach dem Gesetz über eine Altershilfe für Landwirte bezieht,
5. wer ordentlicher Studierender einer Hochschule oder einer sonstigen der wissenschaftlichen oder fachlichen Ausbildung dienenden Schule ist oder
6. wer als Wehr- oder Zivildienstleistender rentenversichert ist.

§ 5

In der gesetzlichen Krankenversicherung wird nach diesem Gesetz nicht versichert, wer

1. nach § 165 Abs. 1 Nr. 1 oder 2 der Reichsversicherungsordnung versichert ist,
2. nur wegen Überschreitens der Jahresarbeitsverdienstgrenze nicht nach § 165 Abs. 1 Nr. 2 der Reichsversicherungsordnung versichert ist,
3. nach § 15 oder § 159 des Reichsknappschaftsgesetzes versichert ist,
4. nach § 155 des Arbeitsförderungsgesetzes versichert ist,
5. nach § 2 Abs. 1 Nr. 1 bis 3 des Gesetzes über die Krankenversicherung der Landwirte versichert ist,
6. bei einem Träger der gesetzlichen Krankenversicherung freiwillig versichert ist,
7. nach § 169 oder § 172 Abs. 1 Nr. 1 bis 4 der Reichsversicherungsordnung versicherungsfrei ist,
8. nach § 173 der Reichsversicherungsordnung von der Versicherungspflicht befreit ist,
9. nach § 15 oder § 159 des Reichsknappschaftsgesetzes in Verbindung mit den in den Nummern 7 und 8 genannten Vorschriften versicherungsfrei oder von der Versicherungspflicht befreit ist oder
10. nicht nur vorübergehend eine nicht unter § 2 Abs. 1 fallende selbständige Tätigkeit erwerbsmäßig ausübt.

ZWEITER UNTERABSCHNITT

Pflicht zur Krankenversicherung
für Berufsanfänger

§ 6

(1) Wer erstmals eine Tätigkeit als selbständiger Künstler oder Publizist aufnimmt und nicht zu dem in § 5 genannten Personenkreis gehört, ist innerhalb der ersten fünf Jahre nach Aufnahme der Tätigkeit

Beschlüsse des 11. Ausschusses

§ 5

unverändert

ZWEITER UNTERABSCHNITT

Pflicht zur Krankenversicherung
für Berufsanfänger

§ 6

unverändert

Entwurf

Beschlüsse des 11. Ausschusses

zur Versicherung für den Krankheitsfall bei einem Träger der gesetzlichen Krankenversicherung oder einem Krankenversicherungsunternehmen verpflichtet.

(2) Die Versicherung bei einem Krankenversicherungsunternehmen ist der Künstlersozialkasse nachzuweisen. Die Versicherung muß auch für die Angehörigen, für die bei einer Versicherung in der gesetzlichen Krankenversicherung Anspruch auf Familienkrankenpflege bestehen würde, Vertragsleistungen vorsehen, die der Art nach den Leistungen der Krankenhilfe entsprechen.

(3) In der gesetzlichen Krankenversicherung wird versichert, wer dies beantragt. Über den Antrag entscheidet die Künstlersozialkasse.

(4) Wer innerhalb von drei Monaten nach Feststellung der Pflicht zur Versicherung weder den Nachweis nach Absatz 2 erbringt noch den Antrag nach Absatz 3 stellt, wird in der gesetzlichen Krankenversicherung versichert.

DRITTER UNTERABSCHNITT

Befreiung von der Krankenversicherungspflicht auf Antrag

§ 7

(1) Wer als selbständiger Künstler oder Publizist in drei aufeinander folgenden Kalenderjahren insgesamt ein Arbeitseinkommen erzielt hat, das über der Summe der Beträge liegt, die für diese Jahre nach § 165 Abs. 1 Nr. 2 der Reichsversicherungsordnung als Jahresarbeitsverdienstgrenze festgelegt waren, wird auf Antrag von der Krankenversicherungspflicht nach diesem Gesetz befreit. Die Befreiung ist frühestens für die Zeit nach Ablauf der in § 6 Abs. 1 genannten Fünfjahresfrist möglich.

(2) Der Antrag ist bis zum 31. März des auf den Dreijahreszeitraum folgenden Kalenderjahres bei der Künstlersozialkasse zu stellen. Falls die Befreiung unmittelbar im Anschluß an die Fünfjahresfrist wirksam werden soll, ist der Antrag bis zu drei Monaten nach Ablauf der Frist zu stellen; in diesem Falle sind die letzten drei Kalenderjahre innerhalb der Fünfjahresfrist maßgebend.

(3) Die Befreiung wirkt im Falle des Absatzes 2 Satz 1 von Beginn des Kalendermonats an, der auf die Antragstellung folgt, im Falle des Absatzes 2 Satz 2 von Ablauf der Fünfjahresfrist an.

(4) Über den Antrag auf Befreiung entscheidet die Künstlersozialkasse; der Anspruch auf Leistungen aus der gesetzlichen Krankenversicherung endet mit der Mitgliedschaft.

(5) Die Befreiung ist von der Künstlersozialkasse zu widerrufen, wenn das Arbeitseinkommen in drei aufeinander folgenden Kalenderjahren insgesamt nicht über *der Summe der Beträge liegt, die für diese Jahre* nach § 165 Abs. 1 Nr. 2 der Reichsversicherungsordnung als Jahresarbeitsverdienstgrenze

DRITTER UNTERABSCHNITT

Befreiung von der Krankenversicherungspflicht auf Antrag

§ 7

(1) unverändert

(2) unverändert

(3) unverändert

(4) unverändert

(5) Die Befreiung ist von der Künstlersozialkasse zu widerrufen, wenn das Arbeitseinkommen in drei aufeinander folgenden Kalenderjahren insgesamt nicht über **dem Dreifachen des Betrages liegt, der für das erste dieser drei Jahre** als Jahresarbeitsverdienstgrenze nach § 165 Abs. 1 Nr. 2 der Reichsver-

Entwurf

festgelegt waren. Der Widerruf wirkt vom Beginn des *übernächsten* Kalendermonats an, der auf den Tag der Bekanntgabe des Widerrufsbescheids folgt. *Der Widerruf wird nicht wirksam, wenn der selbständige Künstler oder Publizist, dessen Arbeitseinkommen über dem Dreifachen des Betrages liegt, der für das erste dieser drei Jahre als Jahresarbeitsverdienstgrenze nach § 165 Abs. 1 Nr. 2 der Reichsversicherungsordnung festgelegt war, dies beantragt. Der Antrag ist innerhalb eines Monats nach dem Tage der Bekanntgabe des Widerrufsbescheids bei der Künstlersozialkasse zu stellen.*

ZWEITES KAPITEL

Beitragszuschuß der Künstlersozialkasse

§ 8

(1) Selbständige Künstler und Publizisten, die von der Krankenversicherungspflicht nach diesem Gesetz befreit sind, haben Anspruch auf einen Zuschuß zu ihrem Krankenversicherungsbeitrag, wenn sie bei einem Krankenversicherungsunternehmen versichert sind und für sich und ihre Angehörigen, für die ihnen bei einer Mitgliedschaft in der gesetzlichen Krankenversicherung Familienhilfe zustehen würde, Vertragsleistungen erhalten, die der Art nach den Leistungen der Krankenhilfe der gesetzlichen Krankenversicherung entsprechen. Als Zuschuß ist der Betrag zu zahlen, den die Künstlersozialkasse bei Versicherungspflicht aus dem Aufkommen aus der Künstlersozialabgabe und dem Bundeszuschuß aufzubringen hätte. Dabei wird jedoch ein Mindestarbeitseinkommen nach § 180 a Abs. 2 und § 393 Abs. 2 Satz 2 der Reichsversicherungsordnung nicht in Ansatz gebracht. Es ist höchstens die Hälfte des Betrages zu zahlen, den der Künstler oder Publizist für seine Krankenversicherung aufzuwenden hat.

(2) Den Anspruch auf einen Zuschuß hat auch, wer nach § 6 bei einem Krankenversicherungsunternehmen versichert ist. Der Anspruch beginnt mit dem Kalendermonat, in dem die Künstlersozialkasse die Pflicht zur Versicherung feststellt. Beruht die Feststellung auf einer Meldung des Versicherten (§ 16 Abs. 1), so beginnt der Anspruch mit dem Kalendermonat, in dem die Meldung eingeht.

(3) Den Zuschuß zahlt die Künstlersozialkasse auf Antrag.

DRITTES KAPITEL

Kündigungsrecht

§ 9

Wer bei einem Krankenversicherungsunternehmen versichert ist und nach diesem Gesetz krankenversicherungspflichtig wird, kann den Versiche-

Beschlüsse des 11. Ausschusses

sicherungsordnung festgelegt war. Der Widerruf wirkt vom Beginn des Kalendermonats an, der auf den Tag der Bekanntgabe des Widerrufsbescheids folgt.

ZWEITES KAPITEL

Beitragszuschuß der Künstlersozialkasse

§ 8

unverändert

DRITTES KAPITEL

Kündigungsrecht

§ 9

unverändert

Entwurf

Beschlüsse des 11. Ausschusses

rungsvertrag zum Ende des Monats kündigen, in dem er den Eintritt der Versicherungspflicht nachweist. Dies gilt entsprechend, wenn ein Angehöriger nach diesem Gesetz versicherungspflichtig wird und für einen bei einem Krankenversicherungsunternehmen Versicherten Anspruch auf Familienhilfe aus der gesetzlichen Krankenversicherung erwirbt.

VIERTES KAPITEL

Aufbringung der Mittel

ERSTER ABSCHNITT

Grundsatz

§ 10

Die Mittel für die Versicherung nach diesem Gesetz werden durch Beitragsanteile der Versicherten (§§ 11 bis 13), die Künstlersozialabgabe (§§ 23 bis 26) und, soweit das beitragspflichtige Arbeitseinkommen der Versicherten nicht auf Entgelten im Sinne des § 25 beruht, einen Zuschuß des Bundes (§ 34) aufgebracht.

ZWEITER ABSCHNITT

Beitragsanteile des Versicherten

ERSTER UNTERABSCHNITT

Bestimmungsgrößen

§ 11

(1) Der Beitragsanteil des Versicherten zur Erfüllung der Verpflichtungen, die der Künstlersozialkasse zugunsten des Versicherten für das Kalenderjahr gegenüber der Bundesversicherungsanstalt für Angestellte obliegen, bemißt sich nach dem Arbeitseinkommen aus einer oder mehreren Tätigkeiten nach § 2 Abs. 1 in diesem Kalenderjahr bis zu der in § 112 Abs. 2 des Angestelltenversicherungsgesetzes für Jahresbezüge festgesetzten Beitragsbemessungsgrenze. Soweit in anderen gesetzlichen Vorschriften Beitragsbemessungsgrenzen für kürzere Zeiträume festgesetzt sind, sind sie nicht anzuwenden. Hat die Versicherung nur für Teile des Kalenderjahres bestanden, so ist die Beitragsbemessungsgrenze nur mit dem entsprechenden Teil zu berücksichtigen. Für nachgewiesene Ausfallzeiten ist die Beitragsbemessungsgrenze entsprechend herabzusetzen.

VIERTES KAPITEL

Aufbringung der Mittel

ERSTER ABSCHNITT

Grundsatz

§ 10

Die Mittel für die Versicherung nach diesem Gesetz werden durch Beitragsanteile der Versicherten (§§ 11 bis 13) **zur einen Hälfte, durch** die Künstlersozialabgabe (§§ 23 bis 26) und, soweit das beitragspflichtige Arbeitseinkommen der Versicherten nicht auf Entgelten im Sinne des § 25 beruht, **durch** einen Zuschuß des Bundes (§ 34) **zur anderen Hälfte** aufgebracht.

ZWEITER ABSCHNITT

Beitragsanteile des Versicherten

ERSTER UNTERABSCHNITT

Bestimmungsgrößen

§ 11

(1) unverändert

Entwurf

(2) Übersteigt das Arbeitseinkommen des Versicherten in einem Kalenderjahr die für ihn in diesem Jahr nach Absatz 1 geltende Beitragsbemessungsgrenze, so bemißt sich der Beitragsanteil auch nach dem höheren Arbeitseinkommen, jedoch höchstens bis zum Zweifachen der in § 112 Abs. 2 des Angestelltenversicherungsgesetzes für Jahresbezüge festgesetzten Beitragsbemessungsgrenze. Hat die Versicherung nur für Teile des Kalenderjahres bestanden, so ist die aus Satz 1 sich ergebende Beitragsbemessungsgrenze um den nach Absatz 1 Satz 2 nicht zu berücksichtigenden Betrag zu vermindern. Das gleiche gilt für nachgewiesene Ausfallzeiten.

(3) Bei der Ermittlung des Arbeitseinkommens sind auch Vergütungen für die Verwertung und Nutzung urheberrechtlich geschützter Werke oder Leistungen zu berücksichtigen.

§ 12

Der Beitragsanteil des Versicherten zur Erfüllung der Verpflichtungen, die der Künstlersozialkasse zugunsten des Versicherten gegenüber dem zuständigen Träger der gesetzlichen Krankenversicherung obliegen, bemißt sich nach dem Arbeitseinkommen aus einer oder mehreren Tätigkeiten nach § 2 Abs. 1 bis zu der nach § 165 Abs. 1 Nr. 2 der Reichsversicherungsordnung geltenden Jahresarbeitsverdienstgrenze. Soweit in anderen gesetzlichen Vorschriften Beitragsbemessungsgrenzen für kürzere Zeiträume festgesetzt sind, sind sie nicht anzuwenden. Hat die Versicherung nur für Teile des Kalenderjahres bestanden, so ist die Jahresarbeitsverdienstgrenze nur mit dem entsprechenden Teil zu berücksichtigen. § 11 Abs. 3 gilt. Für Zeiten, in denen Anspruch auf Kranken- oder Mutterschaftsgeld besteht oder Beiträge nach § 381 Abs. 3 a der Reichsversicherungsordnung zu entrichten sind, ist die Jahresarbeitsverdienstgrenze entsprechend herabzusetzen.

§ 13

(1) Der Beitragssatz für Beitragsanteile nach § 11 beträgt die Hälfte des in § 112 Abs. 1 des Angestelltenversicherungsgesetzes festgesetzten Beitragssatzes.

(2) Der Beitragssatz für Beitragsanteile nach § 12 beträgt die Hälfte des durchschnittlichen Beitragssatzes der Krankenkassen (§ 225 der Reichsversicherungsordnung) und Ersatzkassen für versicherungspflichtige Mitglieder, die bei Arbeitsunfähigkeit Anspruch auf Fortzahlung ihres Arbeitsentgelts für mindestens sechs Wochen haben. Maßgebend ist der jeweils zum 1. Juli vom Bundesminister für Arbeit und Sozialordnung festgestellte durchschnittliche Beitragssatz. Er gilt von dem auf die Feststellung folgenden Kalenderjahr an.

Beschlüsse des 11. Ausschusses

(2) Übersteigt das Arbeitseinkommen des Versicherten in einem Kalenderjahr die für ihn in diesem Jahr nach Absatz 1 geltende Beitragsbemessungsgrenze, so bemißt sich der Beitragsanteil auch nach dem höheren Arbeitseinkommen, jedoch höchstens bis zum Zweifachen der in § 112 Abs. 2 des Angestelltenversicherungsgesetzes für Jahresbezüge festgesetzten Beitragsbemessungsgrenze. Hat die Versicherung nur für Teile des Kalenderjahres bestanden, so ist die aus Satz 1 sich ergebende Beitragsbemessungsgrenze um den nach Absatz 1 Satz 3 nicht zu berücksichtigenden Betrag zu vermindern. Das gleiche gilt für nachgewiesene Ausfallzeiten.

(3) unverändert

§ 12

unverändert

§ 13

unverändert

Entwurf

Beschlüsse des 11. Ausschusses

ZWEITER UNTERABSCHNITT

ZWEITER UNTERABSCHNITT

Gutschrift

Gutschrift

§ 14

§ 14

(1) Der nach § 11 Abs. 2 in Verbindung mit § 13 Abs. 1 erhobene Beitragsanteil wird dem Versicherten gutgeschrieben. In diesem Fall setzt die Künstlersozialkasse die nach § 11 Abs. 2 maßgebende Grenze für das folgende Kalenderjahr um den Arbeitseinkommensbetrag herab, der dem Guthaben entspricht.

unverändert

(2) Den gutgeschriebenen Beitragsanteil verwendet die Künstlersozialkasse mit einem gleichhohen Betrag aus dem Aufkommen aus der Künstlersozialabgabe und dem Bundeszuschuß dazu, in den Jahren, in denen das Jahresarbeitseinkommen des Versicherten die für ihn nach § 126 a Abs. 2 des Angestelltenversicherungsgesetzes geltende Beitragsbemessungsgrenze nicht erreicht, den für den Versicherten zur Rentenversicherung der Angestellten zu entrichtenden Beitrag entsprechend zu erhöhen.

(3) Sind aus den Mitteln der Künstlersozialkasse zugunsten des Versicherten Beiträge nach § 114 Abs. 1 Satz 2 des Angestelltenversicherungsgesetzes an die Bundesversicherungsanstalt für Angestellte geleistet worden, so wird das Guthaben nach Absatz 1 Satz 1 zunächst dafür verwendet, die Aufwendungen der Künstlersozialkasse insoweit zu ersetzen, als sie von dem Versicherten zu erbringen gewesen wären.

(4) Ist bei Beendigung der Rentenversicherungspflicht nach diesem Gesetz ein Guthaben vorhanden, so ist es dem Versicherten zu erstatten. Auf die Erstattung findet § 27 des Vierten Buches Sozialgesetzbuch entsprechende Anwendung.

DRITTER UNTERABSCHNITT

DRITTER UNTERABSCHNITT

Melde- und Beitragsverfahren

Melde- und Beitragsverfahren

§ 15

§ 15

(1) Wer nach diesem Gesetz in der gesetzlichen Kranken- oder Rentenversicherung versichert wird oder zur Versicherung für den Krankheitsfall verpflichtet ist, hat der Künstlersozialkasse auf Verlangen die zur Durchführung der Versicherung und der der Künstlersozialkasse übertragenen Aufgaben erforderlichen Angaben zu machen sowie die notwendigen Auskünfte zu geben und die erforderlichen Unterlagen vorzulegen.

unverändert

(2) Die Künstlersozialkasse kann den Versicherten durch Zwangsgeld zur Erfüllung dieser Pflichten anhalten.

Entwurf

§ 16

(1) Wer nach diesem Gesetz in der gesetzlichen Kranken- oder Rentenversicherung versichert wird oder zur Versicherung für den Krankheitsfall verpflichtet ist, hat sich bei der Künstlersozialkasse zu melden.

(2) Der Meldepflichtige hat den Anmeldevordruck der Künstlersozialkasse auszufüllen. Darin ist die ihm von einem Träger der Rentenversicherung zugeteilte Versicherungsnummer einzutragen. Ist eine solche Nummer nicht zugeteilt worden, so ist sie von der Bundesversicherungsanstalt für Angestellte über die Künstlersozialkasse zu vergeben.

§ 17

(1) Der Versicherte hat der Künstlersozialkasse das in einem Kalendervierteljahr erzielte Arbeitseinkommen bis zum Ende des folgenden Kalendermonats vorläufig zu melden. Vorläufige Meldungen für die Kalendervierteljahre sind auch dann zu erstatten, wenn kein Arbeitseinkommen erzielt wurde. Für die Meldung nach Satz 1 und 2 ist ein Vordruck der Künstlersozialkasse zu verwenden.

(2) Die Beitragsanteile des Versicherten sind von der Künstlersozialkasse für einen Kalendermonat bis zum 15. des folgenden Monats durch Abbuchen vom Konto des Versicherten einzuziehen. Vorläufige Berechnungsgrundlage ist ein Drittel des Arbeitseinkommens des letzten Kalendervierteljahres, für das eine Meldung zu erstatten war, bis zur ersten Vierteljahresmeldung ein geschätztes monatliches Arbeitseinkommen, das der Versicherte im Anmeldevordruck nach § 16 Abs. 2 zu melden hat.

(3) Der Versicherte hat der Künstlersozialkasse das in einem Kalenderjahr erzielte Arbeitseinkommen bis zum 30. April des folgenden Kalenderjahres endgültig zu melden. Absatz 1 Satz 3 gilt. Die nach Absatz 2 geleisteten Zahlungen gelten als Abschlagszahlungen. Sie sind mit den Zahlungen auszugleichen, die aufgrund der Meldung nach Satz 1 endgültig zu leisten sind.

(4) Erstattet ein Versicherter trotz Aufforderung der Künstlersozialkasse die vorgeschriebene Meldung seines Arbeitseinkommens nicht innerhalb der ihm gesetzten Frist, so kann die Künstlersozialkasse bis zur ordnungsgemäßen Meldung der Berechnung der Beitragsanteile ein Zwölftel der Bezugsgröße im Sinne des § 18 des Vierten Buches Sozialgesetzbuch zugrunde legen.

(5) Wer lediglich nach § 8 berechtigt ist, hat der Künstlersozialkasse das in einem Kalenderjahr erzielte Arbeitseinkommen bis zum 30. April des folgenden Kalenderjahres zu melden. Absatz 1 Satz 3 gilt. Erstattet er trotz Aufforderung der Künstlersozialkasse diese Meldung nicht innerhalb der ihm gesetzten Frist, so entfällt der Anspruch auf den Beitragszuschuß bis zum Ablauf des auf die Meldung folgenden Monats.

Beschlüsse des 11. Ausschusses

§ 16

unverändert

§ 17

unverändert

Entwurf	Beschlüsse des 11. Ausschusses
§ 18	§ 18
<p>(1) Für Beitragsanteile, die der Versicherte eine Woche nach Fälligkeit noch nicht entrichtet hat, kann die Künstlersozialkasse einen einmaligen Säumniszuschlag bis zur Höhe von 2 vom Hundert der rückständigen Beträge erheben.</p> <p>(2) Für Beitragsanteile, die länger als drei Monate fällig sind, kann die Künstlersozialkasse für jeden angefangenen Monat einen Säumniszuschlag in Höhe von 1 vom Hundert der rückständigen Beträge erheben; ein Säumniszuschlag nach Absatz 1 kann angerechnet werden. § 24 Abs. 3 des Vierten Buches Sozialgesetzbuch gilt entsprechend.</p>	unverändert
§ 19	§ 19
<p>Für die Verjährung der Ansprüche auf Beitragsanteile gilt § 25 des Vierten Buches Sozialgesetzbuch entsprechend.</p>	unverändert
§ 20	§ 20
<p>Die Künstlersozialkasse hat dem Versicherten und dem nach § 8 Berechtigten jährlich eine Abrechnung zu erteilen, aus der die Berechnung der von ihm und für ihn erbrachten Beitragsleistungen ersichtlich ist.</p>	unverändert
VIERTER UNTERABSCHNITT	VIERTER UNTERABSCHNITT
Erstattungen	Erstattungen
§ 21	§ 21
<p>(1) Die Künstlersozialkasse hat zu Unrecht entrichtete Beitragsanteile zu erstatten.</p> <p>(2) Die Künstlersozialkasse kann mit Zustimmung des Berechtigten zu Unrecht entrichtete Beitragsanteile mit künftigen Ansprüchen auf Beitragsanteile verrechnen.</p> <p>(3) Für die Verzinsung und Verjährung des Anspruchs auf Erstattung gilt § 27 des Vierten Buches Sozialgesetzbuch entsprechend.</p>	unverändert
§ 22	§ 22
<p>Sind der Künstlersozialkasse von der Bundesversicherungsanstalt für Angestellte zu Recht entrichtete Beiträge erstattet worden, so hat sie dem Versicherten die Beträge insoweit zu erstatten, als er sie getragen hat.</p>	unverändert

Entwurf	Beschlüsse des 11. Ausschusses
DRITTER ABSCHNITT	DRITTER ABSCHNITT
Künstlersozialabgabe	Künstlersozialabgabe
§ 23	§ 23
Die Künstlersozialkasse erhebt von den zur Abgabe Verpflichteten (§ 24) eine Umlage (Künstlersozialabgabe) nach einem Vomhundertsatz (§ 26) der Bemessungsgrundlage (§ 25).	unverändert
ERSTER UNTERABSCHNITT	ERSTER UNTERABSCHNITT
Personenkreis	Personenkreis
§ 24	§ 24
(1) Zur Künstlersozialabgabe verpflichtet ist ein Unternehmer, der eines oder mehrere der folgenden Unternehmen betreibt:	unverändert
<ol style="list-style-type: none"> 1. Buch-, Presse- und sonstige Verlage, Presseagenturen (einschließlich Bilderdienste), 2. Theater- und Konzertdirektionen, sofern sie nicht ausschließlich eine vermittelnde Tätigkeit ausüben, 3. Herstellung von bespielten Bild- und Tonträgern (ausschließlich alleiniger Vervielfältigung), 4. Galerien, Kunsthandel, 5. Werbung (einschließlich Öffentlichkeitsarbeit) für Dritte, 6. Varieté- und Zirkusunternehmen. 	
(2) Zur Künstlersozialabgabe sind ferner verpflichtet:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Rundfunkanstalten und 2. Unternehmer und juristische Personen des öffentlichen Rechts, die Theater (ausgenommen Filmtheater), Orchester, Musikschulen oder Museen betreiben. 	
(3) Wird für einen der in Absatz 1 und 2 Genannten eine Leistung oder ein Werk in selbständiger künstlerischer oder publizistischer Tätigkeit erbracht, das Entgelt jedoch von einem Dritten geleistet, so ist dieser neben den in Absatz 1 und 2 Genannten gesamtschuldnerisch zur Abgabe verpflichtet.	
ZWEITER UNTERABSCHNITT	ZWEITER UNTERABSCHNITT
Bestimmungsgrößen	Bestimmungsgrößen
§ 25	§ 25
(1) Bemessungsgrundlage der Künstlersozialabgabe sind die Entgelte für künstlerische oder publizistische Werke oder Leistungen, die ein nach § 24 Abs. 1 oder 2 zur Abgabe Verpflichteter im Rahmen	unverändert

Entwurf

Beschlüsse des 11. Ausschusses

der dort aufgeführten Tätigkeiten oder ein in § 24 Abs. 3 genannter Dritter im Laufe eines Kalenderjahres an Künstler und Publizisten im Sinne des § 2 zahlt, auch wenn die künstlerische oder publizistische Tätigkeit nur vorübergehend oder nicht erwerbsmäßig ausgeübt wird. Bemessungsgrundlage sind auch die Entgelte, die für Rechnung des Künstlers oder Publizisten an Dritte gezahlt werden, sofern dieser Dritte nicht nach Absatz 3 zur Künstlersozialabgabe verpflichtet ist.

(2) Entgelt im Sinne des Absatzes 1 ist alles, was der zur Abgabe Verpflichtete aufwendet, um das Werk oder die Leistung zu erhalten oder zu nutzen, abzüglich der in einer Rechnung oder Gutschrift gesondert ausgewiesenen Umsatzsteuer. Ausgenommen hiervon sind die Entgelte, die für urheberrechtliche Nutzungsrechte, sonstige Rechte des Urhebers oder Leistungsschutzrechte, an Verwertungsgesellschaften gezahlt werden.

(3) Entgelt im Sinne des Absatzes 1 ist auch der Preis, der dem Künstler oder Publizisten aus der Veräußerung seines Werkes im Wege eines Kommissionsgeschäfts für seine eigene Leistung zusteht.

§ 26

(1) Der Vomhundertsatz der Künstlersozialabgabe ist so festzusetzen, daß das Aufkommen zusammen mit den Beitragsanteilen der Versicherten und dem Bundeszuschuß ausreicht, um den Bedarf der Künstlersozialkasse für ein Kalenderjahr zu decken.

(2) Der Bedarf der Künstlersozialkasse berechnet sich aus:

1. in dem Kalenderjahr zu erfüllenden Verpflichtungen, die ihr gegenüber der Bundesversicherungsanstalt für Angestellte, den Trägern der gesetzlichen Krankenversicherung und den nach § 8 Berechtigten obliegen,
2. dem Soll zur Auffüllung der Betriebsmittel nach § 44 Abs. 2 und
3. den Fehlbeträgen oder Überschüssen des vorvergangenen Kalenderjahres.

(3) Der Bundesminister für Arbeit und Sozialordnung bestimmt im Einvernehmen mit dem Bundesminister der Finanzen bis zum 30. September durch Rechtsverordnung *den Vomhundertsatz* für das folgende Kalenderjahr auf Grund *einer* Schätzung des Bedarfs nach Absatz 2; *er kann dabei für bestimmte Sparten der nach § 24 zur Abgabe Verpflichteten je nach dem Beitragsaufkommen der Versicherten dieser Sparte unterschiedliche Vomhundertsätze festsetzen.*

§ 26

(1) Der Vomhundertsatz der Künstlersozialabgabe ist **unter Berücksichtigung des Grundsatzes des § 10 getrennt nach den Bereichen Wort, bildende Kunst, Musik und darstellende Kunst** so festzusetzen, daß das Aufkommen zusammen mit den Beitragsanteilen der Versicherten und dem Bundeszuschuß ausreicht, um den Bedarf der Künstlersozialkasse **in dem jeweiligen Bereich** für ein Kalenderjahr zu decken. **Das Nähere über die Ermittlung der einzelnen Vomhundertsätze regelt der Bundesminister für Arbeit und Sozialordnung durch Rechtsverordnung.**

(2) unverändert

(3) Der Bundesminister für Arbeit und Sozialordnung bestimmt im Einvernehmen mit dem Bundesminister der Finanzen bis zum 30. September durch Rechtsverordnung **die Vomhundertsätze** für das folgende Kalenderjahr auf Grund **von** Schätzungen des Bedarfs nach Absatz 2.

Entwurf

Beschlüsse des 11. Ausschusses

DRITTER UNTERABSCHNITT

DRITTER UNTERABSCHNITT

Melde- und Abgabeverfahren

Melde- und Abgabeverfahren

§ 27

§ 27

(1) Der zur Abgabe Verpflichtete hat nach Ablauf eines Kalenderjahres, spätestens bis zum 31. März des Folgejahres, die Summe der sich nach § 25 ergebenden Beträge zu melden, die Künstlersozialabgabe zu berechnen und diese an die Künstlersozialkasse zu zahlen. Für die Meldung ist ein Vordruck der Künstlersozialkasse zu verwenden.

(1) unverändert

(2) Der zur Abgabe Verpflichtete hat innerhalb von zehn Tagen nach Ablauf jeden Kalendermonats eine Vorauszahlung auf die Abgabe an die Künstlersozialkasse zu leisten.

(2) unverändert

(3) Die monatliche Vorauszahlung beträgt ein Zwölftel der für das vorausgegangene Kalenderjahr geschuldeten Abgabe. Für die Zeit zwischen dem Ablauf eines Kalenderjahres und dem folgenden 31. März ist die monatliche Vorauszahlung weiter zu leisten, die für das vorausgegangene Kalenderjahr zu entrichten war.

(3) Die monatliche Vorauszahlung beträgt ein Zwölftel der für das vorausgegangene Kalenderjahr geschuldeten Abgabe. Für die Zeit zwischen dem Ablauf eines Kalenderjahres und dem folgenden 28. Februar ist die monatliche Vorauszahlung weiter zu leisten, die für das vorausgegangene Kalenderjahr zu entrichten war.

(4) Die Vorauszahlungspflicht beginnt zehn Tage nach Ablauf des Monats, bis zu welchem die Künstlersozialabgabe zuerst vom Verpflichteten abzurechnen war. Hat die Abgabepflicht nur während eines Teils des vorausgegangenen Kalenderjahres bestanden, so berechnet sich die Vorauszahlung, indem die für das vorausgegangene Kalenderjahr geschuldete Abgabe durch die Zahl der begonnenen Kalendermonate geteilt wird, in denen die Abgabepflicht bestand.

(4) unverändert

§ 28

§ 28

Die zur Abgabe Verpflichteten haben fortlaufende Aufzeichnungen über die Entgelte im Sinne des § 25 zu führen. Die Aufzeichnungen sind mindestens vier Jahre nach Ablauf des Kalenderjahres, in dem die Entgelte fällig geworden sind, aufzubewahren. Näheres über Form und Inhalt der Aufzeichnungen bestimmt der Bundesminister für Arbeit und Sozialordnung durch Rechtsverordnung.

unverändert

§ 29

§ 29

(1) Die zur Abgabe Verpflichteten haben der Künstlersozialkasse auf Verlangen über alle für die Erhebung der Künstlersozialabgabe und für die Durchführung der der Künstlersozialkasse übertragenen Aufgaben erforderlichen Tatsachen Auskunft zu geben und die Unterlagen, aus denen diese Tatsachen hervorgehen, insbesondere die in § 28 genannten Aufzeichnungen, während der Arbeitszeit nach Wahl der Künstlersozialkasse entweder in deren oder in ihren eigenen Geschäftsräumen vorzulegen. Sind ihre Geschäftsräume gleichzeitig ihre privaten Wohnungen, so sind sie nur verpflichtet, die Unterla-

unverändert

Entwurf

Beschlüsse des 11. Ausschusses

gen in den Geschäftsräumen der Künstlersozialkasse vorzulegen.

(2) Die Künstlersozialkasse kann die zur Abgabe Verpflichteten durch Zwangsgeld zur Erfüllung ihrer Pflichten anhalten.

§ 30

§ 30

(1) Für Künstlersozialabgabe und Abgabevorauszahlungen, die der Verpflichtete eine Woche nach Fälligkeit noch nicht entrichtet hat, kann die Künstlersozialkasse einen einmaligen Säumniszuschlag bis zur Höhe von 2 vom Hundert der rückständigen Beträge erheben.

unverändert

(2) Für Künstlersozialabgabe und Abgabevorauszahlungen, die länger als drei Monate fällig sind, kann die Künstlersozialkasse für jeden angefangenen Monat einen Säumniszuschlag in Höhe von 1 vom Hundert der rückständigen Beträge erheben; ein Säumniszuschlag nach Absatz 1 kann angerechnet werden. § 24 Abs. 3 des Vierten Buches Sozialgesetzbuch gilt entsprechend.

§ 31

§ 31

Für die Verjährung der Ansprüche auf Künstlersozialabgabe gilt § 25 des Vierten Buches Sozialgesetzbuch entsprechend.

unverändert

§ 32

§ 32

(1) Nach § 24 zur Abgabe Verpflichtete können Ausgleichsvereinigungen bilden und die Aufbringung der Mittel für die von ihnen zu entrichtende Künstlersozialabgabe vertraglich abweichend von diesem Gesetz regeln. Die Rechte und Pflichten des zur Abgabe Verpflichteten gegenüber der Künstlersozialkasse bleiben unberührt.

unverändert

(2) Die Ausgleichsvereinigungen sind gegenüber der Künstlersozialkasse berechtigt, für die zur Abgabe Verpflichteten die diesen obliegenden Pflichten zu erfüllen, insbesondere mit befreiender Wirkung die Künstlersozialabgabe und die Vorauszahlungen zu entrichten.

(3) Die Künstlersozialkasse hat den Ausgleichsvereinigungen mit Einwilligung des zur Abgabe Verpflichteten die Angaben zu machen, die die Ausgleichsvereinigungen zur Ausübung der ihnen nach Absatz 2 zustehenden Rechte benötigen.

(4) Ferner können die Ausgleichsvereinigungen die sich aus § 52 ergebenden Verpflichtungen erfüllen.

Entwurf

VIERTER UNTERABSCHNITT

Erstattungen

§ 33

(1) Die Künstlersozialkasse hat zu Unrecht entrichtete Künstlersozialabgabe zu erstatten.

(2) Die Künstlersozialkasse kann mit Zustimmung des Berechtigten die zu Unrecht entrichtete Künstlersozialabgabe mit künftigen Ansprüchen auf Künstlersozialabgabe oder Vorauszahlungen verrechnen.

(3) Für die Verzinsung und Verjährung des Anspruchs auf Erstattung gilt § 27 des Vierten Buches Sozialgesetzbuch entsprechend.

VIERTER ABSCHNITT
Zuschuß des Bundes

§ 34

(1) Der Zuschuß des Bundes wird für das Jahr 1981 auf zwanzig Millionen Deutsche Mark, für das Jahr 1982 auf fünfundsiebzig Millionen Deutsche Mark festgesetzt. Er verändert sich in den folgenden Jahren entsprechend § 116 Abs. 2 Satz 2 des Angestelltenversicherungsgesetzes.

(2) Der Zuschuß ist zu mindern, soweit er für ein Kalenderjahr 17 vom Hundert der Ausgaben der Künstlersozialkasse übersteigt. Überzahlungen sind mit dem Bundeszuschuß des übernächsten Jahres zu verrechnen.

(3) Ferner sind die Verwaltungskosten der Künstlersozialkasse aus dem Bundeszuschuß zu decken.

FÜNFTES KAPITEL

Überwachung

§ 35

(1) Die Künstlersozialkasse überwacht die rechtzeitige und vollständige Entrichtung der Beitragsanteile der Versicherten und der Künstlersozialabgabe. Entstehen durch die Überwachung der Künstlersozialabgabe Barauslagen, so können sie dem zur Abgabe Verpflichteten auferlegt werden, wenn er sie durch Pflichtversäumnis verursacht hat.

(2) Der Bundesminister für Arbeit und Sozialordnung erläßt durch Rechtsverordnung Überwachungsvorschriften.

Beschlüsse des 11. Ausschusses

VIERTER UNTERABSCHNITT

Erstattungen

§ 33

unverändert

VIERTER ABSCHNITT
Zuschuß des Bundes

§ 34

(1) Der Zuschuß des Bundes wird für das Jahr **1983 auf achtzig Millionen Deutsche Mark** festgesetzt. Er verändert sich in den folgenden Jahren entsprechend § 116 Abs. 2 Satz 2 des Angestelltenversicherungsgesetzes.

(2) unverändert

(3) unverändert

FÜNFTES KAPITEL

Überwachung

§ 35

unverändert

Entwurf

SECHSTES KAPITEL

Bußgeldvorschriften

§ 36

(1) Ordnungswidrig handelt der Versicherte oder zur Versicherung für den Krankheitsfall Verpflichtete, der vorsätzlich oder fahrlässig

1. entgegen § 15 Abs. 1 auf Verlangen Angaben nicht, nicht richtig oder nicht vollständig macht,
2. der Auskunfts- oder Vorlagepflicht nach § 15 Abs. 1 auf Verlangen nicht, nicht richtig oder nicht vollständig nachkommt oder
3. der Meldepflicht nach § 17 Abs. 1 Satz 1 oder 2 oder Absatz 3 Satz 1 nicht rechtzeitig, nicht richtig oder nicht vollständig nachkommt.

(2) Ordnungswidrig handelt der zur Abgabe Verpflichtete, der vorsätzlich oder fahrlässig

1. entgegen § 27 Abs. 1 Satz 1 die Summe der sich nach § 25 ergebenden Beträge nicht rechtzeitig oder nicht richtig meldet,
2. entgegen § 28 Satz 1 Aufzeichnungen nicht, nicht richtig oder nicht vollständig führt oder
3. der Auskunfts- oder Vorlagepflicht nach § 29 Abs. 1 auf Verlangen nicht, nicht richtig oder nicht vollständig nachkommt.

(3) Die Ordnungswidrigkeit kann mit einer Geldbuße bis zu fünftausend Deutsche Mark geahndet werden.

(4) Verwaltungsbehörde im Sinne des § 36 Abs. 1 Nr. 1 des Gesetzes über Ordnungswidrigkeiten ist die Künstlersozialkasse.

ZWEITER TEIL

Errichtung einer Künstlersozialkasse

§ 37

(1) Für Zwecke der Sozialversicherung der selbständigen Künstler und Publizisten nach diesem Gesetz wird eine rechtsfähige bundesunmittelbare Anstalt des öffentlichen Rechts mit der Bezeichnung „Künstlersozialkasse“ errichtet.

(2) Der Sitz der Künstlersozialkasse ist Wilhelmshaven

§ 38

(1) Bei der Künstlersozialkasse wird ein Beirat aus Persönlichkeiten aus den Kreisen der Versicherten und der zur Künstlersozialabgabe Verpflichtete-

Beschlüsse des 11. Ausschusses

SECHSTES KAPITEL

Bußgeldvorschriften

§ 36

unverändert

ZWEITER TEIL

Errichtung einer Künstlersozialkasse

§ 37

unverändert

§ 38

unverändert

Entwurf

Beschlüsse des 11. Ausschusses

ten gebildet. Dabei sollen die Bereiche Wort, Musik, darstellende und bildende Kunst möglichst angemessen vertreten sein.

(2) Aufgabe des Beirats ist es, den Leiter der Künstlersozialkasse bei der Erfüllung seiner Aufgaben zu beraten.

(3) Die Mitglieder des Beirats sowie ihre Stellvertreter werden vom Bundesminister für Arbeit und Sozialordnung berufen. Dabei sollen Vorschläge von Verbänden, die die Interessen der Versicherten oder der zur Künstlersozialabgabe Verpflichteten vertreten, nach Möglichkeit berücksichtigt werden. Ein Mitglied des Beirats kann aus wichtigem Grund vor Ablauf der Amtsdauer abberufen werden.

(4) Die §§ 40 bis 42 des Vierten Buches Sozialgesetzbuch über Ehrenämter, Entschädigung der ehrenamtlich Tätigen und Haftung gelten sinngemäß.

§ 39

§ 39

(1) Den Widerspruchsbescheid im Vorverfahren nach § 85 Abs. 2 des Sozialgerichtsgesetzes erläßt einer der bei der Künstlersozialkasse zu bildenden Ausschüsse. Es wird jeweils ein Ausschuß für die Bereiche Wort, Musik, darstellende Kunst und bildende Kunst errichtet.

unverändert

(2) Jeder Ausschuß setzt sich aus zwei Mitgliedern des Beirats, und zwar je einem Vertreter der Versicherten und der nach § 24 Abs. 1 oder 2 zur Abgabe Verpflichteten, und einem Vertreter der Künstlersozialkasse zusammen. Die Mitglieder der Ausschüsse werden auf Vorschlag des Beirats durch den Leiter der Künstlersozialkasse berufen.

(3) Die Mitglieder der Ausschüsse sind unabhängig und nur dem Gesetz unterworfen.

(4) Für die Mitglieder des Beirats in den Ausschüssen gilt § 38 Abs. 4.

§ 40

§ 40

(1) Der Leiter der Künstlersozialkasse führt die Geschäfte und vertritt die Künstlersozialkasse gerichtlich und außergerichtlich.

unverändert

(2) Die Aufgaben der Künstlersozialkasse werden von Beamten und von Dienstkräften, die als Angestellte oder Arbeiter beschäftigt sind, wahrgenommen.

§ 41

§ 41

(1) Die Künstlersozialkasse ist Dienstherr im Sinne des § 121 des Beamtenrechtsrahmengesetzes. Die Beamten sind mittelbare Bundesbeamte. Oberste Dienstbehörde des Leiters und der übrigen Beamten ist der Bundesminister für Arbeit und Sozialordnung.

unverändert

Entwurf

Beschlüsse des 11. Ausschusses

(2) Der Bundesminister für Arbeit und Sozialordnung ernennt und entläßt die Beamten der Künstlersozialkasse, soweit ihm das Recht zur Ernennung und Entlassung von Bundesbeamten allgemein übertragen ist. Er kann diese Befugnis auf den Leiter der Künstlersozialkasse weiterübertragen.

§ 42

(1) Auf die Angestellten und Arbeiter der Künstlersozialkasse sind die für Arbeitnehmer des Bundes jeweils geltenden Tarifverträge und sonstigen Bestimmungen anzuwenden. Ausnahmen bedürfen der vorherigen Zustimmung des Bundesministers für Arbeit und Sozialordnung. Die Zustimmung ergeht im Einvernehmen mit dem Bundesminister des Innern.

(2) Arbeitsverträge mit Angestellten der Künstlersozialkasse, die eine Vergütung nach der Vergütungsgruppe IVb der Vergütungsordnung zum Bundes-Angestelltentarifvertrag oder eine höhere Vergütung erhalten sollen, bedürfen der vorherigen Zustimmung des Bundesversicherungsamtes. Entsprechendes gilt für die Änderung von Arbeitsverträgen, insbesondere für die Übertragung einer höher zu bewertenden Tätigkeit.

§ 43

(1) Die Künstlersozialkasse weist die zu erwartenden Einnahmen, voraussichtlich zu leistenden Ausgaben und voraussichtlichen Verpflichtungsermächtigungen in einem Haushaltsplan aus. Auf die Aufstellung und Ausführung des Haushaltsplans, die Zahlungen, die Buchführung und die Rechnungslegung sind die für die Träger der Rentenversicherung jeweils geltenden Bestimmungen, mit Ausnahme des Kontenrahmens, entsprechend anzuwenden.

(2) Die Künstlersozialkasse erstellt einen eigenen Kontenrahmen. Er bedarf der Genehmigung des Bundesversicherungsamtes.

(3) Der Leiter der Künstlersozialkasse stellt den Haushaltsplan fest. Er hat den Beirat zu hören.

(4) Der Haushaltsplan bedarf zu seiner Wirksamkeit der Genehmigung des Bundesversicherungsamtes, die sich auch auf die Zweckmäßigkeit der Ansätze erstreckt. Der Haushaltsplan ist dem Bundesversicherungsamt spätestens am 1. Oktober vor Beginn des Haushaltsjahres vorzulegen.

(5) Soweit der Haushaltsplan zu Beginn des Haushaltsjahres noch nicht genehmigt ist, kann das Bundesversicherungsamt zulassen, daß die Künstlersozialkasse die Ausgaben leistet, die unvermeidbar sind, um ihre rechtlich begründeten Verpflichtungen und Aufgaben zu erfüllen.

(6) Im Falle eines unvorhergesehenen und unabwendbaren Bedürfnisses, für das Ausgaben im Haushaltsplan nicht oder nicht in ausreichender Höhe

§ 42

unverändert

§ 43

unverändert

Entwurf

Beschlüsse des 11. Ausschusses

veranschlagt sind, kann der Leiter der Künstlersozialkasse mit Einwilligung des Bundesversicherungsamtes überplanmäßige und außerplanmäßige Ausgaben leisten.

(7) Nach Ende des Haushaltsjahres hat der Leiter der Künstlersozialkasse eine Rechnung aufzustellen. Die Rechnung umfaßt auch den Bestand, die Einnahmen und Ausgaben der Liquiditätsreserve und des sonstigen Vermögens. Sie ist vom Bundesversicherungsamt zu prüfen. Das Bundesversicherungsamt erteilt die Entlastung.

§ 44

§ 44

(1) Die Künstlersozialkasse hat kurzfristig verfügbare Mittel zur Bestreitung ihrer laufenden Ausgaben sowie zum Ausgleich von Einnahme- und Ausgabeschwankungen (Betriebsmittel) bereitzuhalten. Die Betriebsmittel sollen im Betrag mindestens einer Zweimonatsausgabe nach dem Durchschnitt des voraufgegangenen Kalenderjahres entsprechen (Liquiditätssoll).

unverändert

(2) Solange das Liquiditätssoll nicht vorhanden ist, hat die Künstlersozialkasse zur Auffüllung der Betriebsmittel jährlich mindestens 1 vom Hundert des im Haushaltsplan vorgesehenen Einnahmesolls (Auffüllungssoll) den Betriebsmitteln zuzuführen.

§ 45

§ 45

§ 80 des Vierten Buches Sozialgesetzbuch gilt entsprechend.

unverändert

§ 46

§ 46

Die Aufsicht über die Künstlersozialkasse führt das Bundesversicherungsamt, soweit dieses Gesetz nichts Abweichendes bestimmt.

unverändert

§ 47

§ 47

Die Künstlersozialkasse hat die Versicherten und die zur Künstlersozialabgabe Verpflichteten über ihre Rechte und Pflichten aufzuklären und zu beraten.

unverändert

§ 48

§ 48

Die Satzung der Künstlersozialkasse erläßt der Bundesminister für Arbeit und Sozialordnung durch Rechtsverordnung. Die Satzung regelt insbesondere das Nähere zu § 38 (Beirat) und § 39 (Ausschüsse).

unverändert

Entwurf

Beschlüsse des 11. Ausschusses

DRITTER TEIL

DRITTER TEIL

Änderung von Gesetzen

Änderung von Gesetzen

§ 49

§ 49

Änderung der Reichsversicherungsordnung

Änderung der Reichsversicherungsordnung

Die Reichsversicherungsordnung in der im Bundesgesetzblatt Teil III, Gliederungsnummer 820–1, veröffentlichten bereinigten Fassung, zuletzt geändert durch *Artikel 1 des Gesetzes vom 15. Dezember 1979 (BGBl. I S. 2241)*, wird wie folgt geändert:

Die Reichsversicherungsordnung in der im Bundesgesetzblatt Teil III, Gliederungsnummer 820–1, veröffentlichten bereinigten Fassung, zuletzt geändert durch **Artikel II § 4 des Gesetzes vom 18. August 1980 (BGBl. I S. 1469)**, wird wie folgt geändert:

1. § 166 wird wie folgt geändert:

1. unverändert

a) In Nummer 2 werden die Worte „Lehrer, Erzieher und Musiker“ durch die Worte „Lehrer und Erzieher“ ersetzt.

b) Nummer 3 wird gestrichen.

2. Nach § 180 wird folgender § 180 a eingefügt:

2. unverändert

„§ 180 a

(1) Für die nach dem Künstlersozialversicherungsgesetz Versicherten gilt als Grundlohn der 360. Teil des voraussichtlichen Jahresarbeitsinkommens, das sie aus der Tätigkeit als selbständige Künstler und Publizisten erzielen.

(2) Der Grundlohn beträgt höchstens den in § 180 Abs. 1 Satz 3 genannten Betrag, mindestens jedoch den 180. Teil der monatlichen Bezugsgröße.“

3. Dem § 182 Abs. 3 wird folgender Satz angefügt:

3. unverändert

„Für die nach dem Künstlersozialversicherungsgesetz Versicherten beginnt der Anspruch auf Krankengeld mit Beginn der 7. Woche der Arbeitsunfähigkeit.“

4. § 306 wird wie folgt geändert:

4. unverändert

a) In Absatz 1 werden die Worte „in den Absätzen 2 bis 5“ durch die Worte „in den folgenden Absätzen“ ersetzt.

b) Folgender Absatz 6 wird angefügt:

„(6) Die Mitgliedschaft der nach dem Künstlersozialversicherungsgesetz Versicherten beginnt mit dem Tage, an dem die Künstlersozialkasse die Versicherungspflicht feststellt. Beruht die Feststellung auf einer Meldung des Versicherten nach § 16 Abs. 1 des Künstlersozialversicherungsgesetzes, so beginnt die Mitgliedschaft mit dem Tage des Eingangs der Meldung, frühestens mit dem Tage, an dem die Voraussetzungen für die Versicherung erfüllt sind. Im Falle der Versicherung auf Antrag nach § 6 Abs. 3 des Künstlersozialversicherungsgesetzes beginnt die Mitgliedschaft mit dem Tage des Eingangs des Antrages.“

Entwurf	Beschlüsse des 11. Ausschusses
5. In § 312 wird folgender Absatz 4 a eingefügt: „(4a) Die Mitgliedschaft der nach dem Künstlersozialversicherungsgesetz Versicherten endet mit dem Tage, an dem die Künstlersozialkasse feststellt, daß der Versicherte nicht mehr versicherungspflichtig ist. Sie endet ohne Feststellung mit dem Beginn des Tages, an dem nach § 5 des Künstlersozialversicherungsgesetzes Versicherungsfreiheit eintritt.“	5. unverändert
6. In § 313 Abs. 1 Satz 1 werden nach den Worten „§ 165 Abs. 1 Nr. 3 oder 4“ die Worte „oder nach dem Künstlersozialversicherungsgesetz“ eingefügt.	6. unverändert
7. <i>Nach § 318 c wird folgender § 318 d eingefügt:</i> <i>„§ 318 d</i> <i>Die Künstlersozialkasse hat Beginn und Ende der Versicherung sowie das beitragspflichtige Arbeitseinkommen der nach dem Künstlersozialversicherungsgesetz Versicherten der zuständigen Krankenkasse zu melden. Der Bundesminister für Arbeit und Sozialordnung bestimmt durch Rechtsverordnung Art, Form, Inhalt und Zeitpunkt der Meldungen.“</i>	Nummer 7 entfällt
8. § 380 erhält folgende Fassung: <i>„§ 380</i> <i>Die Mittel für die Krankenversicherung sind von den Arbeitgebern, den Versicherten, den Trägern der Rentenversicherung der Arbeiter, dem Träger der Rentenversicherung der Angestellten, dem Bund sowie der Künstlersozialkasse nach Maßgabe der folgenden Vorschriften aufzubringen.“</i>	8. unverändert
9. Nach § 381 a wird folgender § 381 b eingefügt: <i>„§ 381 b</i> <i>Die Beiträge für die nach dem Künstlersozialversicherungsgesetz Versicherten trägt die Künstlersozialkasse.“</i>	9. unverändert
10. § 393 wird wie folgt geändert: a) Dem Absatz 1 wird folgender Satz angefügt: „Die Beiträge nach § 381 Abs. 3 a hat der Rehabilitationsträger einzuzahlen; die Beiträge nach § 381 b hat die Künstlersozialkasse einzuzahlen.“ b) Folgender Absatz 2 wird eingefügt: „(2) Die Beiträge für die nach dem Künstlersozialversicherungsgesetz Versicherten sind monatlich vorläufig nach § 385 Abs. 1 Satz 1 in Verbindung mit § 180 a zu berechnen. Sie sind nach Ablauf eines Kalenderjahres nach dem für dieses Kalenderjahr ermit-	10. unverändert

Entwurf

Beschlüsse des 11. Ausschusses

telten Jahresarbeitseinkommen bis zur Höhe der Jahresarbeitsverdienstgrenze (§ 165 Abs. 1 Nr. 2), mindestens nach einem Sechstel der jährlichen Bezugsgröße endgültig zu bemessen; als Beitragssatz gilt der Durchschnitt der nach Satz 1 maßgeblichen Beitragssätze der Krankenkasse in dem Kalenderjahr. Die nach Satz 1 geleisteten Zahlungen gelten als Abschlagszahlungen; sie sind nach Ablauf des Kalenderjahres bis zum 31. Juli des Folgejahres mit den endgültig nach Satz 2 zu leistenden Zahlungen auszugleichen. Hat die Versicherung nach dem Künstlersozialversicherungsgesetz nur für Teile des Kalenderjahres bestanden, so sind die in Satz 2 genannte Jahresarbeitsverdienstgrenze und die in Satz 2 genannte Mindestbemessungsgrundlage nur mit dem entsprechenden Teil zu berücksichtigen.“

- | | |
|--|---------------------------|
| 11. § 475 c wird gestrichen. | 11. unverändert |
| 12. In § 505 Abs. 1 Satz 1 werden nach den Worten „errichtet ist“ die Worte „oder den sie nach § 4 Abs. 1, 4 und 4 a der Zwölften Verordnung zum Aufbau der Sozialversicherung (Ersatzkassen der Krankenversicherung) in der im Bundesgesetzblatt Teil III, Gliederungsnummer 8230—13, veröffentlichten bereinigten Fassung, zuletzt geändert durch Artikel 5 des Gesetzes vom 15. Dezember 1979 (BGBl. I S. 2241), aufnehmen darf“ eingefügt. | 12. unverändert |
| 13. <i>In § 514 Abs. 2 wird hinter den Worten „§§ 318,“ das Wort „318 d“ eingefügt.</i> | Nummer 13 entfällt |
| 14. Nach § 515 a wird folgender § 515 b eingefügt: | 14. unverändert |

„§ 515 b

(1) Für die nach dem Künstlersozialversicherungsgesetz Versicherten hat die Künstlersozialkasse die Beiträge zu tragen. Sind diese Beiträge höher als die von ihr nach § 393 Abs. 2 zu tragenden Beiträge, so erhebt die Künstlersozialkasse den übersteigenden Betrag von dem Versicherten.

(2) Die Künstlersozialkasse hat die Beiträge an den durch die Satzung der Ersatzkasse bestimmten Tagen einzuzahlen.“

§ 50

Änderung des Angestelltenversicherungsgesetzes

Das Angestelltenversicherungsgesetz in der im Bundesgesetzblatt Teil III, Gliederungsnummer 821-1, veröffentlichten bereinigten Fassung, zuletzt geändert durch *Artikel 4 des Gesetzes vom 23. Juli 1979 (BGBl. I S. 1189)*, wird wie folgt geändert:

§ 50

Änderung des Angestelltenversicherungsgesetzes

Das Angestelltenversicherungsgesetz in der im Bundesgesetzblatt Teil III, Gliederungsnummer 821-1, veröffentlichten bereinigten Fassung, zuletzt geändert durch **Artikel II § 6 des Gesetzes vom 18. August 1980 (BGBl. I S. 1469)**, wird wie folgt geändert:

- | Entwurf | Beschlüsse des 11. Ausschusses |
|---|--------------------------------|
| 1. § 2 wird wie folgt geändert:
a) In Absatz 1 Nr. 3 werden die Worte „Lehrer, Erzieher und Musiker“ durch die Worte „Lehrer und Erzieher“ ersetzt.
b) Absatz 1 Nr. 4 erhält folgende Fassung:
„4. selbständige Künstler und Publizisten nach Maßgabe des Künstlersozialversicherungsgesetzes.“
c) Nach Absatz 3 wird folgender Absatz 4 angefügt:
„(4) Die Versicherungspflicht nach Absatz 1 Nr. 4 beginnt mit dem Tage, an dem die Künstlersozialkasse die Versicherungspflicht feststellt; beruht diese Feststellung auf einer Meldung des Versicherten nach § 16 Abs. 1 des Künstlersozialversicherungsgesetzes, so beginnt die Versicherungspflicht mit dem Tage der Meldung, frühestens mit dem Tage, an dem die Voraussetzungen für die Versicherung erfüllt sind. Die Versicherungspflicht nach Absatz 1 Nr. 4 endet mit dem Tage, an dem die Künstlersozialkasse feststellt, daß der Versicherte nicht mehr versicherungspflichtig ist; sie endet ferner mit dem Tage, an dem nach § 4 Nr. 1 oder 3 bis 6 des Künstlersozialversicherungsgesetzes Versicherungsfreiheit eintritt.“ | 1. unverändert |
| 2. In § 82 wird folgender Absatz 11 angefügt:
„(11) Bei den nach § 2 Abs. 1 Nr. 4 Versicherten steht der Künstlersozialkasse Antragsrecht und Erstattungsanspruch zu. Sie kann dieses Recht nur im Einvernehmen mit den Versicherten oder den nach Absatz 3 Berechtigten ausüben.“ | 2. unverändert |
| 3. § 112 wird wie folgt geändert:
a) In Absatz 3 Buchstabe b wird das Komma am Ende durch ein Semikolon ersetzt und folgender Halbsatz eingefügt: „bei den nach § 2 Abs. 1 Nr. 4 Versicherten gelten als Arbeitseinkommen auch der Anteil der Beitragsberechnungsgrundlage, der dem nach § 14 Abs. 2 des Künstlersozialversicherungsgesetzes verwendeten Guthaben entspricht sowie auch Vergütungen für die Verwertung und Nutzung urheberrechtlich geschützter Werke oder Leistungen.“
b) In Absatz 4 erhält Buchstabe b folgende Fassung:
„b) bei Versicherungspflicht nach § 2 Abs. 1 Nr. 3, 5, 6 und 11 von dem Versicherten allein; bei Versicherungspflicht nach § 2 Abs. 1 Nr. 4 von der Künstlersozialkasse,“ | 3. unverändert |
| 4. In § 114 Abs. 1 wird folgender Satz 2 angefügt:
„Für Versicherte nach § 2 Abs. 1 Nr. 4 ist niedrigste jährliche Beitragsberechnungsgrundlage das Zwölfwache dieses Betrages.“ | 4. unverändert |

- | Entwurf | Beschlüsse des 11. Ausschusses |
|---|---|
| 5. Nach § 126 wird folgender § 126 a eingefügt: | 5. Nach § 126 wird folgender § 126 a eingefügt: |
| „§ 126 a | „§ 126 a |
| (1) Der Beitrag für die nach § 2 Abs. 1 Nr. 4 Versicherten wird von der Künstlersozialkasse nach Maßgabe der folgenden Vorschriften entrichtet. | (1) unverändert |
| (2) Der Beitrag bemißt sich nach dem Arbeits-einkommen des Versicherten höchstens bis zu der nach § 112 Abs. 2 für Jahresbezüge festge-setzten Beitragsbemessungsgrenze, mindestens jedoch nach der nach § 114 Abs. 1 Satz 2 festge-setzten Mindestbeitragsberechnungsgrundlage. Hat die Versicherung nach § 2 Abs. 1 Nr. 4 nur für Teile des Kalenderjahres bestanden, so sind die Beitragsbemessungsgrenze und die Mindestbei-tragsberechnungsgrundlage nur mit dem ent-sprechenden Teil zu berücksichtigen. Für nach-gewiesene Ausfallzeiten sind die Beitragsbemes-sungsgrenze und die Mindestbeitragsberech-nungsgrundlage entsprechend herabzusetzen. | (2) unverändert |
| (3) Die Beiträge für die nach § 2 Abs. 1 Nr. 4 Versicherten werden für ein Kalenderjahr bis zum 31. Juli des Folgejahres von der Künstlerso-zialkasse entrichtet. Die Bundesversicherungs-anstalt für Angestellte kann monatlich Vor-schüsse auf die Beitragszahlung verlangen. In diesem Fall muß der monatliche Vorschuß der Summe entsprechen, die sich aus den Abschlags-zahlungen an die Träger der gesetzlichen Kran-kenversicherung nach § 393 Abs. 2 Satz 1 der Reichsversicherungsordnung zuzüglich des zwei-fachen Betrages der nach § 8 des Künstlersozial-versicherungsgesetzes gezahlten Zuschüsse er-gibt. | (3) unverändert |
| (4) <i>Die Künstlersozialkasse hat die Versicherten, für die von ihr Beiträge zu entrichten sind, sowie die Höhe der beitragspflichtigen Arbeits-einkommen und der Beiträge der Bundesversi-cherungsanstalt für Angestellte zu melden. Der Bundesminister für Arbeit und Sozialordnung bestimmt durch Rechtsverordnung Art, Form, In-halt und Zeitpunkt der Meldungen.</i> | Absatz 4 entfällt |
| 6. § 159 wird wie folgt geändert: | 6. unverändert |
| Hinter das Wort „Einzugsstellen“ werden die Worte „und der Künstlersozialkasse“ eingefügt. | |

§ 51

Änderung der Zwölften Verordnung zum Aufbau der Sozialversicherung

In Artikel 2 § 4 der Zwölften Verordnung zum Auf-bau der Sozialversicherung (Ersatzkassen der Kran-kenversicherung) in der im Bundesgesetzblatt Teil III, Gliederungsnummer 8230-13, veröffentlich-ten bereinigten Fassung, zuletzt geändert durch Ar-tikel 5 des Gesetzes vom 15. Dezember 1979 (BGBl. I S. 2241), wird folgender Absatz 4 a eingefügt:

§ 51

unverändert

Entwurf

Beschlüsse des 11. Ausschusses

„(4a) Die Ersatzkassen dürfen die nach dem Künstlersozialversicherungsgesetz Versicherten aufnehmen, wenn diese im Zeitpunkt der Aufnahme in dem Bezirk wohnen, für den die Ersatzkasse zugelassen ist. Die Mitgliedschaft bei der Ersatzkasse befreit von der Mitgliedschaft bei der zuständigen Krankenkasse.“

VIERTER TEIL

Übergangs- und Schlußvorschriften

§ 52

(1) Wer mit Inkrafttreten dieses Gesetzes oder innerhalb der ersten fünf Jahre danach in der Rentenversicherung der Angestellten versicherungspflichtig wird, wird auf Antrag von dieser Versicherungspflicht befreit, sofern er nicht zu den in § 53 bezeichneten Versicherten gehört.

(2) Voraussetzung für die Befreiung ist, daß er

1. das fünfzigste Lebensjahr vollendet hat oder
2. mit einem öffentlichen oder privaten Versicherungsunternehmen für sich und seine Hinterbliebenen einen Versicherungsvertrag für den Fall der Invalidität, des Todes und des Erlebens des 65. oder eines niedrigeren Lebensjahres abgeschlossen hat, die Beiträge für diese Versicherung mindestens dem Betrag entsprechen, der bei Versicherungspflicht in der Angestelltenversicherung von einem Arbeitseinkommen in Höhe der halben Beitragsbemessungsgrenze (§ 112 Abs. 2 des Angestelltenversicherungsgesetzes) zu entrichten wäre, und die Leistungen nach dem Versicherungsvertrag jährlich mit bestimmten Steigerungsraten erhöht werden oder
3. von einer Einrichtung, die nach § 8 des Gesetzes über die Wahrnehmung von Urheberrechten und von verwandten Schutzrechten vom 9. September 1965 (BGBl. I S. 1294), zuletzt geändert durch Artikel 287 Nr. 21 des Gesetzes vom 2. März 1974 (BGBl. I S. 469), durch eine Verwertungsgesellschaft errichtet worden ist, im Zeitpunkt der Befreiung satzungsgemäß für den Fall der Invalidität und des Alters sowie für seine Hinterbliebenen Leistungen erwarten kann, die zusammen mit den über die Verwertungsgesellschaft bezogenen urheberrechtlichen Vergütungen mindestens einer Rente aus der Angestelltenversicherung entsprechen, deren Berechnung 40 anrechnungsfähige Versicherungsjahre und ein V Hundertsatz der persönlichen Bemessungsgrundlage von 100 zugrunde liegt, wenn diese Leistungen jährlich erhöht werden.

(3) Die Befreiung von der Versicherungspflicht in der Rentenversicherung nach diesem Gesetz ist nur zulässig, wenn der zu Befreiende dies bis zum 30. September 1986 bei der Künstlersozialkasse beantragt. Die Befreiung wirkt vom Beginn des Mo-

VIERTER TEIL

Übergangs- und Schlußvorschriften

§ 52

(1) unverändert

(2) unverändert

(3) Die Befreiung von der Versicherungspflicht in der Rentenversicherung nach diesem Gesetz ist nur zulässig, wenn der zu Befreiende dies bis zum 31. Dezember 1987 bei der Künstlersozialkasse beantragt. Die Befreiung wirkt vom Beginn des Mo-

Entwurf

nats an, in dem der Antrag gestellt worden ist, und kann nicht widerrufen werden.

(4) Über den Befreiungsantrag entscheidet die Künstlersozialkasse.

(5) Wer nach dieser Vorschrift befreit ist, kann jedes Mal, wenn er von einem nach § 24 zur Abgabe Verpflichteten Entgelt erhält, von diesem einen Zuschlag zur anteilmäßigen Deckung der Aufwendungen nach Absatz 2 Nr. 2 verlangen.

§ 53

Wer beim Inkrafttreten dieses Gesetzes selbständiger Künstler oder Publizist im Sinne des § 2 dieses Gesetzes ist und bis zu diesem Zeitpunkt nach § 2 Abs. 1 Nr. 3, 4 oder 11 des Angestelltenversicherungsgesetzes oder nach § 1227 Abs. 1 Satz 1 Nr. 9 der Reichsversicherungsordnung versichert ist, ist abweichend von § 2 Abs. 4 erster Halbsatz des Angestelltenversicherungsgesetzes ohne Feststellung der Künstlersozialkasse nach diesem Gesetz in der Rentenversicherung der Angestellten versicherungspflichtig.

§ 54

(1) Wer beim Inkrafttreten dieses Gesetzes bei einem Krankenversicherungsunternehmen versichert ist und für sich und seine Angehörigen, für die ihm Familienhilfe zustehen würde, Vertragsleistungen erhält, die der Art nach bei einer Mitgliedschaft in der gesetzlichen Krankenversicherung den Leistungen der Krankenhilfe entsprechen, wird auf Antrag von der Versicherungspflicht in der gesetzlichen Krankenversicherung nach diesem Gesetz befreit.

(2) Der Antrag ist binnen drei Monaten nach dem Inkrafttreten dieses Gesetzes bei der Künstlersozialkasse zu stellen. § 16 Abs. 2 gilt entsprechend. Die Befreiung wirkt vom Beginn der Versicherungspflicht an und kann nicht widerrufen werden. Sie ist ausgeschlossen, wenn bereits Leistungen der gesetzlichen Krankenversicherung in Anspruch genommen worden sind. Die Vorschriften des § 8 über einen Zuschuß zum Krankenversicherungsbeitrag finden Anwendung.

(3) Über den Befreiungsantrag entscheidet die Künstlersozialkasse.

§ 55

§ 6 gilt auch für Künstler und Publizisten, die ihre Tätigkeit nach dem 1. Oktober 1976 aufgenommen haben.

§ 56

Für selbständige Künstler, die beim Inkrafttreten dieses Gesetzes nach § 166 Nr. 2 oder 3 der Reichsversicherungsordnung versichert sind, bleibt die

Beschlüsse des 11. Ausschusses

nats an, in dem der Antrag gestellt worden ist, und kann nicht widerrufen werden.

(4) unverändert

(5) unverändert

§ 53

unverändert

§ 54

unverändert

§ 55

§ 6 gilt auch für Künstler und Publizisten, die ihre Tätigkeit nach dem **1. Januar 1978** aufgenommen haben.

§ 56

unverändert

Entwurf

Mitgliedschaft in der gesetzlichen Krankenversicherung unabhängig von der Feststellung der Versicherungspflicht durch die Künstlersozialkasse bestehen.

§ 57

Für das Jahr des Inkrafttretens dieses Gesetzes und die beiden folgenden Jahre gelten die nachstehenden Besonderheiten:

1. Wenn mit Inkrafttreten dieses Gesetzes die Voraussetzungen für die Befreiung von der Krankenversicherungspflicht nach § 7 Abs. 1 vorliegen, ist der Antrag nach § 7 Abs. 2 bis zum **31. Dezember 1981** zu stellen. In diesem Fall wirkt die Befreiung vom Zeitpunkt des Inkrafttretens an.
2. *Für den Beitragssatz nach § 13 Abs. 2 ist für die Jahre 1981 und 1982 der vom Bundesminister für Arbeit und Sozialordnung zum 1. Juli 1981 festgestellte durchschnittliche Beitragssatz maßgebend.*
3. Wer nach § 24 zur Abgabe verpflichtet ist, hat bis zum **31. März 1982** die Entgeltsumme zu melden, die sich nach § 25 für das Jahr **1981** ergeben hätte. *Die Bemessungsgrundlage der für das Jahr 1981 geschuldeten Künstlersozialabgabe beträgt ein Drittel dieses Betrages.* Der Vomhundertsatz der Künstlersozialabgabe beträgt für die Jahre **1981 und 1982** 5 vom Hundert.
4. *Der zur Abgabe Verpflichtete hat bis zum 31. Oktober 1981 die Entgeltsumme zu melden, die sich nach § 25 für das Jahr 1980 ergeben hätte.* Als Vorauszahlung nach § 27 Abs. 2 hat er für die Zeit vom **1. Oktober 1981 bis zum 28. Februar 1982** 5 vom Hundert eines Zwölftels dieses Betrages zu leisten. *Als Vorauszahlung für die Zeit vom 1. März 1982 bis zum 28. Februar 1983 hat er 5 vom Hundert eines Zwölftels des Betrages zu leisten, der sich aufgrund der Meldung nach Nummer 3 Satz 1 ergibt.*

§ 58

Die Künstlersozialkasse erhält für die Jahre **1981 bis 1983** ein zinsloses Darlehen aus Bundesmitteln, rückzahlbar in gleichbleibenden jährlichen Raten in den Jahren **1985 bis 1987**. Die Raten sind mit dem Bundeszuschuß zu verrechnen.

§ 59

Bis zum **30. September 1981** werden die Verwaltungskosten der Künstlersozialkasse durch einen Zuschuß des Bundes aufgebracht. Der Zuschuß beträgt höchstens 6 Millionen DM.

Beschlüsse des 11. Ausschusses

§ 57

(1) Wenn mit Inkrafttreten dieses Gesetzes die Voraussetzungen für die Befreiung von der Krankenversicherungspflicht nach § 7 Abs. 1 vorliegen, ist der Antrag nach § 7 Abs. 2 bis zum **31. März 1983** zu stellen. In diesem Fall wirkt die Befreiung vom Zeitpunkt des Inkrafttretens an.

(2) Wer nach § 24 zur Abgabe verpflichtet ist, hat bis zum **31. März 1983** die Entgeltsumme zu melden, die sich nach § 25 für das Jahr **1982** ergeben hätte. Als Vorauszahlung nach § 27 Abs. 2 hat er für die Zeit vom **1. März 1983 bis zum 28. Februar 1984** 5 vom Hundert eines Zwölftels dieses Betrages zu zahlen.

(3) Der Vomhundertsatz der Künstlersozialabgabe beträgt für die Jahre **1983 und 1984** 5 vom Hundert. **Für das Jahr 1985 ist der Vomhundertsatz einheitlich für alle Bereiche nach Maßgabe des § 26 Abs. 1 bis 3 festzusetzen.**

§ 58

Die Künstlersozialkasse erhält für die Jahre **1983 bis 1985** ein zinsloses Darlehen aus Bundesmitteln, rückzahlbar in gleichbleibenden jährlichen Raten in den Jahren **1987 bis 1989**. Die Raten sind mit dem Bundeszuschuß zu verrechnen.

§ 59

Bis zum **31. Dezember 1982** werden die Verwaltungskosten der Künstlersozialkasse durch einen Zuschuß des Bundes aufgebracht. Der Zuschuß beträgt höchstens 6 Millionen DM.

Entwurf

§ 60

Dieses Gesetz gilt nach Maßgabe des § 13 Abs. 1 des Dritten Überleitungsgesetzes auch im Land Berlin. Rechtsverordnungen, die auf Grund dieses Gesetzes erlassen werden, gelten im Land Berlin nach § 14 des Dritten Überleitungsgesetzes.

§ 61

(1) Dieses Gesetz tritt vorbehaltlich des Absatzes 2 am *1. Oktober 1981* in Kraft.

(2) Am Tag nach der Verkündung treten in Kraft:

1. Der zweite Teil,
2. § 28 Satz 3,
3. § 49 Nr. 7 *insoweit, als danach in die Reichsversicherungsordnung § 318 d Satz 2 eingefügt wird,*
4. § 50 Nr. 5 *insoweit, als dadurch in das Angestelltenversicherungsgesetz § 126 a Abs. 4 Satz 2 eingefügt wird und*
5. § 59.

Beschlüsse des 11. Ausschusses

§ 60

unverändert

§ 61

(1) Dieses Gesetz tritt vorbehaltlich des Absatzes 2 am **1. Januar 1983** in Kraft.

(2) Am Tag nach der Verkündung treten in Kraft:

1. unverändert
2. unverändert
- Nummer 3 entfällt**
- Nummer 4 entfällt**
5. unverändert

Bericht der Abgeordneten Bahner, Lutz und Schmidt (Kempten)

A. Allgemeines

I. Zum Beratungsverfahren

Der von den Fraktionen der SPD und FDP eingebrachte, mit dem vom Deutschen Bundestag in der 8. Wahlperiode am 22. Mai 1980 beschlossenen Regierungsentwurf inhaltsgleiche Entwurf eines Gesetzes über die Sozialversicherung der selbständigen Künstler und Publizisten (Künstlersozialversicherungsgesetz — KSVG —) — Drucksache 9/26 — wurde vom Deutschen Bundestag in der 10. Sitzung am 11. Dezember 1980 an den Ausschuß für Arbeit und Sozialordnung federführend, an den Innenausschuß, den Ausschuß für Wirtschaft und den Ausschuß für Bildung und Wissenschaft mitberatend sowie an den Haushaltsausschuß mitberatend sowie gemäß § 96 der Geschäftsordnung überwiesen.

Der Ausschuß für Arbeit und Sozialordnung hat den Gesetzentwurf in insgesamt sechs Sitzungen erörtert, darunter in einer nichtöffentlichen Informationssitzung am 18. März 1981. Bei der Informationssitzung wurden vier Sachverständige aus dem Bereich des Verfassungsrechts zu dem Gesetzentwurf hinsichtlich der Rechtsqualität der Künstlersozialabgabe und der Deckungsgleichheit (Einbeziehung der Entgelte an Nichtversicherte in die Berechnungsgrundlage der Künstlersozialabgabe) gehört. Auf das Protokoll Nr. 6 über die Informationssitzung sowie auf die als Ausschußdrucksachen verteilten Stellungnahmen wird Bezug genommen. Die Äußerungen der Sachverständigen und die anderen Stellungnahmen wurden in die Ausschußberatungen einbezogen.

Der Innenausschuß hat auf eine Stellungnahme verzichtet. Der Ausschuß für Bildung und Wissenschaft hat in seiner am 11. Februar 1981 einstimmig beschlossenen Stellungnahme das Vorhaben begrüßt und weitere Maßnahmen zur Förderung von Kunst und Literatur gefordert. Er hat ferner Prüfung empfohlen, ob nicht eine Festsetzung der Künstlersozialabgabe nach Sparten geboten sei. Außerdem hat er es für erforderlich gehalten, daß die Bundesregierung die Möglichkeit prüft, bestehende Versorgungseinrichtungen besser als bisher in die Lage zu versetzen, die Alterssicherung für die jetzt älteren Künstler effektiver zu verwirklichen. Der Ausschuß für Wirtschaft hat in seiner mit Mehrheit (Fraktionen der SPD und FDP) beschlossenen Stellungnahme vom 13. Mai 1981 empfohlen, dem Gesetzentwurf zuzustimmen.

Der Ausschuß für Arbeit und Sozialordnung hat am 13. Mai 1981 seine Beratungen abgeschlossen und mit der Mehrheit der Koalitionsfraktionen beschlossen, dem Deutschen Bundestag die Annahme des Gesetzentwurfs mit den unter B. im einzelnen erläuterten Änderungen zu empfehlen. Er hat seine Be-

schlüsse vorbehaltlich der Stellungnahme des mitberatenden Haushaltsausschusses gefaßt. Der Haushaltsausschuß wird dem Bundestag gemäß § 96 GO gesondert berichten.

II. Zum Inhalt des Gesetzentwurfs

Der Gesetzentwurf, dem die Mehrheit des Ausschusses — wenn auch mit einigen Änderungen — gefolgt ist, sieht in seinen Grundzügen folgendes vor:

1. Der erste Teil enthält die Vorschriften über den versicherten Personenkreis (a) und über die Aufbringung der Mittel (b).

- a) Danach werden alle selbständigen Künstler und Publizisten, nämlich alle Personen, die nicht nur vorübergehend selbständig erwerbstätig Musik, darstellende oder bildende Kunst schaffen, ausüben oder lehren oder als Schriftsteller, Journalisten oder in anderer Weise publizistisch tätig sind, in der Rentenversicherung der Angestellten und in der gesetzlichen Krankenversicherung pflichtversichert, soweit sie nicht bereits anderweitig kraft Gesetzes ausreichend sozial gesichert sind. Als gesichert in diesem Sinne werden angesehen vor allem Beamte und Personen mit beamtenähnlicher Versorgung, ferner hinsichtlich der Rentenversicherung Personen mit einem mindestens durchschnittlichen Arbeitsentgelt aus einer rentenversicherungspflichtigen Beschäftigung, hinsichtlich der Sicherung für den Krankheitsfall alle bereits anderweitig in die gesetzliche Krankenversicherung einbezogenen oder nur wegen Überschreitung der Jahresarbeitsverdienstgrenze versicherungsfreien Personen.

Eine Sonderregelung besteht für Berufsanfänger insoweit, als für sie in den ersten fünf Jahren ihrer Berufstätigkeit eine Pflicht zur Versicherung gegen den Krankheitsfall besteht, die wahlweise durch Abschluß eines qualifizierten Versicherungsvertrages mit einem Krankenversicherungsunternehmen oder durch Beitritt zur gesetzlichen Krankenversicherung erfüllt werden kann.

Von der Krankenversicherungspflicht wird auf Antrag befreit, wer in drei aufeinander folgenden Kalenderjahren insgesamt ein Arbeitseinkommen erzielt hat, das über der Summe der Beträge liegt, die in diesen drei Jahren als Jahresarbeitsverdienstgrenze festgelegt waren; sinkt das Arbeitseinkommen in einem Dreijahreszeitraum wieder unter diese Grenze, wird die Befreiung widerrufen.

- b) Der Gesetzentwurf geht davon aus, daß die berufliche Situation von selbständigen Künst-

lern und Publizisten vielfach der von Arbeitnehmern ähnlich ist. Deshalb ist vorgesehen, daß die Versicherten — wie Arbeitnehmer — die Hälfte des Beitrages tragen. Sie zahlen hierfür ihren Beitragsanteil an eine besondere Einrichtung, die Künstlersozialkasse.

Die andere Beitragshälfte soll zu zwei Dritteln durch eine Abgabe aufgebracht werden, die im Umlageverfahren in der Hauptsache von Unternehmen oder Institutionen erhoben wird, die darauf ausgerichtet sind, künstlerische oder publizistische Werke oder Leistungen gegen Entgelt in Anspruch zu nehmen, sie zu verwerten und daraus unmittelbar Einnahmen zu erzielen. Bemessungsgrundlage der Künstlersozialabgabe sind nach dem Gesetzentwurf alle Entgelte, die die im Gesetz aufgezählten zur Abgabe Verpflichteten für künstlerische Werke oder Leistungen an selbständige Künstler oder Publizisten zahlen. Einzu beziehen sind auch Entgelte an solche selbständigen Künstler und Publizisten, die nicht nach diesem Gesetz versichert sind. Damit soll verhindert werden, daß Künstler oder Publizisten, die bereits eine soziale Sicherung — z. B. als Beamte — haben oder die im Ausland leben und deshalb nicht nach diesem Gesetz versichert sind, dem Abgabepflichtigen die Abgabe ersparen und dadurch gegenüber den Versicherten einen Konkurrenzvorteil erhalten. Der Vomhundertsatz der Umlage wird jährlich nach dem Bedarf festgesetzt. Die Abgabepflichtigen haben die Möglichkeit, Ausgleichsvereinigungen zu bilden, darin vertraglich die Abgabebelastung untereinander vom Gesetz abweichend zu verteilen und so möglichen unterschiedlichen Verhältnissen innerhalb von bestimmten Gruppen Rechnung zu tragen.

Das restliche Drittel der Beitragshälfte, die nicht von den Versicherten getragen wird, wird durch einen Bundeszuschuß gedeckt; er ist für das Jahr 1983 auf 80 Millionen DM festgesetzt und ändert sich danach entsprechend der allgemeinen Bemessungsgrundlage. Dieser Bundeszuschuß soll vor allem dazu dienen, die Künstlersozialabgabe insoweit abzulösen, als Beiträge von Künstlern und Publizisten auf Arbeitseinkommen beruhen, das sie nicht von abgabepflichtigen Vermarktern, sondern unmittelbar aus Geschäften mit Endabnehmern, z. B. Privatkunden, erzielt haben. Ferner sollen aus ihm die Kosten der Künstlersozialkasse gedeckt werden.

2. Der zweite Teil des Gesetzentwurfs enthält die Vorschriften über die Errichtung einer Künstlersozialkasse, deren Aufgaben vor allem darin bestehen sollen, die Versicherten und die abgabeverpflichteten Vermarkter zu erfassen, über die Versicherungs- bzw. Abgabepflicht zu entscheiden, die Beitragsanteile der Versicherten und die Künstlersozialabgabe einzuziehen, sie mit dem Bundeszuschuß zusammenzuführen und daraus die einzelnen individuellen Beiträge für die Versicherten an die Versicherungsträger abzufüh-

ren sowie die Beitragszuschüsse an die privat Krankenversicherten zu zahlen. Die Künstlersozialkasse soll rechtsfähige bundesunmittelbare Anstalt des öffentlichen Rechts unter der Aufsicht des Bundesversicherungsamts sein. Bei ihr wird ein Beirat von Persönlichkeiten aus den Kreisen der Versicherten und der zur Künstlersozialabgabe Verpflichteten gebildet, die vom Bundesminister für Arbeit und Sozialordnung aufgrund von Vorschlägen der Verbände berufen werden und vor allem mit ihrer Sachkunde den Leiter der Künstlersozialkasse beraten sollen.

3. Der dritte Teil des Gesetzentwurfs regelt im wesentlichen das Verhältnis der Künstlersozialkasse zu den Versicherungsträgern, denen sie als Beitragsschuldner gegenübertritt. Hierfür werden einzelne Vorschriften der Reichsversicherungsordnung und des Angestelltenversicherungsgesetzes geändert.
4. Der vierte Teil des Gesetzentwurfs enthält Übergangs- und Schlußvorschriften. Insbesondere sieht der Entwurf vor, daß sich selbständige Künstler und Publizisten bei Inkrafttreten des Gesetzes und während einer Übergangszeit von fünf Jahren von der Rentenversicherungspflicht befreien lassen können, wenn sie das 50. Lebensjahr vollendet oder einen etwa gleichwertigen Lebensversicherungsvertrag abgeschlossen haben. Ebenso sieht der Entwurf bei Inkrafttreten und während der Übergangszeit die Möglichkeit der Befreiung von der Krankenversicherungspflicht für diejenigen Künstler und Publizisten vor, die einen gleichartigen Versicherungsvertrag bei einem Krankenversicherungsunternehmen abgeschlossen haben. Eine zusätzliche Befreiungsmöglichkeit besteht für Künstler und Publizisten, die von einem Sozialwerk einer Wertungsgesellschaft Leistungen erwarten können, die denen der gesetzlichen Rentenversicherung in etwa gleichwertig sind.

III. Beratung im Ausschuß

Über das mit dem Gesetzentwurf verfolgte Ziel, eine Verbesserung der sozialen Sicherung der selbständigen Künstler und Publizisten zu erreichen, bestand im Ausschuß bei allen Fraktionen Übereinstimmung, auch darüber, daß hierzu grundsätzlich die Einbeziehung der Künstler und Publizisten in die Versicherungspflicht der gesetzlichen Renten- und Krankenversicherung notwendig ist.

Im übrigen gingen die Ansichten auseinander, insbesondere hinsichtlich der Finanzierungsmethode und der Organisation der Künstlersozialversicherung.

Die Mitglieder der CDU/CSU-Fraktion wandten sich gegen die Künstlersozialabgabe, der sie die Rechtsqualität eines Sozialversicherungsbeitrags absprachen. Die Künstler und Publizisten sind nach Ansicht der Mitglieder der CDU/CSU-Fraktion keine arbeitnehmerähnlichen Personen analog § 12a Tarifvertragsgesetz und die Vermarkter keine Arbeitgeber im üblichen Sinne. Die Künstlersozialabgabe

sei darüber hinaus verfassungsrechtlich bedenklich, u. a. weil Vermarkter die Abgabe auch für Umsätze mit Personen zahlen müssen, die nicht nach dem Gesetz versichert sind (sogenannte Deckungsungleichheit), und weil sie einer Steuer zumindest bedenklich nahe komme. Die Mitglieder der CDU/CSU-Fraktion hielten eine systemkonforme Einbeziehung der Künstler und Publizisten in die gesetzliche Rentenversicherung und Krankenversicherung für den geeigneteren Weg. Die Beitragslast des Versicherten würde bei dieser Lösung durch individuelle Beitragszahlung seiner Vermarkter und durch individuelle Aufteilung des Bundeszuschusses verringert.

Die Mitglieder der Koalitionsfraktionen teilten diese Ansichten nicht. Sie verwiesen auf Bestimmungen im geltenden Rentenversicherungsrecht, nach denen die Arbeitgeber auch für jene Rentner Beiträge zu entrichten haben, die selbst nicht mehr beitragspflichtig sind (§ 1386 der Reichsversicherungsordnung, § 113 des Angestelltenversicherungsgesetzes, § 130 Abs. 7 des Reichsknappschaftsgesetzes). Die Künstlersozialabgabe sei weder eine Abgabe noch eine Steuer, sondern ein Sozialversicherungsbeitrag. Die Mitglieder der Koalitionsfraktionen äußerten ihre Überzeugung, daß Künstler und Publizisten, die in weitem Maß — wie z. B. die arbeitnehmerähnlichen Hausgewerbetreibenden — die Verwertung ihrer Arbeit Vermarktern überlassen müssen, im sozialversicherungsrechtlichen Bereich einen vergleichbaren Schutz erhalten sollen. Die vorgeschlagene Lösung trage den Besonderheiten der Künstler, Publizisten und Vermarkter Rechnung. Auch die von den Mitgliedern der CDU/CSU-Fraktion befürwortete individuelle Regelung werfe bezüglich der Chancengleichheit von versicherten und nichtversicherten Künstlern und Publizisten verfassungsrechtliche Probleme auf.

Die Äußerungen der Sachverständigen wurden bei den Beratungen unterschiedlich bewertet.

Die Mitglieder der Fraktion der CDU/CSU haben die Meinung vertreten, die Mehrheit der Sachverständigen habe — wenn auch mit unterschiedlichen Begründungen — überzeugend auf verfassungsrechtliche Risiken hingewiesen, und zwar unter den Gesichtspunkten der fehlenden Gesetzgebungskompetenz des Bundes, der fehlenden sozialen Einstandspflicht der Vermarkter für die Künstler und Publizisten als Selbständige, der fehlenden Homogenität der Gruppen sowohl der Vermarkter als auch der Künstler und Publizisten sowie der verfassungsrechtlich bedenklichen Einbeziehung von Entgelten an solche Künstler und Publizisten, die nicht nach dem Gesetzentwurf versichert werden sollen, in die Berechnungsgrundlage der Künstlersozialabgabe.

Die Mitglieder der Koalitionsfraktionen haben dagegen vorgetragen, nur einer der Sachverständigen habe — noch dazu ohne nähere Begründung — die Künstlersozialabgabe als Steuer qualifiziert; überzeugend sei demgegenüber die von einem Sachverständigen vertretene Ansicht, die Künstlersozialabgabe sei ein Sozialversicherungsbeitrag und die Gesetzgebungskompetenz des Bundes aus Artikel 74 Nr. 12 des Grundgesetzes herzuleiten. Diese Auffas-

sung habe auch ein zweiter Sachverständiger zumindest als vertretbar angesehen. Auch die soziale Einstandspflicht der Vermarkter für die zu versichernden Künstler und Publizisten ist nach Ansicht der Mitglieder der Koalitionsfraktionen mit Rücksicht auf parallele Vorschriften im geltenden Sozialversicherungsrecht ausreichend begründet. Schließlich haben sie hervorgehoben, daß auch von denjenigen Sachverständigen, die in der Einbeziehung der an Nichtversicherte gezahlten Entgelte in die Berechnungsgrundlage der Künstlersozialabgabe grundsätzlich ein Verfassungsrisiko sehen, zumindest zwei eingeräumt haben, dieses Risiko werde gemindert, wenn der Erhebungsmodus der Künstlersozialabgabe in Richtung auf eine größere Nähe der Versicherten und der Abgabepflichtigen verändert würde, etwa durch eine Aufspaltung der Künstlersozialabgabe auf einzelne Sparten mit gegebenenfalls unterschiedlichen Vomhundertsätzen.

Die Mitglieder der Koalitionsfraktionen haben die Ansicht vertreten, daß auf das Prinzip der Erhebung der Künstlersozialabgabe, wie es im Gesetzentwurf vorgesehen ist, aus Gründen des Konkurrenzschutzes zugunsten der zu versichernden Künstler und Publizisten nicht verzichtet werden kann, daß aber dem in der Sachverständigenanhörung vorgebrachten Gedanken einer gewissen Aufspaltung der Künstlersozialabgabe nach Möglichkeit Rechnung getragen werden sollte; allerdings müsse diese im Interesse der praktischen Handhabbarkeit auf einige große Bereiche begrenzt sein. Damit würde alles getan, was noch irgend möglich sei, ohne den Zweck des Gesetzes zu vereiteln.

Die Mitglieder der Koalitionsfraktionen haben deshalb Änderungsanträge gestellt, die darauf abzielen, daß nach einer gewissen Übergangszeit, in der die notwendigen Unterlagen beschafft werden können, der Vomhundertsatz der Künstlersozialabgabe getrennt nach den Bereichen Wort, bildende Kunst, Musik und darstellende Kunst festzusetzen ist.

Die Mitglieder der Fraktion der CDU/CSU haben sich den Argumenten der Mitglieder der Koalitionsfraktionen nicht angeschlossen. Sie haben die Meinung vertreten, die Künstlersozialabgabe sei eindeutig verfassungswidrig, und auch andere verfassungsrechtliche Bedenken seien nicht ausgeräumt. Sie haben sich deshalb außerstande gesehen, dem Gesetzentwurf im ganzen zuzustimmen.

Um zu dokumentieren, daß sie die Zielsetzung des Gesetzes einer Verbesserung der sozialen Situation der Künstler und Publizisten unterstützen, haben sie dem Teil des Gesetzentwurfes zugestimmt, der die Einbeziehung der Künstler und Publizisten in die gesetzliche Renten- und Krankenversicherung beinhaltet.

Die Mitglieder der Koalitionsfraktionen haben diese Haltung der Mitglieder der CDU/CSU-Fraktion zur Kenntnis genommen und die Hoffnung geäußert, daß es im weiteren Verfahren doch noch zu einer einvernehmlichen Verabschiedung des gesamten Gesetzes kommt.

Bei der Abstimmung haben alle Ausschußmitglieder für den Teil des Gesetzentwurfs gestimmt, der die

Einbeziehung der selbständigen Künstler und Publizisten in die Sozialversicherung betrifft. Den Gesetzentwurf in seiner Gesamtheit hat der Ausschuß mit den aus Teil B ersichtlichen Änderungen mit der Mehrheit der Stimmen der Regierungskoalition beschlossen.

Einstimmig haben die Ausschußmitglieder für Nummer 2 der Beschlußempfehlung gestimmt.

B. Zu den einzelnen Vorschriften

Soweit die Vorschriften des Koalitionsentwurfs unverändert übernommen wurden, wird auf dessen Begründung — Drucksache 9/26 — verwiesen.

Die Änderungen des Gesetzentwurfs gehen auf Anträge der Fraktionen der SPD und FDP zurück. Sie wurden mit den Stimmen der Mitglieder dieser Fraktionen vom Ausschuß für Arbeit und Sozialordnung angenommen.

Zu § 7 Abs. 5

Die Änderung dient der Verwaltungsvereinfachung.

Zu § 10

Durch die Änderung soll verdeutlicht werden, daß auch bei der Künstlersozialversicherung nicht von dem Grundsatz der hälftigen Finanzierung durch die Versicherten einerseits (hier selbständige Künstler und Publizisten) und von Dritten andererseits (hier Auftraggeber und Bund) abgewichen wird.

Zu § 11 Abs. 2

Berichtigung eines Versehens.

Zu § 26

Durch die Änderungen wird es nicht mehr dem Ordnungsgeber überlassen, sondern im Gesetz verankert, daß kleinere Beitragsaufbringungsgemeinschaften zu bilden sind, so daß eine größere Nähe zwischen den Versicherten und ihren jeweiligen Vermarktern, den Beteiligten, erreicht wird. Damit wird Anregungen gefolgt, die bei der Sachverständigenanhörung geäußert worden sind.

Zu § 27 Abs. 3

Berichtigung eines Versehens.

Zu § 34 Abs. 1

Folge der Änderung in § 61 Abs. 1.

Zu § 49

Die Änderung der Einleitungsformel bedeutet eine Anpassung an den Stand der Gesetzgebung. Die Vorschrift der Nummer 7 erscheint entbehrlich; damit entfällt auch die Vorschrift der Nummer 13.

Zu § 50

Die Einleitungsformel wurde an den Stand der Gesetzgebung angepaßt. Die Vorschrift des § 126 a Abs. 4 des Angestelltenversicherungsgesetzes erscheint entbehrlich.

Zu § 52 Abs. 3 und § 55

Folge der Änderung in § 61 Abs. 1.

Zu § 57

Folge der Änderungen in §§ 26 und 61 Abs. 1.

Zu §§ 58 und 59

Folge der Änderung in § 61 Abs. 1.

Zu § 61

Anpassung des Inkrafttretensdatums an den veränderten Stand des Gesetzgebungsverfahrens bzw. Folge der Streichungen in den §§ 49 und 50.

C. Finanzielle Auswirkungen

1. Laufende Mehrausgaben des Bundes (§ 34)

Es erscheint unbillig und verfassungsrechtlich bedenklich, die Vermarkter von Kunst und Publizistik auch insoweit zur Mitfinanzierung der Sozialversicherung der selbständigen Künstler und Publizisten heranzuziehen, als diese ihr Arbeitseinkommen gar nicht von Vermarktern, sondern unmittelbar durch Geschäfte mit Endabnehmern (z. B. Privatkunden) erzielen. Deshalb soll in diesem Umfang die andere Beitragshälfte nicht über die Künstlersozialabgabe, sondern durch einen Bundeszuschuß aufgebracht werden. Der Bundeszuschuß beträgt jährlich (dynamisiert) 80 Millionen DM, jedoch nicht mehr als 17 v. H. der Gesamtausgaben der Künstlersozialkasse. Der Anteil der Selbstvermarktung am versicherungspflichtigen Einkommen beläuft sich nach Schätzungen auf etwa ein Drittel, so daß der Bund ein Drittel der anderen Beitragshälfte, also ein Sechstel der Gesamtausgaben der Künstlersozialkasse (rd. 17 v. H.) zu tragen hat.

Ebenfalls aus verfassungsrechtlichen Erwägungen (Vermeidung einer einseitigen Belastung der Auftraggeber mit den Verwaltungskosten) ist vorgesehen, daß auch die laufenden Verwaltungskosten der Künstlersozialkasse, die auf höchstens 6 Millionen DM geschätzt werden, aus dem Bundeszuschuß ge-

tragen werden sollen. Da der Bundeszuschuß in seiner absoluten Höhe im Gesetzentwurf begrenzt ist, entstehen durch die Änderung keine Mehrbelastungen für den Bund gegenüber den Haushaltsansätzen und den Ansätzen in der mittelfristigen Finanzplanung.

Durch die mit den Stimmen der Koalitionsfraktionen beschlossene Hinausschiebung des Inkrafttretens werden 1981 und 1982 laufende Bundesmittel nicht mehr gebraucht.

2. Einmalige Mehrausgaben des Bundes

a) Bundeszuschuß für Verwaltungskosten (§ 59)

In der Vorlaufzeit (Aufbauphase) der Künstlersozialkasse werden die Verwaltungskosten für diese vom Bund getragen werden. Durch die Hinausschiebung des Datums des Inkrafttretens ergibt sich hier lediglich eine Verschiebung des Zeitraums, für den die Mittel bereitgestellt werden, nicht jedoch eine Veränderung in der Höhe (6 Millionen DM).

b) Bundesdarlehen (§ 58)

Das gleiche gilt für das Bundesdarlehen, durch das evtl. Anlaufschwierigkeiten beim Einzug der Künstlersozialabgabe überbrückt werden sollen. Auch hier führt die Terminverschiebung lediglich zu einer Veränderung des Zeitraums, nicht jedoch zu Änderungen in der Höhe (maximal 120 Millionen DM).

3. Folgekosten des Gesetzes

a) Laufende Mehrausgaben nur insoweit, als Bund, Länder und Gemeinden Unternehmen betreiben oder finanzieren, die der Künstlersozialabgabe unterliegen.

b) Ob Steuermindereinnahmen bei Bund und Ländern infolge erhöhter Betriebsausgaben entstehen, die durch die Künstlersozialabgabe bei den Vermarktern von Kunst und Publizistik anfallen, ist zweifelhaft, da die Abgabe weitgehend überwälzbar sein dürfte.

Bonn, den 14. Mai 1981

Bahner Lutz Schmidt (Kempten)

Berichterstatter



**DIGITALISIERUNGSINDEX
MITTELSTAND**
DER DIGITALE STATUS QUO
IN DER KUNST- UND
UNTERHALTUNGSBRANCHE



ERLEBEN, WAS VERBINDET.

SUMMARY

Unternehmen der Kunst- und Unterhaltungsbranche liegen im Branchenvergleich in Sachen digitaler Transformation mit 50 Indexpunkten vier Punkte unter dem Durchschnitt (54 Punkte). Zu diesem Ergebnis kommt die zweite Auflage der repräsentativen Benchmarkstudie „Digitalisierungsindex Mittelstand“ von techconsult im Auftrag der Deutschen Telekom, für die rund 2.000 Unternehmen befragt wurden.

Doch die Branche dürfte bald aufholen, denn sie zeigt sich aufgeschlossen gegenüber neuen Technologien: In 42 Prozent der Unternehmen ist die Transformation inzwischen fester Bestandteil der Geschäftsstrategie. Das ist verglichen mit dem vergangenen Jahr ein deutlicher Zuwachs: Damals hatten nur 26 Prozent die digitale Transformation in ihrer Strategie verankert. Einzelne Künstler, aber auch Kulturinstitutionen und Unternehmen wie Galerien oder Auktionshäuser wollen mit dem digitalen Wandel ihre Marktposition festigen, sich im Wettbewerb besser behaupten und sie sehen in der digitalen Transformation zunehmend einen Schlüssel für den künftigen Erfolg.

Die Studie zeigt: Die Digitalisierung lohnt sich. Selbst Einzelmaßnahmen werfen einen digitalen Mehrwert ab und wirken sich positiv auf die Umsatzentwicklung aus. Dabei zahlt sich digitale Konsequenz besonders aus. Das beweist eindrücklich der Vergleich mit den Digital Leaders – also den digitalen Vorreitern der Branche. Diese sind mit ihren Unternehmenskennzahlen viel zufriedener als der Durchschnitt.

INHALT

- Ausgangslage: Digitalisierung setzt unter Druck, eröffnet aber auch neue Chancen
- Die Digitalisierung wird Teil der Geschäftsstrategie
- Der digitale Status quo: Indexwerte im Überblick
- Der digitale Mehrwert
- Die digitale Transformation der Kunst- und Unterhaltungsbranche zahlt sich aus
- Fazit und Empfehlungen
- Auf einen Blick: Die Digitalisierung der Kunst- und Unterhaltungsbranche

DIGITALISIERUNGS INDEX



AUSGANGSLAGE: DIGITALISIERUNG SETZT UNTER DRUCK, ERÖFFNET ABER AUCH NEUE CHANCEN

Zur Kunst- und Unterhaltungsbranche gehören freiberuflich arbeitende Künstler und Kulturschaffende, Autoren, Filmemacher, Musiker, bildende und darstellende Künstler genauso wie Kunsthändler oder Galeristen. Auch Museen, Theater, Kunstvereine und Stiftungen zählen dazu. Künstler schaffen zum einen digitale Kunstwerke – in der Kunst, im Theater oder der Musik. Zum anderen nutzt die Branche digitale Services, um ein besseres Kundenerlebnis zu bieten oder effektiver zu arbeiten. So bewahren viele Einrichtungen ihre Kunstwerke und historischen Dokumente inzwischen für künftige Generationen, indem sie ihren Bestand digitalisieren. Das ist wichtig, weil physische Werke zerstört oder beschädigt werden können. Die Branche nutzt die neuen Technologien entlang ihrer gesamten

Wertschöpfungskette. So laden zum Beispiel Museen potenzielle Besucher zu virtuellen Rundgängen ein und erreichen damit ein internationales Publikum. Ein digitaler Branchen-Vorreiter ist die Gaming-Industrie, die bei der Produktion von Videospielen Film, Musik, Text und Animation vernetzt. Die Wertschöpfungschancen der Branche steigen mit der digitalen Transformation. Gleichzeitig geraten traditionelle Unterhaltungsweige unter Druck: So verdrängen Streamingdienste und Video-on-Demand-Angebote bei der jungen Generation das Fernsehen. Mit Streamingdiensten ist auch in der Musikindustrie ein erfolgreiches digitales Geschäftsmodell entstanden, das Musiklabels und Musikern allerdings zusetzt.



DIE DIGITALISIERUNG WIRD TEIL DER GESCHÄFTSSTRATEGIE

Nur sieben Prozent der Unternehmen aus der Kunst- und Unterhaltungsbranche geben an, dass sie sich noch gar nicht mit dem Thema Digitalisierung befasst haben. 42 Prozent der Unternehmen haben sie bereits in der Geschäftsstrategie verankert – damit entspricht die Branche dem Durchschnitt aller Unternehmen. Kunst und Unterhaltung haben in nur einem Jahr einen digitalen Sprung gemacht: Im Vorjahr schätzten erst 26 Prozent die digitale Transformation als strategisch wichtig ein. Weitere 36 Prozent der Unternehmen setzen derzeit einzelne digitale Projekte um.

BEISPIELE FÜR DIE DIGITALE UMSETZUNG

Terminerinnerung oder Produktangebot über E-Mail oder SMS:

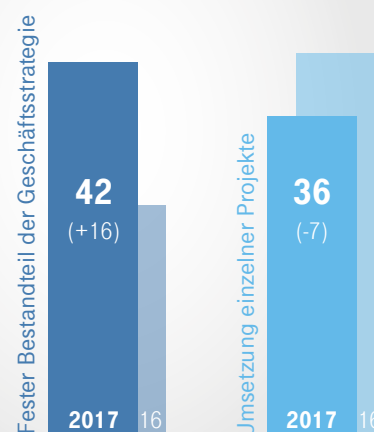
Bei 48 Prozent der Unternehmen im Einsatz, bei 14 Prozent geplant. Kunden werden auf passende Veranstaltungen aufmerksam gemacht oder an gebuchte Termine erinnert. Erhöht die Kundenzufriedenheit und die Erfolgsaussichten von Werbeangeboten.

Digitale Kundendatei: Haben 43 Prozent der Unternehmen; 25 Prozent wollen nachziehen. Die vielen verfügbaren Informationen über die Kunden werden zentral gespeichert. Das ermöglicht individualisierte Angebote und Hinweise auf Veranstaltungen.

Online-Buchung: 41 Prozent der Betriebe arbeiten damit, 17 Prozent wollen folgen. Bietet Kunden mehr Komfort, weil diese Tickets zuhause buchen können. Das erhöht die Kundenzufriedenheit. Unterstützt auch die Mitarbeiter: Diese haben alle Infos über Buchungen sofort im System. Ermöglicht raschen Überblick über ausgebuchte Veranstaltungen. Erleichtert auch die langfristige Planung.

WELCHE ROLLE SPIELT DIE DIGITALISIERUNG IN DER UNTERHALTUNGSBRANCHE?

(in Prozent; Zu- und Abnahme in Prozentpunkten)



Elektronische Rechnung: 43 Prozent der Unternehmen übermitteln ihre Rechnungen sofort online an ihre Kunden, 35 Prozent möchten diese Möglichkeit ebenfalls bald nutzen. Damit entfällt der langsame Postweg. Digitaler Service reduziert die Fehleranfälligkeit – alle Daten stammen aus vernetzten Systemen.

DER DIGITALE STATUS QUO: INDEXWERTE IM ÜBERBLICK

Der Digitalisierungsindex Mittelstand analysiert die Transformationsbemühungen der Branche auf folgenden Handlungsfeldern:

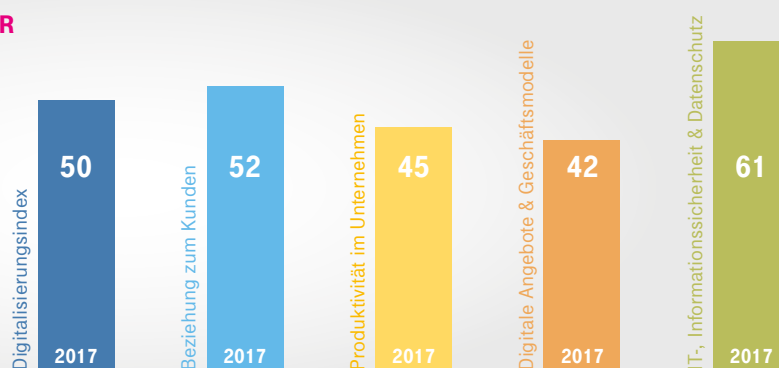
- Kundenbeziehungen und Services
- Produktivität im Unternehmen
- Digitale Geschäftsmodelle
- IT-Sicherheit und Datenschutz

Mit einem Digitalisierungsindex von 50 Punkten liegt die Kunst- und Unterhaltungsbranche vier Punkte unter dem Durchschnitt und im Branchenvergleich im Mittelfeld.

Wie in anderen Branchen liegt auch hier das Hauptaugenmerk auf den Themen IT-Sicherheit und Datenschutz. Die Unternehmen bemühen sich um eine sichere IT-Landschaft, um Sicherheitslücken zu schließen und Cyber-Attacken vorzubeugen. Mit 61 Punkten besitzt die Branche eine solide Grundlage, um sich nun verstärkt den anderen digitalen Handlungsfeldern zu widmen. Digitalisierung in der Kunst bedeutet nicht nur, dass traditionelle Kunstwerke digitalisiert und sich damit physische in digitale Produkte verwandeln, wie dies bei der digitalen Musik oder bei den E-Books der Fall ist. Die Branche sollte die digitale Transformation auch zunehmend dafür nutzen, Kulturinteressierten neue digitale Angebote zu unterbreiten und sich neue digitale Geschäftsfelder zu erschließen. Hier ist mit 42 Indexpunkten noch Luft nach oben.

INDEXWERTE DER DIGITALEN HANDLUNGSFELDER

(Index 0–100 Punkte, es liegen keine Vergleichswerte für 2016 vor)



DER DIGITALE MEHRWERT

I. VERBESSERUNG DER KUNDENBEZIEHUNGEN

Museen digitalisieren ihre Kunstschatze und machen sie einem breiten Publikum auf der ganzen Welt zugänglich. Sie wecken damit bei vielen Menschen das Interesse, sich diese Kunstwerke einmal im Original anzuschauen. Downloadplattformen bieten neue Marktzugänge. Über Social Media treten Künstler zunehmend mit Kunstinteressierten in Kontakt.

Auswirkungen auf den Geschäftserfolg: Viele Museen und Galerien dokumentieren ihre Bestände auf ihrer Webseite. 93 Prozent dieser Unternehmen können damit leichter neue Kunden gewinnen. 86 Prozent ihren Umsatz erhöhen.

Professionelle Kundendatenbanken erfassen und verarbeiten alle Informationen über Kunden ganz systematisch und stellen sie auf Knopfdruck zur Verfügung.

Auswirkung auf den Geschäftserfolg: 78 Prozent der Unternehmen, die CRM-Systeme nutzen, können damit ihren Umsatz steigern.

II. NEUE DIGITALE ANGBOTE UND GESCHÄFTSMODELLE

Immer mehr Künstler experimentieren mit digitalen Technologien und schaffen neue Kunstformen. Modedesigner entwerfen LED-Kollektionen und verknüpfen Mode und Technologie. Künstler und Museen entdecken zunehmend die Möglichkeiten der virtuellen Realität (VR) für sich und schicken mit der Hilfe von VR-Brillen das Publikum in unbekannte Welten. Einzelne Künstler nutzen bereits Blockchain-Datenbanken, um ihr geistiges Eigentum zu schützen.

Auswirkung auf den Geschäftserfolg: 66 Prozent der Befragten sehen in der digitalen Transformation eine Quelle für neue Ideen und Innovationen.

Startups gründen Online-Auktionshäuser und damit Plattformen für Versteigerungen von Kunstwerken und Designobjekten über das Netz. Künstler nutzen solche Plattformen zusätzlich für Mailing-Listen oder um ihre Ausstellungen anzukündigen. Wenn Künstler und Unternehmen auf Daten unterschiedlicher Quellen zugreifen können – unabhängig von Datenformat, Anwendung oder Speicherort – erleichtert das ihre Arbeit.

Auswirkung auf den Geschäftserfolg: 70 Prozent der Unternehmen sagen, dass sie damit leichter neue Ideen und Innovationen entwickeln können.

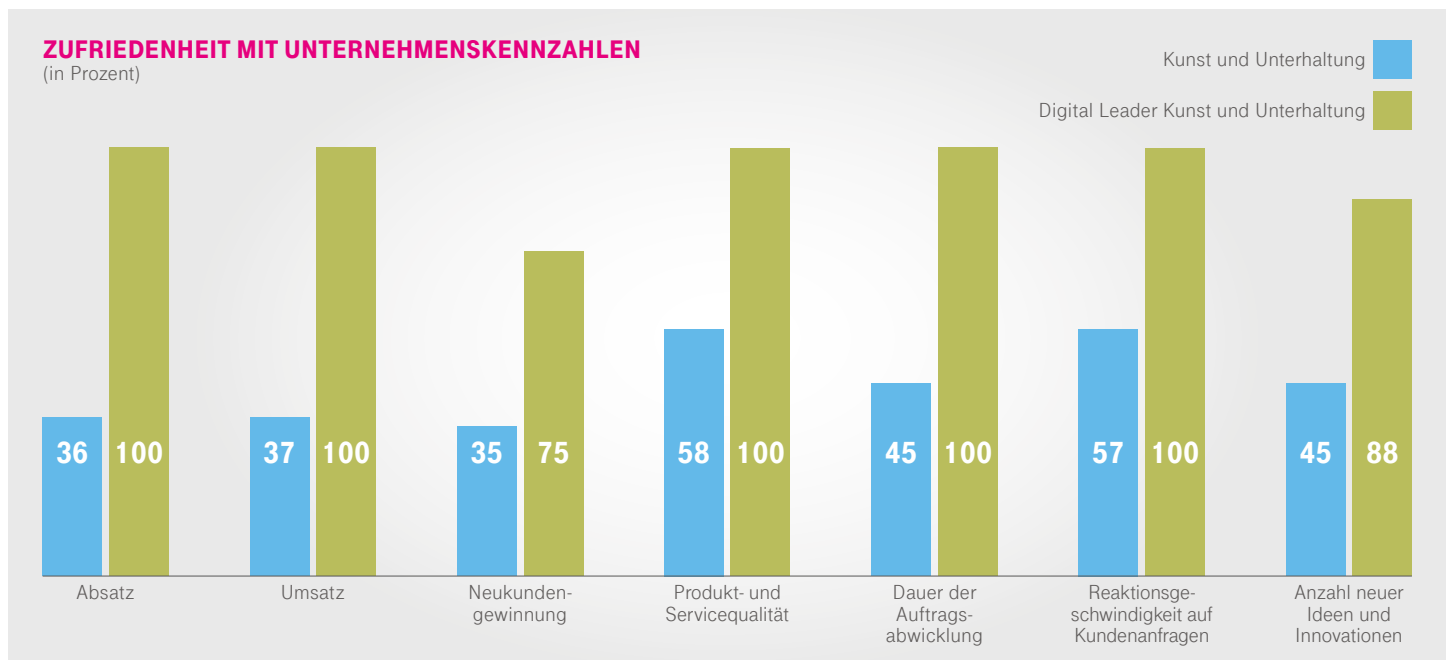
DIE DIGITALE TRANSFORMATION DER KUNST- UND UNTERHALTUNGSBRANCHE ZAHLT SICH AUS

I. DIE DIGITALISIERUNG IST EIN UMSATZTREIBER

Die Digitalisierung ist auch in der Kunst- und Unterhaltungsbranche ein Umsatztreiber. Es zeigt sich ein Zusammenhang zwischen Umsatzentwicklung und digitalem Reifegrad. Bei Unternehmen, die im vergangenen Jahr ihren Umsatz gesteigert haben, liegt der Index bei 55 Punkten. Firmen und Einrichtungen, deren Umsätze stagnierten oder zurückgingen, erreichen dagegen nur 44 Punkte.

II. WER EINEN HOHEN DIGITALISIERUNGSGRAD BESITZT, IST ZUFRIEDENER MIT SEINEN UNTERNEHMENSKENNZAHLEN

Auch in Kunst und Unterhaltung liegt der Digitalisierungsindex der Top-10-Prozent der Branche mit 91 Punkten deutlich über dem Durchschnittswert und kommt den maximal erreichbaren 100 Punkten schon sehr nah. Der Digitalisierungsgrad wirkt sich bei den Digital Leaders extrem positiv aus. Sie sind viel zufriedener mit den unternehmerischen Kennzahlen – mit Absatz, Umsatz, der Produkt- und Servicequalität sowie der Reaktionsgeschwindigkeit bei Kundenanfragen sogar zu 100 Prozent! Im Durchschnitt liegen die Werte für die Zufriedenheit deutlich darunter.



FAZIT UND EMPFEHLUNGEN

Es gibt bereits Vertreter aus dem Bereich Kunst und Unterhaltung, die die Möglichkeiten der digitalen Transformation mit großem Ideenreichtum ausschöpfen. Sie steigern das Publikumsinteresse mit digitalen Mitteln oder schaffen ganz neue künstlerische Ausdrucksformen. Digitalisierung erweitert aber nicht nur den Kunstbegriff, sie hilft den Unternehmen auch, effizienter zu arbeiten, ihre Kunden

zufriedener zu machen oder ihre Umsätze zu steigern. Dass sich der digitale Einsatz lohnt, zeigt der Vergleich mit jenen Firmen, die in Sachen Transformation ein höheres Tempo vorgelegt haben. Es besteht eine eindeutige Korrelation zwischen dem digitalen Reifegrad des Unternehmens und seiner Umsatzentwicklung. Die Digitalisierung wirkt sich also positiv auf die Unternehmenskennzahlen aus.



WO STEHT IHR UNTERNEHMEN? MACHEN SIE DEN SELF-CHECK

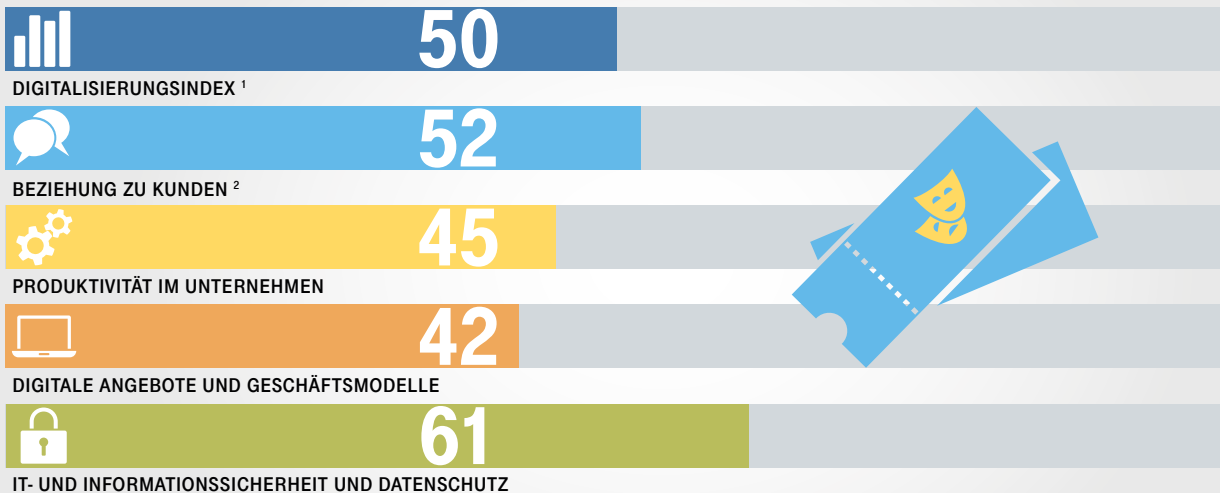
Die Ergebnisse des Digitalisierungsindex bilden die Basis für den Self-Check, mit dessen Hilfe interessierte Unternehmen den eigenen Digitalisierungsgrad in wenigen Minuten ermitteln können.

Das kostenfreie Online-Tool findet sich auf dem Studienportal www.digitalisierungsindex.de. Der Self-Check erlaubt auch den Wettbewerbsvergleich mit Unternehmen derselben Größe und Branche.

AUF EINEN BLICK: DIE DIGITALISIERUNG DER KUNST- UND UNTERHALTUNGSBRANCHE

Digitalisierungsindex Mittelstand

SO DIGITAL IST DIE KUNST- UND UNTERHALTUNGSBRANCHE



¹ Durchschnittlicher Digitalisierungsgrad der Kunst- und Unterhaltungsbranche laut Digitalisierungsindex Mittelstand, max. 100 Punkte erreichbar

² Digitalisierungsgrad in verschiedenen Handlungsfeldern

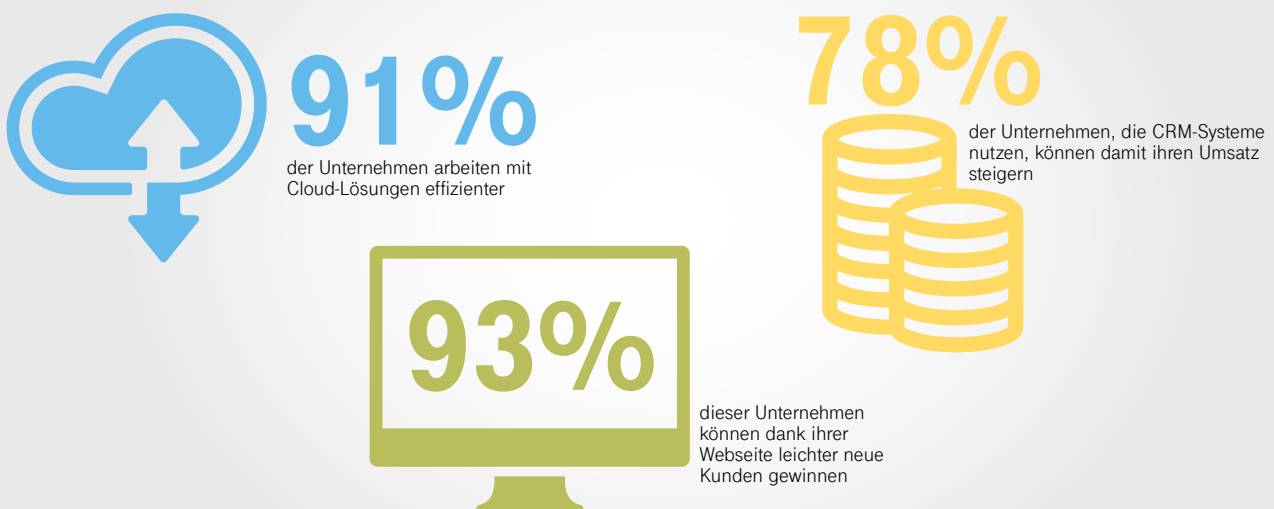
WIE DIGITAL SIND SIE? MACHEN SIE DEN SELF-CHECK AUF WWW.DIGITALISIERUNGSINDEX.DE

Quelle: Digitalisierungsindex Mittelstand, Telekom Deutschland und technconsult, September 2017

Digitalisierungsindex Mittelstand

WELCHE AUSWIRKUNGEN HABEN DIGITALE MASSNAHMEN AUF DIE KUNST- UND UNTERHALTUNGSBRANCHE?

Basis: Unternehmen mit digitaler Umsetzung



WIE DIGITAL SIND SIE? MACHEN SIE DEN SELF-CHECK AUF WWW.DIGITALISIERUNGSINDEX.DE

Quelle: Digitalisierungsindex Mittelstand, Telekom Deutschland und technconsult, September 2017

ÜBER DEN DIGITALISIERUNGSINDEX

Die vorliegende Branchenstudie analysiert den digitalen Status quo von Unternehmen aus der Kultur- und Unterhaltungsbranche und ist ein Teilbereich der Gesamtstudie [„Digitalisierungsindex Mittelstand“](#). Diese von techconsult im Auftrag der Telekom durchgeführte Studie untersucht, wie sich mittelständische Unternehmen der Digitalisierung stellen und wie weit sie dabei bereits gekommen sind. Dazu wurden knapp 2.000 Unternehmen aller Branchen befragt, wie sie selbst ihre Digitalisierungsbemühungen in den Bereichen Kundenbeziehung, Produktivität und Geschäftsmodell bewerten. Auf dem Studienportal www.digitalisierungsindex.de ist ein kostenfreies Online-Tool verfügbar, das es interessierten Unternehmen ermöglicht, den eigenen digitalen Reifegrad zu ermitteln und sich mit den Studienergebnissen zu vergleichen.

KONTAKT:

Deutsche Telekom AG

Corporate Communications

Tel.: 0228 181 – 4949

E-Mail: medien@telekom.de

WEITERE INFORMATIONEN FÜR MEDIENVERTRETER:

www.telekom.com/medien

www.telekom.com/fotos

ÜBER DIE DEUTSCHE TELEKOM

Die Deutsche Telekom ist mit über 165 Millionen Mobilfunkkunden sowie 28,5 Millionen Festnetz- und 18,5 Millionen Breitbandanschlüssen eines der führenden integrierten Telekommunikationsunternehmen weltweit. Der Konzern bietet Produkte und Dienstleistungen aus den Bereichen Festnetz/Breitband, Mobilfunk, Internet und internetbasiertes Fernsehen für Privatkunden sowie ICT-Lösungen für Groß- und Geschäftskunden. Die Deutsche Telekom ist in mehr als 50 Ländern vertreten und beschäftigt weltweit mehr als 218.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2016 erzielte der Konzern einen Umsatz von 73,1 Milliarden Euro, davon hat der Konzern rund 66 Prozent außerhalb Deutschlands erwirtschaftet.

ÜBER TECHCONSULT

Als Research- und Analystenhaus ist techconsult seit über 25 Jahren der Partner für Anbieter und Nachfrager digitaler Technologien und Services. Analysen auf der Anwenderseite erlauben einen Einblick in die Problemfelder und Zukunftsvisionen der Unternehmen. Für ein realitätsnahes Bild sorgen dafür über 20.000 Interviews/Jahr mit Business- und IT-Entscheidern. In Verbindung mit dem permanenten Screening von Produkten und Serviceleistungen der Anbieter erfolgt die erfolgsorientierte Strategie- und Umsetzungsberatung. Auf digitalen Plattformen stellt techconsult Business- und IT-Entscheidern seit vielen Jahren themen-spezifische Assessment-Tools zur Problemfeld- und Positionierungsanalyse zur Verfügung. Die techconsult GmbH wird vom geschäftsführenden Gesellschafter und Gründer Peter Burghardt am Standort Kassel mit einer Niederlassung in München geleitet und ist Teil der Heise Gruppe.

Stand: Dezember 2017



ERLEBEN, WAS VERBINDET.

**Ein neuer Aufbruch für Europa
Eine neue Dynamik für Deutschland
Ein neuer Zusammenhalt für unser Land**

**Koalitionsvertrag
zwischen
CDU, CSU und SPD**

19. Legislaturperiode

Inhalt

Präambel	4
I. Ein neuer Aufbruch für Europa	6
II. Eine neue Dynamik für Deutschland	11
III. Familien und Kinder im Mittelpunkt	19
1. <i>Familien</i>	19
2. <i>Kinder stärken – Kinderrechte ins Grundgesetz</i>	21
3. <i>Gleichberechtigung von Frauen und Männern</i>	23
4. <i>Bekämpfung von Gewalt gegenüber Frauen und ihren Kindern</i>	25
5. <i>Seniorinnen und Senioren</i>	26
IV. Offensive für Bildung, Forschung und Digitalisierung	28
1. <i>Allgemeine Bildung und Schulen</i>	28
2. <i>Berufliche Bildung und Weiterbildung</i>	29
3. <i>Hochschulen und Wissenschaft</i>	32
4. <i>Forschung und Innovation</i>	34
5. <i>Digitalisierung</i>	37
V. Gute Arbeit, breite Entlastung und soziale Teilhabe sichern	50
1. <i>Gute Arbeit</i>	50
2. <i>Entlastung der Bürgerinnen und Bürger bei Steuern und Sozialabgaben</i>	53
VI. Erfolgreiche Wirtschaft für den Wohlstand von morgen	55
1. <i>Wirtschaft</i>	55
2. <i>Finanzen und Steuern</i>	66
3. <i>Energie</i>	71
4. <i>Verkehr</i>	74
5. <i>Landwirtschaft und Ernährung</i>	84
VII. Soziale Sicherheit gerecht und verlässlich gestalten	92
1. <i>Rente</i>	92
2. <i>Teilhabe von Menschen mit Behinderungen</i>	94
3. <i>Reform des Sozialen Entschädigungsrechts</i>	95
4. <i>Gesundheit und Pflege</i>	95
VIII. Zuwanderung steuern – Integration fordern und unterstützen	103
1. <i>Flüchtlingspolitik</i>	103
2. <i>Erwerbsmigration</i>	105
3. <i>Gelingende Integration</i>	105
4. <i>Effizientere Verfahren</i>	107
IX. Lebenswerte Städte, attraktive Regionen und bezahlbares Wohnen	109
1. <i>Wohnraumoffensive</i>	109
2. <i>Mieten</i>	111
3. <i>Stadtentwicklung und Baukultur</i>	112
4. <i>Innovation und Wirtschaftlichkeit beim Bauen</i>	114
5. <i>Heimat mit Zukunft</i>	116

6.	<i>Lärmschutz und Bürgerbeteiligung</i>	120
7.	<i>Personenbeförderungsrecht, ÖPNV und Mobilität im ländlichen Raum</i>	121
X.	Ein handlungsfähiger und starker Staat für eine freie Gesellschaft	123
1.	<i>Pakt für den Rechtsstaat</i>	123
2.	<i>Moderner Staat</i>	128
3.	<i>Modernes Recht für eine moderne Gesellschaft</i>	130
4.	<i>Prävention</i>	133
5.	<i>Verbraucherschutz</i>	134
6.	<i>Sport</i>	136
XI.	Verantwortungsvoller Umgang mit unseren Ressourcen	137
1.	<i>Umwelt und Klima</i>	137
2.	<i>Raumordnung</i>	143
XII.	Deutschlands Verantwortung für Frieden, Freiheit und Sicherheit in der Welt	144
1.	<i>Europäische Außen- und Sicherheitspolitik</i>	145
2.	<i>Internationale und europäische Bündnisse und Partnerschaften</i>	147
3.	<i>Abrüstung und restriktive Rüstungsexportpolitik</i>	148
4.	<i>Bilaterale und regionale Zusammenarbeit in Europa und der Welt</i>	149
5.	<i>Außenwirtschaftspolitik sowie Auswärtige Kultur- und Bildungspolitik</i>	153
6.	<i>Menschenrechte, Krisenprävention und humanitäre Hilfe</i>	155
7.	<i>Moderne Bundeswehr</i>	156
8.	<i>Entwicklungspolitik für eine gerechte Globalisierung</i>	159
XIII.	Zusammenhalt und Erneuerung – Demokratie beleben	163
1.	<i>Bürgerbeteiligung</i>	163
2.	<i>Kunst, Kultur und Medien</i>	163
XIV.	Arbeitsweise der Regierung und Fraktionen	173
1.	<i>Arbeitsweise der Regierung und Fraktionen</i>	173
2.	<i>Kooperation der Parteien</i>	173
3.	<i>Kooperation der Fraktionen</i>	173
4.	<i>Arbeit in der Bundesregierung</i>	174
5.	<i>Europapolitische Koordinierung</i>	174
6.	<i>Evaluierung</i>	174

1 **Präambel**

2 Wir erleben neue politische Zeiten mit vielfältigen Herausforderungen für Deutsch-
3 land – sowohl international als auch national. Deutschland ist weltweit ein anerkannter
4 Partner, aber nur mit einem neuen Aufbruch für Europa wird Deutschland langfristig
5 Frieden, Sicherheit und Wohlstand garantieren können. Die Europäische Union
6 muss ihre Werte und ihr Wohlstandsversprechen bewahren und erneuern. Nur eine
7 starke Europäische Union ist der Garant für eine Zukunft in Frieden, Sicherheit und
8 Wohlstand.

9

10 Wir wollen eine neue Dynamik für Deutschland. Nur so können wir das Erreichte si-
11 chern und ausbauen. Unsere Ausgangslage ist gut. Die Wirtschaft boomt, noch nie
12 waren so viele Menschen in Arbeit und Beschäftigung. Das ist auch Ergebnis der
13 Regierungszusammenarbeit von CDU, CSU und SPD. Unsere heutige wirtschaftliche
14 Stärke eröffnet die Chance, Gerechtigkeit langfristig zu sichern. Unser Ziel ist ein
15 nachhaltiges und inklusives Wachstum, dessen Erträge allen zugutekommen. Wir
16 wollen die kreativen Potenziale in Deutschland mobilisieren und die Chancen der
17 Digitalisierung nutzen. Deutschland braucht wirtschaftlichen und sozialen Fortschritt,
18 an dem alle teilhaben.

19

20 Wir wollen, dass der Wohlstand bei allen Menschen ankommt. Das Wahlergebnis hat
21 gezeigt, dass viele Menschen unzufrieden und verunsichert sind. Daraus ziehen wir
22 mit dem vorliegenden Koalitionsvertrag und seiner Politik die entsprechenden
23 Schlüsse. Wir wollen sichern, was gut ist, aber gleichzeitig den Mut zur politischen
24 Debatte, zu Erneuerung und für Veränderung beweisen.

25

26 Bürgerinnen und Bürger haben ein starkes Bedürfnis nach Gemeinschaft, Sicherheit
27 im Alltag, Bewahrung der kulturellen Identität, Stabilität, einem guten Miteinander und
28 einer gestaltenden Politik, die Menschen auf Augenhöhe zusammenbringt. Millionen
29 Menschen engagieren sich in Deutschland in sozialen, kulturellen und lokalen Bewe-
30 gungen sowie in Gemeinde- und Stadträten, Kreistagen, Kirchen und Religionsge-
31 meinschaften für unser Gemeinwesen. Gemeinsam mit ihnen wollen wir unser Land
32 besser, sicherer und gerechter machen.

33

34 Wir werden die Probleme anpacken, welche die Menschen in ihrem Alltag bewegen,
35 und setzen uns mutige Ziele für die nächsten vier Jahre. Wir arbeiten für Stabilität
36 und Zusammenhalt, für Erneuerung und Sicherheit und für die Gleichwertigkeit der
37 Lebensverhältnisse in unserem Land. Die besonderen Herausforderungen in Ost-
38 deutschland erkennen wir als gesamtdeutschen Auftrag an.

39

40 Den sozialen Zusammenhalt in unserem Land wollen wir stärken und die entstande-
41 nen Spaltungen überwinden. Wir nehmen die Ängste der Menschen ernst und wollen
42 ihnen durch unsere gemeinsame Arbeit umfassend begegnen. Wir geben allen Kin-
43 dern und Jugendlichen gleiche Bildungschancen, damit Leistung und Talent über die
44 persönliche Zukunft entscheiden, nicht die soziale Herkunft. Wir schaffen neue Per-
45 spektiven für gute Arbeit und mehr Sicherheit im Alter.

46

47 Wir wollen, dass die Menschen bei uns die vielfältigen Chancen nutzen und in Si-
48 cherheit leben können. Familien stärken wir und sorgen dafür, dass Familie und Be-
49 ruf besser vereinbar sind.

50

51 Unser gemeinsames Ziel ist Vollbeschäftigung in Deutschland. Auch deshalb wollen
52 wir Arbeit und Leben besser vereinbaren und unsere sozialen Sicherungssysteme
53 modernisieren. Wir werden die Gesundheits- und Pflegeversicherung, die Alterssi-
54 cherung und die Unterstützung bei Arbeitslosigkeit weiter verbessern und an verän-
55 derte Rahmenbedingungen anpassen, damit die Bürgerinnen und Bürger auch in
56 Zukunft verlässlich abgesichert sind.

57

58 Wir wollen unser Land erneuern, in die Zukunft investieren und Innovationen fördern,
59 damit wir unseren Wohlstand erhalten und ausbauen können.

60

61 Wir investieren in unser Land. Wir sorgen für genügend Kitaplätze, digital ausgestat-
62 tete Schulen und schnelles Internet in Stadt und Land. Wir machen Deutschland zur
63 energieeffizientesten Volkswirtschaft der Welt. Wir stärken unsere Sicherheitsbehör-
64 den und gewährleisten dadurch bestmögliche Sicherheit.

65

66 Den digitalen Wandel von Wirtschaft, Arbeit und Gesellschaft werden wir so gestal-
67 ten, dass alle davon profitieren. Wir setzen auf Innovationen und wollen aus techni-
68 schem sozialen Fortschritt machen.

69

70 Wir werden Migration in Zukunft besser steuern und ordnen sowie die Integration von
71 Zugewanderten in unsere Gesellschaft umfassender fordern und unterstützen. Damit
72 geben wir eine Antwort auf internationale Migrationsbewegungen auf der einen Seite
73 und den Fachkräftebedarf in Deutschland auf der anderen Seite.

74

75 Mit unserem internationalen Engagement wollen wir einen größeren Beitrag leisten,
76 um weltweit zu besseren Lebensbedingungen beizutragen sowie Frieden wiederher-
77 zustellen und zu sichern.

78

79 Das Vertrauen der Bürgerinnen und Bürger in die Handlungsfähigkeit von Politik wol-
80 len wir wieder stärken, indem wir Erneuerung und Zusammenhalt in den Mittelpunkt
81 unserer Arbeit stellen. Wir wollen eine stabile und handlungsfähige Regierung bilden,
82 die das Richtige tut. Dabei streben wir einen politischen Stil an, der die öffentliche
83 Debatte belebt, Unterschiede sichtbar lässt und damit die Demokratie stärkt.

84 I. Ein neuer Aufbruch für Europa

85

86 Die Europäische Union ist ein historisch einzigartiges Friedens- und Erfolgsprojekt
87 und muss es auch künftig bleiben. Sie verbindet wirtschaftliche Integration und Wohl-
88 stand mit Freiheit, Demokratie und sozialer Gerechtigkeit. Kern dieser europäischen
89 Vision ist, dass die EU ihre gemeinsame politische und wirtschaftliche Kraft nutzt, um
90 Frieden nach außen und Sicherheit und Wohlstand nach innen zu schaffen.

91

92 Deutschland hat Europa unendlich viel zu verdanken. Auch deshalb sind wir seinem
93 Erfolg verpflichtet. Für Deutschland ist ein starkes und geeintes Europa der beste
94 Garant für eine gute Zukunft in Frieden, Freiheit und Wohlstand.

95

96 So einzigartig die Erfolgsgeschichte der europäischen Einigung ist – selbstverständ-
97 lich ist ihr Fortgang keineswegs. Die Herausforderungen, vor denen die Europäische
98 Union steht, sind enorm. Das Vereinigte Königreich hat sich zum Austritt aus der EU
99 entschlossen. Die Herausforderungen durch Flucht und Migration stellen die europäi-
100 sche Partnerschaft und Solidarität auf eine harte Probe. Wachstum und Beschäfti-
101 gung kommen zwar in Europa wieder besser in Schwung, die Folgen der Wirt-
102 schaftskrise sind aber noch nicht vollständig überwunden. Die Jugendarbeitslosigkeit
103 ist in Teilen Europas noch immer besorgniserregend hoch. Die freiheitlichen und de-
104 mokratischen Grundprinzipien, die in den europäischen Verträgen verankert sind,
105 wollen wir gegen jeden Angriff durch politische Parteien und Bewegungen verteidigen.
106

107

108 Hinzu kommt: Die globalen Kräfteverhältnisse haben sich in den letzten Jahren
109 grundlegend verändert, politisch, wirtschaftlich und militärisch. Neue Schwerpunkt-
110 setzungen der USA, das Erstarren Chinas und die Politik Russlands machen deut-
111 lich: Europa muss sein Schicksal mehr als bisher in die eigenen Hände nehmen. Nur
112 gemeinsam hat die EU eine Chance, sich in dieser Welt zu behaupten und ihre ge-
113 meinsamen Interessen durchzusetzen. Nur gemeinsam können wir unsere Werte
114 und unser solidarisches Gesellschaftsmodell, das sich mit der Sozialen Marktwirt-
115 schaft verbindet, verteidigen. Ein starkes, demokratisches, wettbewerbsfähiges und
116 soziales Europa der Menschen muss unsere Antwort auf die Herausforderungen un-
117 serer Zeit sein.

118

119 Deshalb braucht die EU eine Erneuerung und einen neuen Aufbruch:

120

121 **Wir wollen ein Europa der Demokratie und Solidarität**

122 • Wir wollen den Zusammenhalt Europas auf Basis seiner demokratischen und
123 rechtsstaatlichen Werte auf allen Ebenen vertiefen und das Prinzip der wechselseitigen
124 Solidarität stärken.

125 • Wir wollen, dass sich Deutschland aktiv in die Debatte über die Zukunft der EU
126 und eine Stärkung der europäischen Integration einbringt und wollen die Bürgerinnen
127 und Bürger in bundesweiten öffentlichen Dialogen an der Reformdebatte in
128 Europa beteiligen. Wir wollen dadurch Europa bürgernäher und transparenter machen
129 und neues Vertrauen gewinnen.

130 • Wir wollen ein Europa der Demokratie mit einem gestärkten Europäischen Parla-
131 ment und einem lebendigen Parlamentarismus auf nationaler, regionaler und
132 kommunaler Ebene.

- 133 • Die demokratischen und rechtsstaatlichen Werte und Prinzipien, auf denen die
134 europäische Einigung beruht, müssen noch konsequenter als bisher innerhalb der
135 EU durchgesetzt werden.
136

137 **Wir wollen ein Europa der Wettbewerbsfähigkeit und der Investitionen**

- 138 • Investitionen in Europa sind Investitionen in eine gute Zukunft unseres Landes.
139 Wachstum und Wohlstand in Deutschland sind auf das Engste mit Wachstum und
140 Wohlstand in Europa verknüpft.
141 • Wir wollen die Wettbewerbsfähigkeit der EU und ihre Wachstumskräfte im Kontext
142 der Globalisierung stärken, um zukunftsgerechte Arbeitsplätze in der EU zu si-
143 chern und neue zu schaffen: Das ist die Basis unseres künftigen Wohlstands.
144 • Die Soziale Marktwirtschaft, die auf Unternehmensverantwortung, Sozialpartner-
145 schaft, Mitbestimmung und einer fairen Verteilung des erwirtschafteten Wohl-
146 stands beruht, braucht eine Renaissance, gerade in Zeiten der Digitalisierung.
147 • Wir stärken in der EU die strategische Forschungspolitik, die Innovationsfähigkeit
148 und vollenden den digitalen Binnenmarkt.
149 • Wir wollen die Investitionskräfte in Europa auch dadurch stärken, dass wir Initiati-
150 ven wie das Europäische Investitionsprogramm EFSI fortführen und ausbauen.
151 • Wir brauchen weiterhin eine starke EU-Kohäsionspolitik in allen Regionen, insbe-
152 sondere auch in den bisherigen Übergangs- und den stärker entwickelten Regio-
153 nen. Wir wollen die wichtigen Strukturfonds der EU erhalten. Das muss auch nach
154 dem Austritt des Vereinigten Königreichs aus der EU gelten.
155

156 **Wir wollen ein Europa der Chancen und der Gerechtigkeit**

- 157 • Europa muss ein Kontinent der Chancen sein, besonders für junge Menschen. Sie
158 sind Europas Zukunft. Wir wollen, dass junge Menschen ihre Hoffnungen auf Eu-
159 ropa setzen können. Wir wollen, dass sie gute Jobs finden, sich frei und mobil in
160 Europa bewegen können, dass sie im Austausch mit anderen Freundschaften
161 schließen und europäisches Zusammenleben praktisch erfahren können. Deshalb
162 wollen wir die Austauschprogramme wie Erasmus+ ausbauen und die Jugendar-
163beitslosigkeit mit mehr Mitteln der EU bekämpfen.
164 • Soziale Grundrechte, insbesondere das Prinzip des gleichen Lohns für gleiche
165 Arbeit am gleichen Ort in der EU, wollen wir in einem Sozialpakt stärken. Wir wol-
166 len faire Rahmenbedingungen für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer und eine
167 bessere Koordinierung der Arbeitsmarktpolitik. Die Revision der Entsenderichtlinie
168 gilt es zügig und möglichst mit weiteren Verbesserungen zum Abschluss zu brin-
169 gen.
170 • Wir wollen einen Rahmen für Mindestlohnregelungen sowie für nationale Grundsi-
171 cherungssysteme in den EU-Staaten entwickeln. Wer konsequent gegen Lohn-
172 dumping und soziale Ungleichheiten in wirtschaftlich schwächeren Ländern in Eu-
173 ropa kämpft, sichert auch den Sozialstaat und die Soziale Marktwirtschaft in
174 Deutschland.
175 • Wir wollen faire Mobilität fördern, jedoch missbräuchliche Zuwanderung in die Sys-
176 teme der sozialen Sicherheit unterbinden.
177 • Wir wollen mehr Vergleichbarkeit von Bildungsstandards in der EU.
178 • Wir bekämpfen Steuerdumping, -betrug, -vermeidung und Geldwäsche gleicher-
179 maßen international und in der EU.
180 • Wir unterstützen eine gerechte Besteuerung großer Konzerne, gerade auch der
181 Internetkonzerne wie Google, Apple, Facebook und Amazon.

- 182 • Unternehmen dürfen sich künftig nicht mehr ihrer gesellschaftlichen Verantwort-
183 tung entziehen können, indem sie die Staaten der EU gegeneinander ausspielen.
184 Steuerdumping muss unterbunden werden.
- 185 • Wir unterstützen eine gemeinsame, konsolidierte Bemessungsgrundlage und Min-
186 destsätze bei den Unternehmenssteuern. Wir wollen mit Frankreich zusammen
187 hierfür eine Initiative ergreifen, auch um eine europäische Antwort auf internatio-
188 nale Veränderungen und Herausforderungen in diesem Bereich, nicht zuletzt in
189 den USA, zu geben.
- 190 • Die Einführung einer substanziellen Finanztransaktionsteuer wollen wir zum Ab-
191 schluss bringen.

192 193 **Wir wollen ein Europa des Friedens und der globalen Verantwortung**

- 194 • Globale Herausforderungen brauchen europäische Antworten. Wir sind uns einig
195 in der klaren Absage an Protektionismus, Isolationismus und Nationalismus. Wir
196 brauchen international mehr und nicht weniger Kooperation.
- 197 • Lokale Herausforderungen können nur lokal wirklich gelöst werden. Deshalb brau-
198 chen wir gelebte Subsidiarität, auch um die Handlungsspielräume von Kommunen
199 und Ländern zu stärken.
- 200 • Die gemeinsame europäische Außen- und Sicherheitspolitik muss im Sinne einer
201 Friedensmacht Europa gestärkt werden. Sie muss dem Prinzip eines Vorrangs
202 des Politischen vor dem Militärischen folgen und auf Friedenssicherung, Entspan-
203 nung und zivile Krisenprävention ausgerichtet sein. Wir wollen die Zusammenar-
204 beit bei der Sicherheits- und Verteidigungspolitik (PESCO) stärken und mit Leben
205 füllen.
- 206 • Die EU-Erweiterungspolitik bleibt wichtig, um Frieden, Stabilität und Zusammenar-
207 beit zu fördern. Zugleich muss die EU durch innere Reformen ihre Handlungsfä-
208 higkeit sicherstellen. Alle Länder des westlichen Balkans haben eine Beitrittsper-
209 spektive. Wir unterstützen ihre Annäherung an die EU und schenken der Entwick-
210 lung von Demokratie und Rechtsstaatlichkeit besondere Aufmerksamkeit. Voraus-
211 setzung für Fortschritte bei der Annäherung ist, dass die Staaten der Region die
212 dafür vorgesehenen Kriterien vollständig erfüllen.
- 213 • In der Flüchtlings- und Migrationspolitik muss die EU ihrer humanitären Verantwor-
214 tung gerecht werden und zugleich Migration besser ordnen und steuern. Wir wol-
215 len Fluchtursachen umfassend bekämpfen, die Außengrenzen der EU gemeinsam
216 wirksamer schützen sowie eine solidarische Verantwortungsteilung in der EU
217 schaffen.
- 218 • Wir wollen mit einer kohärenten Afrika-Strategie die Zusammenarbeit mit Afrika
219 auf allen Ebenen ausbauen. Wir unterstützen einen Marshallplan mit Afrika, um
220 die Afrikanische Union bei der Umsetzung der Agenda 2063 zu unterstützen.
- 221 • Wir wollen eine offene und faire Handelspolitik, die allen zugutekommt und auf
222 Wachstum, Nachhaltigkeit und Gerechtigkeit zielt.
- 223 • Die EU muss beim Klimaschutz international eine Vorreiterrolle einnehmen und für
224 eine ambitionierte Umsetzung des Pariser Klimaschutzabkommens eintreten.
- 225 • Die EU braucht auch eine gemeinsame Außen- und Menschenrechtspolitik.

226
227 Um diese Ziele zu erreichen, wollen wir die EU in ihrer Handlungsfähigkeit stärken,
228 insbesondere auch das Europäische Parlament. Wir wollen die EU finanziell stärken,
229 damit sie ihre Aufgaben besser wahrnehmen kann. Dafür werden wir bei der Erstel-
230 lung des nächsten mehrjährigen Finanzrahmens Sorge tragen. Dabei befürworten wir
231 auch spezifische Haushaltsmittel für wirtschaftliche Stabilisierung und soziale Kon-
232 vergenz und für die Unterstützung von Strukturreformen in der Eurozone, die Aus-

233 gangspunkt für einen künftigen Investivhaushalt für die Eurozone sein können. Wir
234 sind zu höheren Beiträgen Deutschlands zum EU-Haushalt bereit. Wir wollen einen
235 Haushalt, der klar auf die Aufgaben der Zukunft mit europäischem Mehrwert ausge-
236 richtet ist.

237
238 Wir wollen in diesem Sinne und insbesondere auch in enger Partnerschaft mit Frank-
239 reich die Eurozone nachhaltig stärken und reformieren, so dass der Euro globalen
240 Krisen besser standhalten kann. Dabei bleibt der Stabilitäts- und Wachstumspakt
241 auch in Zukunft unser Kompass. Stabilität und Wachstum bedingen einander und
242 bilden eine Einheit. Zugleich muss auch künftig das Prinzip gelten, dass Risiko und
243 Haftungsverantwortung verbunden sind. Wir wollen fiskalische Kontrolle, wirtschaftli-
244 che Koordinierung in der EU und der Eurozone sowie den Kampf gegen Steuerbe-
245 trug und aggressive Steuervermeidung vorantreiben. Die dazu aus den Mitgliedstaa-
246 ten und von der EU-Kommission vorgelegten Vorschläge werden wir prüfen. Den
247 Europäischen Stabilitätsmechanismus (ESM) wollen wir zu einem parlamentarisch
248 kontrollierten Europäischen Währungsfonds weiterentwickeln, der im Unionsrecht
249 verankert sein sollte. Die Rechte der nationalen Parlamente bleiben davon unberührt.

250
251 Insgesamt lassen wir uns davon leiten, dass die EU für Solidarität zwischen den Mit-
252 gliedstaaten ebenso wie für ihre Bürgerinnen und Bürger stehen muss. Das Prinzip
253 der wechselseitigen Solidarität muss auch für den EU-Haushalt gelten.

254
255 Die Erneuerung der EU wird nur gelingen, wenn Deutschland und Frankreich mit
256 ganzer Kraft gemeinsam dafür arbeiten. Deshalb wollen wir die deutsch-französische
257 Zusammenarbeit weiter stärken und erneuern. Ein neuer Élysée-Vertrag ist hierzu
258 ein erster und wichtiger Schritt, der insbesondere auch die europapolitische Zusam-
259 menarbeit weiter stärken sollte. Deutschland und Frankreich müssen insbesondere
260 auch Innovationsmotor sein und werden dies in Vorhaben wie der Erforschung von
261 künstlicher Intelligenz unter Beweis stellen. Wir wollen gemeinsame Positionen mög-
262 lichst zu allen wichtigen Fragen der europäischen und internationalen Politik entwi-
263 ckeln und in Bereichen, in denen die EU mit 27 Mitgliedstaaten nicht handlungsfähig
264 ist, vorgehen.

265
266 Von besonderer Bedeutung ist für uns ebenfalls die deutsch-polnische Partnerschaft.
267 Ihr Fundament bilden die Versöhnung zwischen Deutschen und Polen und die ge-
268 meinsame Verantwortung für Europa. Dabei werden wir nicht vergessen, dass Polen
269 und Ungarn den Grundstein für Europas und Deutschlands Wiedervereinigung in
270 Freiheit gelegt haben. Auf dieser Basis wollen wir die Zusammenarbeit mit unserem
271 Nachbarland Polen ausbauen. Dem zwischengesellschaftlichen Dialog kommt gera-
272 de jetzt eine herausragende Bedeutung zu. Deshalb werden wir Akteure, wie z. B.
273 das Deutsch-Polnische Jugendwerk, die Deutsch-Polnische Gesellschaft Bundesver-
274 band, das Deutsche Polen-Institut sowie die Jugendbegegnungsstätten in Kreisau
275 und Auschwitz auch weiterhin in ihrer Arbeit stärken. Wir werden die Zusammenar-
276 beit mit Frankreich und Polen im Weimarer Dreieck intensivieren.

277
278 Wir bedauern den Austritt des Vereinigten Königreiches aus der Europäischen Union.
279 Auch nach seinem Ausscheiden wünschen wir uns eine vertrauensvolle Zusammen-
280 arbeit zwischen der Bundesrepublik Deutschland, dem Vereinigten Königreich und
281 der EU-27.

282

283 Wir treten gemeinsam dafür ein, dass Deutschland seiner europäischen Verantwor-
284 tung in einem Geist partnerschaftlicher Zusammenarbeit und gegenseitiger Solidari-
285 tät gerecht wird.

286 **II. Eine neue Dynamik für Deutschland**

287

288 **Eine neue Dynamik für Deutschland**

289 Wir wollen, dass Deutschland ein wirtschaftlich starkes und sozial gerechtes Land ist
290 – und dass alle daran teilhaben. Wir wollen den Zusammenhalt in unserem Land
291 stärken und dafür sorgen, dass die Bürgerinnen und Bürger sicher und gut leben
292 können.

293

294 Wir wollen unser Land modernisieren, Innovationskräfte freisetzen und das Wohl-
295 stands- und Sicherheitsversprechen unserer Sozialen Marktwirtschaft im digitalen
296 Zeitalter erneuern.

297

298 Deutschland – das sind mehr als 80 Millionen Menschen: Ihnen wollen wir eine gute
299 Zukunft bieten. Ihren Alltag wollen wir spürbar verbessern, ihre Sorgen ernst nehmen
300 und ihnen neue Chancen eröffnen. Deshalb leitet uns bei jeder politischen Maßnah-
301 me die Frage: Was erreichen wir ganz konkret für die Bürgerinnen und Bürger unse-
302 res Landes?

303

304 Wir haben uns daher mutige und überprüfbare Ziele für die nächsten vier Jahre ge-
305 setzt. Deutschland soll 2021 noch gerechter, wirtschaftlich stärker, sicherer und le-
306 benswerter in allen Regionen sein. Wir wollen einen neuen Aufbruch für Europa und
307 eine neue Dynamik für Deutschland – in allen Bereichen, unter anderem mit folgen-
308 den Maßnahmen, die in den Fachkapiteln verbindlich beschrieben sind.

309

310 **Familien und Kinder im Mittelpunkt (Kapitel III)**

311 • **Wir unterstützen Familien:** Erhöhung Kindergeld um 25 Euro pro Monat und
312 Kind und entsprechende Anpassung Kinderfreibetrag.

313 • **Wir verbessern die Vereinbarkeit von Familie und Beruf:** Mehr Geld für Kita-
314 ausbau, Entlastung von Eltern bei den Gebühren bis hin zur Gebührenfreiheit.
315 Steigerung der Qualität in der Kinderbetreuung. Einführung Rechtsanspruch auf
316 Ganztagsbetreuung im Grundschulalter bis 2025. Zuschüsse für haushaltsnahe
317 Dienstleistungen. Förderung von Familienfreundlichkeit.

318 • **Wir bekämpfen Kinderarmut:** Erhöhung und leichtere Beantragung Kinderzu-
319 schlag für einkommensschwache Familien und Alleinerziehende. Aufstockung
320 Schulstarterpaket für Schulmaterial von Kindern aus einkommensschwachen Fa-
321 milien.

322 • **Wir stärken die Rechte von Kindern:** Verankerung Kinderrechte im Grundge-
323 setz. Stärkung Kinderkommission des Deutschen Bundestages.

324 • **Wir sorgen für mehr Gleichstellung:** Gleichberechtigte Teilhabe von Frauen
325 und Männern in Leitungsfunktionen im öffentlichen Dienst bis 2025. Bessere Be-
326 zahlung in Pflege- und Sozialberufen.

327 • **Wir bekämpfen Gewalt gegenüber Frauen und Kindern:** Aktionsprogramm zur
328 Prävention und Unterstützung für von Gewalt betroffene Frauen und Kinder. Be-
329 darfsgerechter Ausbau und adäquate finanzielle Absicherung der Arbeit von
330 Frauenhäusern.

331

332 **Offensive für Bildung, Forschung und Digitalisierung (Kapitel IV)**

333 • **Wir investieren auf Rekordniveau in bessere Bildung:** 2 Milliarden Euro für
334 Ausbau Ganztagsschul- und Betreuungsangebote. Digitalpakt Schule mit
335 5 Milliarden in fünf Jahren für starke Digital-Infrastruktur an allen Schulen, ge-
336 meinsame Cloud-Lösung für Schulen und Qualifizierung der Lehrkräfte. Anpas-

337 sung der Rechtsgrundlage im Grundgesetz als Voraussetzung, um Länder bei In-
338 vestitionen in die Bildungsinfrastruktur unterstützen zu können.

- 339 • **Wir stärken die berufliche Bildung:** Modernisierung Berufsbildungspakt mit digi-
340 taler Ausstattungsoffensive für berufliche Schulen. Bessere Leistungen durch
341 Aufstiegs-BAföG für Gleichwertigkeit von akademischer und beruflicher Bildung.
342 Höhere Zuschüsse für Techniker, Meister und Fachwirte. Einführung einer Min-
343 destausbildungsvergütung. Ausbildungsberufe werden modernisiert.
- 344 • **Wir stärken Hochschulen und Studium:** Mehr Investitionen in Studienplätze
345 und Qualität in Forschung und Lehre, u. a. durch Verstetigung Hochschulpakt.
346 Deutliche Verbesserung und Ausbau BAföG.
- 347 • **Wir investieren in Forschung und Entwicklung:** Ziel von 3,5 Prozent des Brut-
348 toinlandsprodukts für Forschung und Entwicklung bis 2025. Pakt für Forschung
349 und Innovation mit mehr Mitteln für Forschungsorganisationen. Weiterentwicklung
350 High-Tech-Strategie, u. a. mit Schwerpunkt auf Digitalisierung und künstliche In-
351 telligenz.
- 352 • **Wir bringen die Gigabit-Netze in alle Regionen:** 10 bis 12 Milliarden Euro für
353 flächendeckende Glasfaser-Netze, möglichst direkt bis zum Haus. Beseitigung
354 bestehender Funklöcher. Vorreiterrolle beim Aufbau des Echtzeit-
355 Mobilfunkstandards 5G. Freies WLAN an allen öffentlichen Einrichtungen, Zügen
356 und Bahnhöfen der Deutschen Bahn.
- 357 • **Wir schaffen eine bürgernahe, digitale Verwaltung:** Digitales Bürgerportal für
358 Bürger und Unternehmen, das praktisch alle Verwaltungsdienstleistungen elek-
359 tronisch verfügbar macht. Prinzip „Digital First“: Vorrang digitaler Verwaltungslei-
360 stungen vor Notwendigkeit zu persönlichem Erscheinen oder Schriftform.
- 361 • **Wir unterstützen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer im digitalen Wandel:**
362 Entwicklung Nationaler Weiterbildungsstrategie mit Sozialpartnern, die Antworten
363 auf digitalen Wandel der Arbeitswelt gibt. Rechtlicher Rahmen für mobiles Arbei-
364 ten. Sicherstellung des Beschäftigtendatenschutzes.
- 365 • **Wir fördern digitale Innovationen:** Unterstützung junger, innovativer Unterneh-
366 men in der Wachstumsphase. Fonds für Games-Förderung. Bereitstellung von
367 mehr Open Data.

368 **Gute Arbeit, breite Entlastung und soziale Teilhabe sichern (Kapitel V)**

- 370 • **Wir wollen Vollbeschäftigung erreichen:** Ziel der Vollbeschäftigung und Abbau
371 von Langzeitarbeitslosigkeit. 4 Milliarden Euro zusätzlich für neue Chancen in ei-
372 nem sozialen Arbeitsmarkt für langzeitarbeitslose Bürgerinnen und Bürger.
- 373 • **Wir ermöglichen lebensbegleitendes Lernen und fördern beruflichen Auf-
374 stieg:** Stärkere Ausrichtung Allianz für Aus- und Weiterbildung auf digitale Fort-
375 und Weiterbildung. Recht auf Weiterbildungsberatung bei der Bundesagentur für
376 Arbeit. Initiativrecht für Betriebsräte für Weiterbildung wird gestärkt.
- 377 • **Wir haben einen wirklichen Durchbruch bei den Verhandlungen über die
378 sachgrundlose Befristung und Kettenverträge erreicht:** Möglichkeiten der be-
379 fristeten Beschäftigung werden reduziert. Sachgrundlose Befristungen werden
380 wieder zur Ausnahme, das unbefristete Arbeitsverhältnis soll wieder zur Regel
381 werden in Deutschland. Endlose Kettenbefristungen werden abgeschafft.
- 382 • **Wir schaffen ein Recht auf befristete Teilzeit:** Neuer Anspruch in Unternehmen
383 mit mehr als 45 Mitarbeitern, nach Teilzeitphase wieder zur früheren Arbeitszeit
384 zurückzukehren.
- 385 • **Wir schaffen breite finanzielle Entlastungen insbesondere für kleinere und
386 mittlere Einkommen:** Abschaffung Solidaritätszuschlag in einem deutlichen ers-
387 ten Schritt für rund 90 Prozent der Soli-Zahler durch Freigrenze. Keine Erhöhung

388 der Steuerbelastung der Bürger. Entlastung der Beschäftigten durch Wiederher-
389 stellung der Parität in der Krankenversicherung. Senkung des Beitrags zur Ar-
390beitslosenversicherung um 0,3 Prozentpunkte. Entlastung Geringverdiener bei
391 Sozialbeiträgen.

392

393 **Erfolgreiche Wirtschaft für den Wohlstand von morgen (Kapitel VI)**

394 • **Wir stärken den Mittelstand und den Wirtschaftsstandort Deutschland:** Gi-
395 gabit-Anschlüsse für alle Gewerbegebiete. Innovationsprogramm „Digitalisierung
396 des Mittelstands“. Bürokratieabbau u. a. durch 1:1-Umsetzung von EU-Vorgaben,
397 Vereinheitlichung von Schwellenwerten und „One-in-one-out“ auch auf europäi-
398 scher Ebene.

399 • **Wir bekennen uns zur Industrie:** Strategische Industrie- und Innovationspolitik.
400 Ausbau der Industrie 4.0-Aktivitäten. Unterstützung von Schlüsseltechnologien,
401 insbesondere Luft- und Raumfahrt, Maritime Wirtschaft, Mikroelektronik, Batterie-
402 zellfertigung, Leichtbau, neue Werkstoffe.

403 • **Wir fördern Innovationen:** Steuerliche Forschungsförderung insbesondere für
404 forschende kleine und mittelgroße Unternehmen. Allianz für schnelleren Transfer
405 von Forschungsergebnissen in marktfähige Produkte.

406 • **Wir setzen auf freien und fairen Handel:** Moderne und faire Freihandelsab-
407 kommen mit Drittstaaten abschließen. Transatlantische Wirtschaftsbeziehungen
408 vertiefen. Schnelle Vollendung des digitalen Binnenmarkts.

409 • **Wir stärken die duale Berufsausbildung:** Abbau finanzieller Hürden beim Be-
410 rufseinstieg („Aufstiegs-BAföG“). Erstattung von bei der Meisterprüfung angefallenen
411 Gebühren ganz oder teilweise („Meisterbonus“).

412 • **Wir fördern die Gründungskultur:** Steuerliche Anreize für Mobilisierung von
413 Wagniskapital. Umsatzsteuerbefreiung in den ersten beiden Jahren nach Grün-
414 dung. Entbürokratisierung durch „One-Stop-Shop“ für Antrags-, Genehmigungs-
415 und Besteuerungsverfahren.

416

417 Finanzen und Steuern

418 • **Wir setzen auf stabile Finanzen:** Ziel weiterhin ausgeglichener Haushalt – keine
419 neuen Schulden. Keine Erhöhung der Steuerbelastung der Bürgerinnen und Bür-
420 ger.

421 • **Wir schaffen den Soli schrittweise ab:** Abschaffung Solidaritätszuschlag in ei-
422 nem deutlichen ersten Schritt für rund 90 Prozent der Soli-Zahler durch Freigren-
423 ze.

424 • **Wir setzen uns für einen gemeinsamen Rahmen für Unternehmenssteuern
425 in Europa ein:** Deutsch-französische Initiative für gemeinsame Bemessungs-
426 grundlage und Mindeststeuersätze bei Körperschaftsteuer.

427 • **Wir kämpfen gegen Steuerbetrug und Steuervermeidung:** Gerechte Besteue-
428 rung von Internetkonzernen. Verhinderung von Steuerhinterziehung durch Schlie-
429 ßung von Steuerschlupflöchern und Steueroasen.

430 • **Wir stärken den Finanzplatz Deutschland und schützen Steuerzahler vor
431 riskanten Finanzmarkt-Spekulationen:** Attraktive Rahmenbedingungen und
432 Vorreiterrolle bei FinTech. Lehre aus Finanzmarktkrise ziehen: Überprüfung und
433 Überarbeitung von Regulierungsmaßnahmen; kein Finanzmarktakteur, kein Fi-
434 nanzprodukt und kein Markt soll in Zukunft ohne angemessene Regulierung blei-
435 ben. Neue internationale Initiative zur Aufsicht über Hedgefonds und Schatten-
436 banken.

437

438 Energie

- 439 • **Wir führen die Energiewende sauber, sicher und bezahlbar fort:** Zielstrebig, effizienter, netzsynchroner und zunehmend marktorientierter Ausbau der Erneuerbaren Energien. Unter diesen Voraussetzungen: Steigerung des Anteils Erneuerbarer Energien auf 65 Prozent bis 2030. Modernisierung der Stromnetze.
- 443 • **Wir gestalten die Energiewende mit den Menschen, Kommunen und Unternehmen:** Stärkere Berücksichtigung des Naturschutzes und berechtigter Bürgerinteressen, u. a. durch mehr Erdverkabelung. Sicherung der Akteursvielfalt. Beteiligung Standortgemeinden an Wertschöpfung. Gewährleistung der Wettbewerbsfähigkeit energieintensiver Industrien.

449 Verkehr

- 450 • **Wir investieren auf Rekordniveau in unsere Infrastruktur.** Fortsetzung des Investitionshochlaufs für die Infrastruktur. Planungsbeschleunigungsgesetz, u. a. zur Vereinfachung von Verfahren und Digitalisierung von Planen und Bauen. Eine zusätzliche Milliarde für den regionalen Verkehr (GVFG). Mehr Investitionen in den Lärmschutz der Bürgerinnen und Bürger. Stärkung Schiene mit Schienenpakt 2030 und Elektrifizierung von 70 Prozent des Schienennetzes bis 2025.
- 456 • **Wir schaffen den Sprung zur Mobilität 4.0:** Entwicklung bundesweites eTicket im ÖPNV. Einrichtung neuer digitaler Testfelder für automatisiertes Fahren. Rechtliche Voraussetzungen für Erprobung und Weiterentwicklung des autonomen Fahrens auf allen Verkehrsträgern. Öffnung Rechtsrahmen für neue Mobilitätsangebote wie Fahrgemeinschaften (Ride Pooling) mit Steuerungsmöglichkeiten durch die Kommunen.
- 462 • **Wir verbessern die Luftreinhaltung in Städten und wollen Fahrverbote vermeiden:** Anreize für emissionsarme Mobilität (pauschale Dienstwagenbesteuerung von 0,5 Prozent für E-Fahrzeuge). Stärkung sauberer ÖPNV. Förderung von Carsharing und alternativen Antrieben. Investitionen in Elektromobilität, u. a. in Wasserstoff- und Brennstoffzelle. Unterstützung Batteriezellproduktion in Deutschland. Aufbau Ladeinfrastruktur mit 100 000 Ladepunkten bis 2020.

469 Landwirtschaft

- 470 • **Wir stärken die heimische Landwirtschaft:** Klares Bekenntnis zur bäuerlichen und regional verwurzelten Landwirtschaft. Bundesweites Gentechnikanbauverbot. Ausbau des Ökolandbaus. Nutzung der Potenziale der Digitalisierung. Weiterentwicklung und Entbürokratisierung der Gemeinsamen Europäischen Agrarpolitik (GAP).
- 475 • **Wir übernehmen eine Vorreiterrolle beim Tierwohl:** Weiterentwicklung Nutztierstrategie unter Beachtung von Tier- und Umweltschutz, Qualität und Marktorientierung. Einführung Tierwohllabel. Förderung besserer Haltungsbedingungen.
- 478 • **Wir fördern gute Lebensmittel und gesunde Ernährung:** Erhaltung der Vielfalt von Erzeugern und hochwertigen Lebensmitteln. Mehr Transparenz und Information über Nährwerte und Inhaltsstoffe. Eindämmung Lebensmittelverschwendung.

482 **Soziale Sicherheit gerecht und verlässlich gestalten (Kapitel VII)**

- 483 • **Wir sorgen für Stabilität bei der Rente:** Absicherung der gesetzlichen Rente auf heutigem Niveau von 48 Prozent bis zum Jahr 2025. Haltelinie beim Beitragssatz von 20 Prozent. Einsetzung einer Rentenkommission zur langfristigen Stabilisierung von Beiträgen und Niveau der Rente für die Zeit nach 2025.
- 487 • **Wir honorieren Lebensleistung und bekämpfen Altersarmut:** Einführung einer Grundrente 10 Prozent über der Grundsicherung für alle, die ein Leben lang ge-

489 arbeitet haben, unter Einbeziehung von Kindererziehungs- und Pflegezeiten. Bes-
490 sere Verschonungsregel für selbstgenutztes Wohneigentum. Bessere Anerken-
491 nung von Erziehungszeiten durch Mütterrente II. Verbesserungen bei der Er-
492 werbsminderungsrente. Einbeziehung von Selbstständigen in die gesetzliche
493 Rentenversicherung mit Opt-out-Lösung und Altersvorsorgepflicht.

- 494 • **Wir stärken die Teilhabe von Menschen mit Behinderungen:** Investitionen in
495 Ausbau der Barrierefreiheit im öffentlichen Raum und allen Bereichen des Alltags.
- 496 • **Wir verbessern spürbar die Pflege:** Sofortprogramm Pflege mit 8 000 neuen
497 Fachkraftstellen und besserer Bezahlung. „Konzertierte Aktion Pflege“ mit besse-
498 rem Personalschlüssel und Ausbildungsinitiative für Pflegerinnen und Pfleger.
499 Abbau finanzieller Ausbildungshürden bei der Pflegeausbildung. Unterstützung
500 von Kindern pflegebedürftiger Eltern: Kein Rückgriff auf Einkommen bis 100.000
501 Euro im Jahr. Stärkung ambulante Alten- und Krankenpflege im ländlichen Raum.
- 502 • **Wir schaffen eine gerechtere Finanzierung der GKV:** Wiederherstellung Parität
503 bei den Beiträgen zur Gesetzlichen Krankenversicherung. Ab 1. Januar 2019
504 werden Beiträge zur Krankenversicherung wieder in gleichem Maße von Arbeit-
505 gebern und Beschäftigten geleistet.
- 506 • **Wir schaffen eine flächendeckend gute Gesundheitsversorgung:** Mehr Inves-
507 titionen in Krankenhäuser. Mehr Medizinstudienplätze und Landarztquote. Ab-
508 schaffung Schulgeld für alle Gesundheitsberufe. Förderung Telemedizin. Einfüh-
509 rung elektronische Patientenakte bis 2021. Nationales Gesundheitsportal für
510 schnelle und verlässliche Information zu medizinischen Fragen.
- 511 • **Wir verbessern die Versorgung der gesetzlich Versicherten:** Festzuschüsse
512 für Zahnersatz werden erhöht. Sprechstundenangebot wird verbessert. Ärztinnen
513 und Ärzte, die in wirtschaftlich schwachen und unterversorgten ländlichen Räu-
514 men praktizieren, werden über regionale Zuschläge besonders unterstützt. So-
515 wohl die ambulante Honorarordnung in der Gesetzlichen Krankenversicherung
516 (EBM), als auch die Gebührenordnung der Privaten Krankenversicherung (GOÄ)
517 müssen reformiert werden.
- 518 • **Wir stärken die Apotheken vor Ort:** Einsatz für Verbot des Versandhandels mit
519 verschreibungspflichtigen Arzneimitteln.

520

521 **Zuwanderung steuern, Integration fordern und unterstützen (Kapitel VIII)**

- 522 • **Wir bekennen uns zu unseren rechtlichen und humanitären Verpflichtun-**
523 **gen:** Grundrecht auf Asyl wird nicht angetastet. Bekenntnis zur Genfer Flücht-
524 lingskonvention, zu den aus dem Recht der EU resultierenden Verpflichtungen,
525 zur Bearbeitung jedes Asylantrags sowie zur UN-Kinderrechtskonvention und zur
526 Europäischen Menschenrechtskonvention.
- 527 • **Wir wollen eine Wiederholung der Situation von 2015 vermeiden:** Deshalb
528 Anstrengungen zu angemessener Steuerung und Begrenzung von Migrationsbe-
529 wegungen, unter anderem Verbesserungen bei der Entwicklungszusammenar-
530 beit, Ausbau humanitäres Engagement, Ausweitung Engagement Friedensmissi-
531 onen, faire Handelsabkommen, verstärkter Klimaschutz und keine Rüstungsex-
532 porte in Krisenregionen.
- 533 • **Wir stellen für die Zuwanderungszahlen fest,** dass sie basierend auf den Er-
534 fahrungen der letzten 20 Jahre sowie mit Blick auf die vereinbarten Maßnahmen
535 und den unmittelbar steuerbaren Teil der Zuwanderung die Spanne von jährlich
536 180 000 bis 220 000 nicht übersteigen werden.
- 537 • **Wir ordnen die Zuwanderung:** Klare Regeln für Familiennachzug und Härtefall-
538 regelung. Fluchtursachenbekämpfung in Entwicklungszusammenarbeit. Erweite-
539 rung der Liste der sicheren Herkunftsstaaten. Wirksamer Schutz der Binnengren-

540 zen und Ausbau der europäischen Grenz- und Küstenwache (Frontex) zu einer
541 echten europäischen Grenzschutzpolizei.

542 • **Wir sorgen für schnelle, umfassende und rechtssichere Verfahren:** Schaf-
543 fung von Aufnahme-, Entscheidungs- und Rückführungseinrichtungen für die Be-
544 beschleunigung von Asylverfahren. Unabhängige und flächendeckende Asylverfah-
545 rensberatung. Verbesserung von freiwilliger Rückkehr und konsequente Abschie-
546 bung von vollziehbar Ausreisepflichtigen. Unterscheidung bei Ausreisepflichtigen
547 nach unverschuldetem oder zurechenbarem Ausreisehindernis, z. B. bei Bezug
548 von Leistungen.

549 • **Wir regeln die Zuwanderung von Fachkräften:** Fachkräfteeinwanderungsge-
550 setz, das den steigenden Bedarf an Fachkräften durch Erwerbsmigration neu und
551 transparent regelt. Orientierung sowohl an volkswirtschaftlichen Erfordernissen
552 als auch an Qualifikation, Alter, Sprache, Nachweis eines konkreten Arbeitsplat-
553 zes und Sicherung des Lebensunterhalts.

554 • **Wir setzen auf gelingende Integration:** Bundesweite Strategie nach Grundsatz
555 „Fordern und Fördern“. Fortsetzung der Programme zur Entlastung von Ländern
556 und Kommunen. Verbesserung von Qualität und Effizienz Integrations- und
557 Sprachkurse. Für langjährig Geduldete Verbesserungen bei der Ausbildung und
558 Arbeitsmarktintegration.

559

560 **Lebenswerte Städte, attraktive Regionen und bezahlbares Wohnen (Kapitel IX)**

561 • **Wir stärken die Regionen:** Gemeinsame Kommission „Gleichwertige Lebens-
562 verhältnisse“ aus Bund, Ländern und Kommunen. Neues gesamtdeutsches För-
563 dersystem für strukturschwache Regionen. Überjährige Bündelung von Regional-
564 fördermitteln für die Finanzierung von Regionalprojekten vor Ort. Fortführung der
565 Entlastungen der Kommunen, u. a. bei Städtebau und Zuwanderung und Integra-
566 tion.

567 • **Wir starten eine Wohnraumoffensive:** 1,5 Millionen neue Wohnungen und Ei-
568 genheime. Prüfauftrag für Freibeträge für Familien beim Ersterwerb von Wohnei-
569 gentum ohne Rückwirkung beim Länderfinanzausgleich. 2 Milliarden Euro für den
570 sozialen Wohnungsbau. Förderung der energetischen Gebäudesanierung. Im be-
571 zahlbaren Mietsegment steuerliche Anreize für freifinanzierten Wohnungsneubau.

572 • **Wir unterstützen Familien beim Erwerb von Wohneigentum:** Baukindergeld in
573 Höhe von 1.200 Euro je Kind pro Jahr.

574 • **Wir sorgen für bezahlbare Mieten:** Dämpfung Mietanstieg, u. a. durch Verlänge-
575 rung Bindungszeitraum des qualifizierten Mietspiegels. Absenkung Modernisie-
576 rungsumlage auf 8 Prozent. Anpassung Wohngeld an individuelle Lebensbedin-
577 gungen. Kappungsgrenze für Erhöhung von Mieten bei Modernisierungsmaß-
578 nahmen.

579 • **Wir stärken bürgerschaftliches Engagement und Ehrenamt:** Entbürokratisie-
580 rung Ehrenamt. Gründung Ehrenamtsstiftung. Ausbau Mehrgenerationenhäuser.
581 Stärkung Bundes- und Jugendfreiwilligendienst.

582 • **Wir stellen die Grundsteuer auf eine feste Basis:** Sicherung als wichtige Ein-
583 nahmequelle der Kommunen.

584

585 **Ein handlungsfähiger und starker Staat für eine freie Gesellschaft (Kapitel X)**

586 • **Wir stärken die Sicherheit in Deutschland:** Pakt für den Rechtsstaat mit 15 000
587 neuen Stellen für die Sicherheitsbehörden in Bund und Ländern und 2 000 neuen
588 Stellen in der Justiz. Stärkere Bekämpfung von Alltagskriminalität. Bessere Aus-
589 stattung für die Polizei, konsequente Digitalisierung, Ausweitung DNA-Analyse.
590 Effektive und moderne Verfahren in allen Bereichen. Bessere und schnellere

591 Rechtsdurchsetzung. Gleichwertige Befugnisse im Internet wie außerhalb. Aus-
592 bau der Cyberabwehr. Verbesserte Zusammenarbeit der Behörden bei der Be-
593 kämpfung von Terrorismus etwa durch mehr Sicherheitskooperation in Europa.
594 Musterpolizeigesetz für bundesweit einheitliche hohe Standards. Ausbau der Pro-
595 gramme gegen jede Form von Extremismus.

- 596 • **Wir verbessern die Rechte von Opfern von Kriminalität und Terror:** Neurege-
597 lung der Opferentschädigung. Besserer Schutz von Kindern im Internet. Einrich-
598 tung einer/s ständigen Opferbeauftragte/n – auch für die Angehörigen.
- 599 • **Wir bekämpfen konsequent Wirtschaftskriminalität, Einbruchdiebstahl und**
600 **Organisierte Kriminalität:** Neues Sanktionsrecht für Unternehmen. Höhere
601 Geldsanktionen. Aufstockung des KfW-Programms „Kriminalprävention durch
602 Einbruchsicherung“.
- 603 • **Wir stärken die Rechte von Verbrauchern:** Einführung Musterfeststellungskla-
604 ge. Einrichtung bundesweites Verbraucherinformationsportal. Mehr Transparenz
605 bei digitalen Produkten und Dienstleistungen.

606

607 **Verantwortungsvoller Umgang mit unseren Ressourcen (Kapitel XI)**

- 608 • **Wir bleiben Vorreiter beim Klimaschutz:** Bekenntnis zu den nationalen, europä-
609 ischen und internationalen Klimazielen 2020, 2030 und 2050. Handlungslücke
610 beim Klimaschutz bis 2020 verkleinern. Gesetz zur Einhaltung der Klimaziele
611 2030.
- 612 • **Wir gestalten den Wandel gemeinsam mit betroffenen Regionen:** Einrichtung
613 einer Kommission für Aktionsprogramm zur Erreichung des 40-Prozent-Ziels, zur
614 Reduzierung der Kohleverstromung und zur Absicherung des notwendigen Struk-
615 turwandels.
- 616 • **Wir bewahren unsere Umwelt für kommende Generationen:** Schutz der biolo-
617 gischen Vielfalt voranbringen. Wirksames Engagement gegen Insektensterben.
618 Initiativen für saubere Luft und den Schutz von Wasser, Böden und Weltmeeren
619 u. a. vor Vermüllung.
- 620 • **Wir halten am Ausstieg aus der Kernenergie fest:** Keine EU-Förderung für
621 neue Atomkraftwerke. Beendigung aller Beteiligungen staatlicher Fonds an AKW
622 im Ausland.

623

624 **Deutschlands Verantwortung für Frieden, Freiheit und Sicherheit in der Welt** 625 **(Kapitel XII)**

- 626 • **Wir bleiben dem Frieden verpflichtet:** Gerechte Gestaltung der Globalisierung.
627 Nachhaltige Entwicklungspolitik. Mehr internationale Zusammenarbeit und Be-
628 kenntnis zur Abrüstung. Weitere Einschränkung von Rüstungsexporten.
- 629 • **Wir stehen zu unseren Bündnisverpflichtungen und Allianzen:** Bekenntnis zu
630 internationalen Bündnissen NATO, UN und OSZE sowie zu transatlantischer
631 Partnerschaft. Mehr Mittel für Entwicklungszusammenarbeit, zivile Krisenpräven-
632 tion, humanitäre Hilfe, Verteidigung und Bundeswehr – zusätzliche finanzielle Mit-
633 tel für diese Bereiche sollen im Verhältnis 1:1 prioritär erhöht werden.
- 634 • **Wir stärken unsere Bundeswehr und die europäische Verteidigungsstruktur:**
635 Mehr Personal, beste Ausbildung und moderne Ausstattung bei der Bundeswehr
636 durch einen höheren Verteidigungsetat. Ausbau der europäischen Verteidigungs-
637 union mit PESCO, europäischem Verteidigungsfonds und weiteren Schritten auf
638 dem Weg zur „Armee der Europäer“.
- 639 • **Wir setzen bei der EU-Erweiterung auf Gründlichkeit vor Schnelligkeit:** Klare
640 Erwartung der Kriterieneinhaltung vor EU-Beitritt der Westbalkanstaaten. Im EU-
641 Beitrittsprozess der Türkei keine Kapitel schließen und keine neuen öffnen. Keine

- 642 Visaliberalisierung für die Türkei, bis Voraussetzungen erfüllt sind.
- 643 • **Wir schaffen Zukunftsperspektiven vor Ort und bekämpfen Fluchtursachen:**
- 644 Mehr Mittel für Entwicklungszusammenarbeit. Marshallplan mit Afrika umsetzen,
- 645 um mehr Chancen und Arbeitsplätze zu schaffen. Fairen Handel fördern. Investi-
- 646 tionen in Fluchtursachenbekämpfung und Umsetzung von Rückkehrerprogram-
- 647 men. Ausbau „Cash for Work“-Programm, das in Heimatländern gute Einkommen
- 648 ermöglicht.
- 649 • **Wir setzen uns ein für Menschenrechte und Religionsfreiheit in der Welt:**
- 650 Konsequente Umsetzung des Nationalen Aktionsplans Wirtschaft und Menschen-
- 651 rechte. Einsetzung Beauftragter der Bundesregierung für weltweite Religionsfrei-
- 652 heit.
- 653 • **Wir wollen fairen Welthandel:** Deutschland als Vorreiter für eine faire EU-
- 654 Handelspolitik: Eintreten für verbindliche soziale, menschenrechtliche und ökolo-
- 655 gische Standards in EU-Handels-, -Investitions- und -Wirtschaftspartner-
- 656 schaftsabkommen. Globale Nachhaltigkeitsstrategie Agenda 2030 als Richtschnur
- 657 deutscher Politik.
- 658

Zusammenhalt und Erneuerung – Demokratie beleben (Kapitel XIII)

- 660 • **Wir machen Kulturpolitik für das ganze Land:** „Agenda für Kultur und Zukunft“
- 661 mit Ländern, Kommunen und Zivilgesellschaft. Neues Programm „Kultur in den
- 662 Regionen“ für zeitgenössische Kunst und Kultur.
- 663 • **Wir wollen starke Kulturregionen und bessere Zugänge zu Kunst und Kul-**
- 664 **tur:** Mehr Unterstützung für Bibliotheken und Stadtteilkulturzentren. Regelmäßiger
- 665 freier Eintritt in bundesgeförderte Kultureinrichtungen.
- 666 • **Wir wollen das Gedenken wachhalten:** Kampf gegen Antisemitismus. Pro-
- 667 gramm „Jugend erinnert“ – Besuche von Gedenkorten und Workshops. Mehr Un-
- 668 terstützung auch für kleine zivilgesellschaftliche Initiativen.
- 669 • **Wir bekennen uns zur Medien- und Pressefreiheit:** Stärkung von Berufsge-
- 670 heimnis und Auskunftsrechten. Stärkung der Deutschen Welle.
- 671 • **Wir stärken den Kreativ-, Film- und Medienstandort:** Verstetigung Filmförde-
- 672 rung mit umfassender Förderung audiovisueller Inhalte. Neues „Zukunftspro-
- 673 gramm Kino“. Einführung von Games-Förderung auf international wettbewerbsfä-
- 674 higem Niveau. Verbesserung der sozialen Absicherung von Kreativen.
- 675

Arbeitsweise der Regierung und Fraktionen (Kapitel XIV)

- 676 • **Wir stärken den Bundestag als zentralen Ort der politischen und gesell-**
- 677 **schaftlichen Debatte:** Regierungsbefragung reformieren, regelmäßige Befra-
- 678 gung der Bundeskanzlerin, Orientierungsdebatten zu den großen innen- und au-
- 679 ßenpolitischen Themen im Plenum.
- 680
- 681 • **Wir überprüfen die Einhaltung des Koalitionsvertrages:** Zur Mitte der Wahlpe-
- 682 riode Bestandsaufnahme des Koalitionsvertrages und Entscheidung, welche neu-
- 683 en Vorhaben vereinbart werden müssen.

684 **III. Familien und Kinder im Mittelpunkt**

685

686 **1. Familien**

687 Familien halten unsere Gesellschaft zusammen. Sie zu stärken und zu entlasten ist
688 unser Ziel. Wir schreiben Familien kein bestimmtes Familienmodell vor. Wir respek-
689 tieren die unterschiedlichen Formen des Zusammenlebens. Wir werden alle Familien
690 finanziell entlasten, die Kinderbetreuung verbessern und mehr Zeit für Familie er-
691 möglichen. Dabei wollen wir mehr Transparenz über familienpolitische Leistungen,
692 leichtere Antragstellung und schnellere Bearbeitung von Anträgen auch durch digita-
693 le Angebote und Verfahren. Mehr Leistungen für Familien als bisher sollen noch in
694 dieser Legislaturperiode online beantragt werden können.

695

696 Das Kindergeld als bewährte und wirksame familienpolitische Leistung werden wir in
697 dieser Legislaturperiode pro Kind um 25 Euro pro Monat erhöhen – in zwei Teilschrit-
698 ten (zum 1. Juli 2019 um zehn Euro, zum 1. Januar 2021 um weitere 15 Euro).
699 Gleichzeitig steigt der steuerliche Kinderfreibetrag entsprechend.

700

701 Wir werden ein Maßnahmenpaket zur Bekämpfung der Kinderarmut schnüren: Dazu
702 wollen wir zur Entlastung einkommensschwacher Familien, insbesondere auch Al-
703 leinerziehender und kinderreicher Familien, den Kinderzuschlag erhöhen. Gemein-
704 sam mit dem Kindergeld soll der Mindestbedarf des sächlichen Existenzminimums
705 (derzeit 399 Euro) gedeckt werden. Wir werden die harte Abbruchkante abschaffen
706 und sorgen so dafür, dass die Leistung bei steigendem Einkommen langsam aus-
707 läuft, so dass vom Einkommen mehr übrig bleibt. Damit wollen wir die Leistungsbe-
708 reitschaft fördern und Anreize zur Aufnahme und Steigerung von Erwerbsarbeit der
709 Eltern setzen. Dabei müssen wir prüfen, wie Kinderzuschlag, Wohngeld, Kinderun-
710 terhalt und/oder Unterhaltsvorschuss besser aufeinander abgestimmt werden kön-
711 nen. Die Beantragung dieser Leistung für Familien wollen wir entbürokratisieren und
712 die Antragstellung dort, wo es möglich ist, mit Anträgen auf weitere Leistungen zu-
713 sammenführen. Wir wollen erreichen, dass Berechtigte die Leistung tatsächlich erhal-
714 ten. Für Vermögen und Einkommen des Kindes aus Erwerbstätigkeit oder Ausbil-
715 dungsvergütung werden wir einen Freibetrag schaffen.

716

717 Wir wollen, dass Kinder unabhängig vom Elternhaus die gleichen Chancen auf ge-
718 sellschaftliche Teilhabe erhalten und ihre Fähigkeiten entwickeln können.

719

720 Auch die Leistungen für Bildung und Teilhabe werden wir verbessern, Hemmnisse
721 der Inanspruchnahme beseitigen, die Wirkung prüfen und gezielt erhöhen. Leistun-
722 gen sollen künftig möglichst pauschal abgerechnet werden. Dort wo es möglich ist,
723 wollen wir Einzelanträge reduzieren und z. B. Schulen ermöglichen, gesammelte An-
724 träge für die berechtigten Kinder diskriminierungsfrei zu stellen. Unter anderem soll
725 hierzu das Schulstarterpaket aufgestockt werden. Die Eigenanteile zur gemeinschaft-
726 lichen Mittagsverpflegung in Kitas und Schulen und für Schülerbeförderung entfallen.
727 Im Rahmen des bestehenden Teilhabepaketes soll allgemeine Lernförderung auch
728 dann möglich sein, wenn die Versetzung nicht unmittelbar gefährdet ist.

729

730 Gerade für Kinder und Familien in belastenden Lebenssituationen kommen Erholung
731 und Entspannung häufig zu kurz. Für sie wollen wir die Familienerholung am Bedarf
732 orientiert weiterentwickeln. Einrichtungen des Müttergenesungswerks sollen sich für
733 Väter und pflegende Angehörige weiter öffnen können.

734

735 Wir wollen die bestmögliche Betreuung für unsere Kinder und die bessere Vereinbar-
736 keit von Familie und Beruf. Dazu unterstützen wir Länder und Kommunen weiterhin
737 beim Ausbau des Angebots und bei der Steigerung der Qualität von Kinderbetreu-
738 ungseinrichtungen und dem Angebot an Kindertagespflege sowie zusätzlich bei der
739 Entlastung von Eltern bei den Gebühren bis hin zur Gebührenfreiheit. Dafür werden
740 wir jährlich laufende Mittel zur Verfügung stellen (2019 0,5 Milliarden, 2020 eine Milli-
741 arde, 2021 zwei Milliarden Euro). Hierbei wollen wir sowohl die Vielfalt der Betreu-
742 ungsangebote beibehalten als auch die Länderkompetenzen wahren. Die Beschlüs-
743 se der Jugend- und Familienministerkonferenz der Länder (JFMK) werden wir hierzu
744 entsprechend umsetzen. Die von uns vereinbarten Ziele im Bereich der Kindertages-
745 betreuung und der Ganztagsbetreuung von Grundschulkindern sind nur umsetzbar,
746 wenn die erforderlichen Fachkräfte zur Verfügung stehen. Deshalb sollen aus den
747 Mitteln, die den Ländern zur Verfügung stehen, auch weitere Formen der berufsbe-
748 gleitenden oder praxisintegrierten Ausbildung von Erzieherinnen und Erziehern ge-
749 fördert werden können. Wir werden uns dafür stark machen, dass u. a. die Bundes-
750 programme Sprachkitas, KitaPlus, Betriebliche Kinderbetreuung und Kindertages-
751 pflege fortgeführt und weiterentwickelt werden.

752
753 Wir werden einen Rechtsanspruch auf Ganztagsbetreuung im Grundschulalter schaf-
754 fen. Dabei werden wir auf Flexibilität achten, bedarfsgerecht vorgehen und die Viel-
755 falt der in den Ländern und Kommunen bestehenden Betreuungsmöglichkeiten der
756 Kinder- und Jugendhilfe und die schulischen Angebote berücksichtigen. Für die Aus-
757 gestaltung wollen wir das Sozialgesetzbuch VIII nutzen. Um diesen Rechtsanspruch
758 bis 2025 zu verwirklichen, bedarf es konkreter rechtlicher, finanzieller und zeitlicher
759 Umsetzungsschritte, die wir in einer Vereinbarung von Bund und Ländern unter Ein-
760 beziehung der kommunalen Spitzenverbände festlegen werden. Dabei wird der Bund
761 sicherstellen, dass insbesondere der laufenden Kostenbelastung der Kommunen
762 Rechnung getragen wird.

763
764 Der Ausbau dient auch der besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Verein-
765 barkeit wollen wir zudem mit dem Unternehmensprogramm „Erfolgsfaktor Familie“
766 vorantreiben, mit dem wir uns gemeinsam mit unseren Partnern aus Wirtschaft und
767 Gewerkschaften für eine familienfreundliche Arbeitswelt einsetzen.

768
769 Die Digitalisierung hilft Eltern, Familie und Beruf in Einklang zu bringen. Diese Chan-
770 ce für mobiles Arbeiten wollen wir nutzen.

771
772 Die Zusammenarbeit von Verantwortlichen aus Kommunen, Wirtschaft und Verbän-
773 den in lokalen Bündnissen für Familie wollen wir weiterführen.

774
775 Wir wollen, dass Eltern und Kinder in einer Trennungsphase gut beraten und beglei-
776 tet werden. Das Wohl der Kinder muss dabei im Zentrum stehen.

777
778 Wir wollen ungewollt kinderlose Paare besser unterstützen und dazu die Maßnah-
779 men der Bundesinitiative „Hilfe und Unterstützung bei ungewollter Kinderlosigkeit“
780 unter Beibehaltung der bestehenden Förderkriterien fortführen. Wir wollen die Zu-
781 schüsse für Paare aus der Bundesinitiative in ganz Deutschland unabhängig davon
782 gewähren, ob das jeweilige Bundesland sich an dem Programm beteiligt.

783

784 Wir wollen ein modernes Adoptionswesen in Deutschland. Unser Ziel ist es, die
785 Strukturen der Beratung und Vermittlung im Adoptionsvermittlungsverfahren zu ver-
786 bessern.

787
788 Für die Integration von Familien mit Migrationshintergrund sind Mütter entscheidend.
789 Deshalb müssen wir einen Fokus auf ihre Integration in Gesellschaft und Erwerbstä-
790 tigkeit legen. Wir wollen daher das erfolgreiche Programm „Stark im Beruf“ fortset-
791 zen.

792
793 Wir respektieren geschlechtliche Vielfalt. Alle Menschen sollen unabhängig von ihrer
794 sexuellen Identität frei und sicher leben können – mit gleichen Rechten und Pflichten.
795 Homosexuellen- und Transfeindlichkeit verurteilen wir und wirken jeder Diskriminie-
796 rung entgegen. Wir werden die Vorgaben des Bundesverfassungsgerichts hierzu
797 umsetzen. Wir werden gesetzlich klarstellen, dass geschlechtsangleichende medizi-
798 nische Eingriffe an Kindern nur in unaufschiebbaren Fällen und zur Abwendung von
799 Lebensgefahr zulässig sind.

800
801 **2. Kinder stärken – Kinderrechte ins Grundgesetz**
802 Wir werden Kinderrechte im Grundgesetz ausdrücklich verankern. Kinder sind
803 Grundrechtsträger, ihre Rechte haben für uns Verfassungsrang. Wir werden ein Kin-
804 dergrundrecht schaffen. Über die genaue Ausgestaltung sollen Bund und Länder in
805 einer neuen gemeinsamen Arbeitsgruppe beraten und bis spätestens Ende 2019 ei-
806 nen Vorschlag vorlegen.

807
808 Die Kinderkommission des Deutschen Bundestages werden wir in ihrer Arbeit stär-
809 ken.

810
811 **Kinder und Jugendliche schützen und Familien unterstützen**
812 Wir werden die Kinder- und Jugendhilfe weiterentwickeln, den Kinderschutz verbes-
813 sern und die Familien unterstützen. Das bestehende Kinder- und Jugendhilfegesetz
814 hat sich in seiner Grundausrichtung bewährt und hohe Akzeptanz erfahren. Gesell-
815 schaftliche Veränderungen und fachpolitische Erkenntnisse bringen es aber mit sich,
816 dass es weiterentwickelt werden muss.

817
818 Wir wollen das Kinder- und Jugendhilferecht auf Basis des in der letzten Legislatur-
819 periode beschlossenen Kinder- und Jugendstärkungsgesetzes weiterentwickeln. Ziel
820 muss ein wirksames Hilfesystem sein, das die Familie stärkt und Kinder vor Gefähr-
821 dungen schützt. Das Kindeswohl ist dabei Richtschnur. Die Unterstützung und Stär-
822 kung der elterlichen Erziehungsverantwortung bleibt Anspruch und Auftrag der Ju-
823 gendhilfe. Die enge Kooperation aller relevanten Akteure muss einen stärkeren Stel-
824 lenwert einnehmen. Dazu gehört auch, dass im Interesse von fremduntergebrachten
825 Kindern die Elternarbeit und die Qualifizierung und Unterstützung von Pflegeeltern
826 gestärkt und gefördert werden. Ausgehend von den unterschiedlichen Bedarfen der
827 Kinder und Jugendlichen und ihrer Eltern sollen die präventiven sozialräumlichen
828 Angebote gestärkt werden. Die Verantwortung bleibt bei den Kommunen und Län-
829 dern.

830
831 Im Vorfeld einer Gesetzesinitiative werden wir einen breiten Dialog mit Akteuren aus
832 Wissenschaft und Praxis der Kinder- und Jugendhilfe sowie der Behindertenhilfe und
833 den Ländern und Kommunen führen. Darüber hinaus sollen Erfahrungen von Betei-
834 ligten und Betroffenen mit der Kinder- und Jugendhilfe sowie Familiengerichtsbarkeit

835 gesammelt und systematisch ausgewertet werden. Im Rahmen dieser unabhängigen
836 wissenschaftlichen Begleitung sollen sich betroffene Eltern, Pflegeeltern, Kinder und
837 andere vertraulich äußern können. Wir werden diese Auswertung mit Blick auf sys-
838 temische und strukturelle Veränderungsbedarfe in das weitere Verfahren mit auf-
839 nehmen.

840
841 Wir wollen die Qualitätsentwicklung und -sicherung sowie die Forschung im Bereich
842 der Kinder- und Jugendhilfe, des Familienrechts und des Gutachterwesens voran-
843 bringen. Dazu wollen wir rechtlich verbindlich sicherstellen, dass auch Verfahrens-
844 beistände über die erforderliche Qualifikation und Eignung verfügen und der begon-
845 nene Qualitätssicherungsprozess bei Gutachten, insbesondere im familiengerichtli-
846 chen Verfahren, in Zusammenarbeit mit den Berufsverbänden verbindlich ausgebaut
847 wird. Von allen an familiengerichtlichen Verfahren beteiligten Berufsgruppen erwarten
848 wir kontinuierliche Fortbildung in fachlicher und methodischer Hinsicht für ihre an-
849 spruchsvolle Tätigkeit und interdisziplinäre Zusammenarbeit.

850
851 Kinder sind keine kleinen Erwachsenen. Die Belange und Bedürfnisse von Kindern
852 und Jugendlichen bedürfen der besonderen Berücksichtigung im Gesundheitssys-
853 tem, in Medizin und Forschung.

854
855 Wir wollen die Situation von Kindern psychisch kranker Eltern verbessern. Die
856 Schnittstellenprobleme bei ihrer Unterstützung werden wir mit dem Ziel einer besse-
857 ren Kooperation und Koordination der unterschiedlichen Hilfesysteme beseitigen.

858
859 Gerade die Jüngsten bedürfen des besonderen Schutzes durch Staat und Gesell-
860 schaft. Für junge Eltern in Problemlagen haben wir mit der Bundesstiftung „Frühe
861 Hilfen“ ein Frühwarnsystem und Unterstützungsnetz etabliert. Dies wollen wir fortfüh-
862 ren.

863
864 Gewalt jeglicher Art (auch seelische Gewalt), sexuellen Missbrauch und sexualisierte
865 Gewalt gegen Kinder und Jugendliche werden wir konsequent bekämpfen. Dazu wol-
866 len wir die Forschung verbessern und die Verfahrensabläufe weiter optimieren.

867
868 Neben den wichtigen präventiven Maßnahmen auf allen Ebenen ist es für einen wirk-
869 samen Opferschutz unerlässlich, die konsequente Verfolgung pädokrimineller Täter,
870 die im Netz aktiv sind, zu intensivieren. Sexualisierte Gewalt gegen Kinder im Netz
871 soll härtere Konsequenzen nach sich ziehen, Schutzlücken müssen geschlossen
872 werden.

873
874 In familiengerichtlichen Verfahren muss bei Hinweisen auf (sexualisierte) Gewalt zur
875 Einschätzung der Gefährdungslage eine Stellungnahme von Fachleuten für Gewalt-
876 schutz und – soweit relevant – der Rechtsmedizin eingeholt werden. Das Umgangs-
877 recht darf dem Gewaltschutz nicht zuwiderlaufen.

878
879 Wir wollen die Stelle des/der Unabhängigen Beauftragten für Fragen des sexuellen
880 Kindesmissbrauchs (UBSKM) einschließlich der wertvollen Arbeit des Betroffenen-
881 rats verstetigen.

882
883 Der Bund wird weiterhin seiner Verantwortung gegenüber den Betroffenen sexuellen
884 Missbrauchs mit dem „Fonds Sexueller Missbrauch“ Rechnung tragen und darauf
885 hinwirken, dass alle Länder ihren finanziellen Beitrag leisten.

886 Wir werden weitere Maßnahmen gegen weibliche Genitalverstümmelung ergreifen.

887

888 **Kinder- und Jugendmedienschutz**

889 Die digitalen Medien eröffnen für Kinder und Jugendliche viele Chancen. Gleichzeitig
890 sind sie ständig und ortsunabhängig ansprechbar und dadurch massiven neuartigen
891 Risiken ausgesetzt. Der Anstieg von Cybermobbing, Grooming und sexualisierter
892 Gewalt, Suchtgefährdung und Anleitung zu Selbstgefährdung im Netz ist besorgnis-
893 erregend. Zeitgemäßer Jugendmedienschutz muss den Schutz von Kindern und Ju-
894 gendlichen vor gefährdenden Inhalten sicherstellen, den Schutz ihrer Persönlich-
895 keitsrechte und ihrer Daten gewährleisten und die Instrumente zur Stärkung der Me-
896 dienkompetenz weiterentwickeln. Daher werden wir einen zukunftsfähigen und kohä-
897 renten Rechtsrahmen – unter Berücksichtigung der kompetenzrechtlichen Zuständig-
898 keiten der Länder – für den Kinder- und Jugendmedienschutz im Jugendmedi-
899 schutzstaatsvertrag und Jugendschutzgesetz schaffen.

900

901 Wir dämmen Interaktionsrisiken ein (z. B. bei Chatfunktionen) und sorgen unter Wah-
902 rung der Kompetenzen der Länder für eine wirkungsvolle Durchsetzung des Kinder-
903 und Jugendmedienschutzes auch gegenüber nicht in Deutschland ansässigen Ange-
904 boten.

905

906 **Eigenständige Jugendpolitik**

907 Jugend ist eine eigenständige und prägende Lebensphase, in der es darum geht,
908 selbstständig zu werden, sich zu qualifizieren und einen Platz in der Gesellschaft zu
909 finden. Dafür wollen wir die eigenständige Jugendpolitik weiterführen und eine ge-
910 meinsame Jugendstrategie der Bundesregierung entwickeln.

911

912 Ziel soll sein, bei politischen Maßnahmen für jugendpolitische Belange zu sensibili-
913 sieren. Die Teilhabe von jungen Menschen wollen wir auf allen Ebenen stärken und
914 weitere Beteiligungsformate unterstützen.

915

916 Wir wollen Jugendliche für Politik begeistern und die Akzeptanz unserer Demokratie
917 stärken. Das gesellschaftliche und politische Engagement sowie die kulturelle Bil-
918 dung junger Menschen sind für uns von großer Bedeutung. Hierzu wollen wir mehr
919 Mittel zur Verfügung stellen.

920

921 Internationale Austausche vermitteln Sprachkenntnisse, fördern die interkulturelle
922 Kompetenz und befähigen junge Menschen, sich in einer globalisierten Welt zu ori-
923 entieren. Sich begegnen und einander zu verstehen sind wichtige Voraussetzungen
924 für ein gutes Zusammenleben in Europa und weltweit. Deshalb wollen wir den inter-
925 nationalen Jugendaustausch weiter stärken, damit junge Menschen unabhängig von
926 Herkunft und Bildung die Chance haben, an einem internationalen Jugendaustausch
927 teilzunehmen. Wir wollen die internationale und europäische Jugendarbeit unterstüt-
928 zen und fortentwickeln und mit adäquaten Mitteln ausstatten.

929

930 **3. Gleichberechtigung von Frauen und Männern**

931 Gleichstellung von Frauen und Männern ist eine Frage der Gerechtigkeit. Sie ist Vo-
932 raussetzung und Motor für nachhaltige Entwicklung und die Zukunftsfähigkeit unserer
933 Gesellschaft, national und international.

934

935 Für uns sind die tatsächliche Gleichstellung von Frauen und Männern, Förderung der
936 Familienfreundlichkeit, die Werteordnung des Grundgesetzes und die von uns ratifi-

937 zierten internationalen Vereinbarungen eine Verpflichtung, die sich durch die gesam-
938 te Regierungsarbeit ziehen muss. Wir haben in der vergangenen Wahlperiode viel
939 erreicht. Daran knüpfen wir an. Wir wollen noch vorhandene strukturelle Hemmnisse
940 abbauen und werden dazu eine ressortübergreifende Gleichstellungsstrategie entwi-
941 ckeln und mit einem Aktionsplan umsetzen.

942
943 Frauen sind in Führungspositionen noch immer unterrepräsentiert. Mit dem Gesetz
944 für mehr Frauen in Führungspositionen haben wir in der vergangenen Legislaturperi-
945 ode einen Meilenstein gesetzt. Diesen Weg werden wir weitergehen und bei der re-
946 gelmäßigen Berichterstattung der Bundesregierung ein besonderes Augenmerk auf
947 Unternehmen ohne Frauen in Führungspositionen legen, die sich eine Zielgröße
948 „Null“ geben. Wir wollen die Wirksamkeit des Gesetzes verbessern, indem wir die
949 Nichteinhaltung der Meldepflicht für Zielvorgaben für Vorstände und Führungsebe-
950 nen und die Begründungspflicht bei der Angabe Zielvorgabe „Null“ sanktionieren ent-
951 sprechend den Bestimmungen des § 335 Handelsgesetzbuch (HGB).

952
953 Dem öffentlichen Dienst kommt für die Gleichstellung von Frauen und Männern eine
954 Vorbildfunktion zu. Wir wollen daher die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und
955 Männern in Leitungsfunktionen des öffentlichen Dienstes bis 2025 erreichen. Dazu
956 werden wir dieses Ziel für den Geltungsbereich des Bundesgleichstellungsgesetzes
957 festschreiben. Im Bundesgremienbesetzungsgesetz werden wir regeln, dass der
958 Bund bereits für Gremien, für die er lediglich zwei Mitglieder zu bestimmen hat, die
959 geltende Quotierungsregelung beachten soll.

960
961 Gleichzeitig werden wir die Teilzeittätigkeit in Führungspositionen stärker als bisher
962 ermöglichen. Bei der Feststellung von Kompetenzen im Rahmen dienstlicher Beurtei-
963 lungen sind Erfahrungen und Fähigkeiten aus Erziehung und Pflege zu berücksichti-
964 gen.

965
966 Wir wollen prüfen, wie eine Erweiterung des Geltungsbereichs des Gesetzes für die
967 gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen in der
968 Privatwirtschaft und im öffentlichen Dienst auf Unternehmen mit wesentlicher Bun-
969 desbeteiligung und Körperschaften des Öffentlichen Rechts auf Bundesebene umge-
970 setzt werden kann.

971
972 Strukturelle Ungleichgewichte von Frauen auf dem Arbeitsmarkt, die zur Entgeltlücke
973 wesentlich beitragen, wollen wir gezielt abbauen. Dazu wollen wir u. a. finanzielle
974 Ausbildungshürden bei Sozial- und Pflegeberufen abbauen und streben Ausbil-
975 dungsvergütungen an.

976
977 Beschäftigte in Unternehmen ab 200 Beschäftigten können seit dem 6. Januar 2018
978 erstmals einen individuellen Auskunftsanspruch geltend machen und Auskunft über
979 die Entgeltstrukturen im Unternehmen verlangen. Für Betroffene wollen wir bei der
980 Antidiskriminierungsstelle des Bundes gezielte Beratungs- und Unterstützungsange-
981 bote schaffen sowie zertifizierte Prüfverfahren für Unternehmen anbieten.

982
983 Im Juli 2019 ist eine erste Evaluation zur Wirksamkeit des Gesetzes durch die Bun-
984 desregierung vorzulegen. Dabei werden wir ein besonderes Augenmerk auf die Erfül-
985 lung der entsprechenden Berichtspflichten und Auskunftsansprüche legen. Auf
986 Grundlage der ersten Erfahrungen ist über weitere erforderliche Schritte zu entschei-
987 den.

988 Auch nach 100 Jahren Frauenwahlrecht gibt es noch keine gleichberechtigte politi-
989 sche Teilhabe von Frauen. Aktuell ist der Anteil von Frauen im Deutschen Bundestag
990 zurückgegangen. Wir wollen, dass Frauen und Männer auch in Parlamenten auf allen
991 Ebenen gleichberechtigt beteiligt sind und deshalb verstärkt Frauen für die politische
992 Beteiligung gewinnen. Um eine höhere Repräsentanz von Frauen in der Politik zu
993 erreichen und mehr Frauen den Weg in die Politik zu ebnen, werden wir bewährte
994 politische Programme – wie das Helene-Weber-Kolleg und den Helene-Weber-
995 Preis – verstetigen. Wir wollen eine Bundesstiftung gründen, die sich wissenschaft-
996 lich fundiert insbesondere Fragen der gerechten Partizipation von Frauen in Gesell-
997 schaft, Politik, Wirtschaft und Wissenschaft widmet.

998
999 Sexismus begegnet uns täglich und überall – in Medien und Kultur, in der Werbung,
1000 am Arbeitsplatz und in der Politik. Sexismus würdigt Menschen aufgrund ihres Ge-
1001 schlechts herab. In einer offenen, modernen und gleichberechtigten Gesellschaft hat
1002 Sexismus keinen Platz. Wir wollen Sexismus bekämpfen, Maßnahmen dagegen ent-
1003 wickeln und erfolgreiche Projekte fortführen.

1004
1005 Die gleichberechtigte Mitwirkung von Frauen bei der Prävention und Beilegung von
1006 Konflikten wird eine wichtige Rolle spielen.

1007
1008 Deutschland wird im Rahmen der EU-Ratspräsidentschaft und als Partner der
1009 Triopräsidentschaft die Gleichstellung von Frauen und Männern in der EU weiter
1010 vorantreiben und sichtbar machen.

1011
1012 Wir verbessern die Vereinbarkeit von Familie und Beruf von erwerbstätigen Eltern,
1013 Alleinerziehenden, älteren Menschen und pflegenden Angehörigen durch Zuschüsse
1014 für die Inanspruchnahme von haushaltsnahen Dienstleistungen. Gleichzeitig fördern
1015 wir damit legale, sozialversicherungspflichtige Beschäftigung, insbesondere von
1016 Frauen.

1017
1018 Wir wollen die Teilhabe von Frauen im ländlichen Raum befördern und sie wirtschaft-
1019 lich stärken. Dabei wollen wir auch kleinere Familienbetriebe in den Blick nehmen.

1020
1021 Im Deutschen Digitalen Frauenarchiv wird derzeit die Geschichte der deutschen
1022 Frauenbewegung digitalisiert und verfügbar gemacht. Dies wollen wir verlässlich ab-
1023 sichern.

1024
1025 Zeitgemäße Gleichstellungspolitik nimmt auch Jungen und Männer in den Blick. Auch
1026 sie müssen sich auf gesellschaftliche Entwicklungen und neue Anforderungen ein-
1027 stellen. Dies wollen wir politisch unterstützen.

1028
1029 **4. Bekämpfung von Gewalt gegenüber Frauen und ihren Kindern**

1030 Wir werden die Verpflichtungen aus der Istanbul-Konvention umsetzen und dazu ein
1031 Aktionsprogramm zur Prävention und Unterstützung für von Gewalt betroffene Fra-
1032 en und Kinder auflegen und die Hilfestrukturen verbessern. Um von Gewalt betroffe-
1033 nen Frauen und Kindern den gesicherten Zugang zu Schutz und Beratung in Frau-
1034 enhäusern zu ermöglichen, werden wir einen Runden Tisch von Bund, Ländern und
1035 Kommunen einberufen. Ziel der Beratungen ist der bedarfsgerechte Ausbau und die
1036 adäquate finanzielle Absicherung der Arbeit von Frauenhäusern und entsprechenden
1037 ambulanten Hilfs- und Betreuungsmaßnahmen. Wir wollen in diesem Zusammen-
1038 hang, ein Investitions-, Innovations- und Sanierungsprogramm auflegen, Weiterquali-

1039 fizierungsmaßnahmen und Schulungen für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unter-
1040 stützen und spezifische psychosoziale Hilfen für traumatisierte Kinder und Frauen
1041 sicherstellen.

1042
1043 Um für die betroffenen Frauen den Zugang zu ermöglichen und ihnen bei der Tra-
1044 gung der Unterbringungskosten zu helfen, werden wir prüfen, ob und inwieweit ana-
1045 log zum Unterhaltsvorschussgesetz eine vorläufige Übernahme der Kosten bei
1046 gleichzeitigem Übergang der Unterhaltsforderung auf den Kostenträger verankert
1047 werden kann.

1048
1049 Wir wollen das bundesweite Hilfetelefon für von Gewalt betroffene Frauen ausbauen,
1050 besser bewerben und die Online-Beratungsangebote erweitern. Die anonymisierte
1051 Beweissicherung bei Gewalt- und Missbrauchsfällen werden wir in ganz Deutschland
1052 ermöglichen.

1053
1054 Wir werden prüfen, welche weiteren Maßnahmen im Bereich Gewaltschutz von
1055 Frauen erforderlich sind.

1056
1057 Wir wollen eine bundesweite Öffentlichkeitskampagne zur Ächtung von Gewalt ge-
1058 gen Frauen sowie zur Sensibilisierung und Information der breiten Öffentlichkeit zu
1059 Hilfe, Unterstützung und Handlungsmöglichkeiten dagegen durchführen.

1060
1061 Darüber hinaus wollen wir Sensibilisierungsmaßnahmen für Unternehmen und öffent-
1062 liche Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber entwickeln und mit den beteiligten Akteuren
1063 eine gemeinsame Strategie gegen sexuelle Belästigung am Arbeitsplatz erarbeiten.

1064
1065 Gegen Menschenhandel muss entschieden vorgegangen werden, deshalb wollen wir
1066 die Strukturen zur Bekämpfung des Menschenhandels und zur Unterstützung der
1067 Opfer stärken.

1068 1069 **5. Seniorinnen und Senioren**

1070 Noch nie sind Menschen so gesund wie heute alt geworden. Nach dem Erwerbsle-
1071 ben liegt meist ein langer Lebensabschnitt mit guter Lebensqualität vor ihnen. Sie
1072 unterstützen ihre Kinder und Enkelkinder. Sie engagieren sich in Vereinen, Verbän-
1073 den und Nachbarschaften.

1074
1075 Auf die Beiträge und Potenziale, die ältere Menschen für unsere Gesellschaft leisten,
1076 können, dürfen und wollen wir nicht verzichten. Ihre Lebenserfahrung und ihr Rat
1077 sind wichtig. Sie sollen möglichst lange gesund und aktiv bleiben, am gesellschaftli-
1078 chen und kulturellen Leben teilhaben und selbstbestimmt in Würde alt werden kön-
1079 nen. Dabei helfen wir auch denjenigen, die unsere besondere Unterstützung brau-
1080 chen. Wir wirken Altersdiskriminierung entschieden entgegen.

1081
1082 Wir wollen die Kommunen bei der Bewältigung des demografischen Wandels nach-
1083 haltig unterstützen und die Menschen in den Mittelpunkt stellen. Die Rahmenbedin-
1084 gungen vor Ort wie auch auf Bundesebene wollen wir weiter verbessern und Verein-
1085 samung entgegenwirken.

1086
1087 Das bedeutet vor allem eine gute Infrastruktur in unseren Kommunen und den Auf-
1088 bau eines seniorenrechtlichen Wohnumfelds und einer entsprechenden Nachbar-
1089 schaft. Wir setzen auf einen weiteren Ausbau unterschiedlicher und ortsnaher Bera-

1090 tungs-, Bildungs- und Unterstützungsangebote sowie unterschiedlicher Wohnformen,
1091 um den vielfältigen Bedürfnissen und Wünschen älterer Menschen gerecht zu wer-
1092 den und die Selbstbestimmung im Alter zu ermöglichen. Dazu wollen wir das bewähr-
1093 te Programm „Demografiewerkstatt Kommune“ ausbauen. Wir wollen Hürden beim
1094 Ausbau alternativer Unterstützungs- und Wohnformen – wie z. B. bei der steuerrecht-
1095 lichen Bewertung von „Wohnen für Hilfe“ – beseitigen und Seniorengenossenschaf-
1096 ten stärken.

1097
1098 Die Mehrgenerationenhäuser stellen bundesweit, besonders für den ländlichen
1099 Raum, eine unverzichtbare soziale Infrastruktur dar und leisten damit einen wichtigen
1100 Beitrag zum generationenübergreifenden Dialog und zur Herstellung gleichwertiger
1101 Lebensverhältnisse. Wir wollen sie absichern und weiter ausbauen, insbesondere im
1102 ländlichen Raum.

1103
1104 Wir lassen ältere Menschen bei der Digitalisierung nicht allein. Der Zugang zu digita-
1105 len Medien, die Nutzung der Potenziale der Digitalisierung und lebensbegleitendes
1106 Lernen sind für ältere Menschen eine wichtige Voraussetzung dafür, möglichst lange
1107 aktiv zu bleiben. Deshalb ist eine Weiterbildung auch im Rahmen der Digitalisierung
1108 für die Älteren unverzichtbar.

1109
1110 Wir wollen den Bundesaltenplan zusammen mit den Seniorenorganisationen weiter-
1111 entwickeln und ausbauen.

1112
1113 Menschen mit psychischen Erkrankungen oder Demenz und ihre Angehörigen benö-
1114 tigen neben guter medizinischer Versorgung vor allem soziale Anbindung. Wir wer-
1115 den die Agenda „Gemeinsam für Menschen mit Demenz“ zusammen mit den Bun-
1116 desländern, allen relevanten Akteuren und unter Einbezug von Menschen mit De-
1117 menz weiterentwickeln.

1118 **IV. Offensive für Bildung, Forschung und Digitalisierung**

1119

1120 Bildung, Wissenschaft und Forschung sind die Schlüsselthemen für Deutschlands
1121 Zukunft. Es gilt, technologische, wissenschaftliche und soziale Innovationen zu för-
1122 dern, gerechte Bildungschancen für alle zu gewährleisten und ein hohes Qualifikati-
1123 onsniveau zu sichern. Die Freiheit der Wissenschaft ist für uns konstitutiv. Für das
1124 Chancenland Deutschland wollen wir zusätzliche Mittel mobilisieren. Dabei sind fol-
1125 gende Projekte wichtig:

1126

1127 **1. Allgemeine Bildung und Schulen**

1128 Wir wollen die Bildungschancen in Deutschland im gemeinsamen Schulterschluss
1129 von Bund und Ländern verbessern. Dafür wollen wir nach dem Vorbild des Wissen-
1130 schaftsrates einen Nationalen Bildungsrat einrichten. Der Nationale Bildungsrat soll
1131 auf Grundlage der empirischen Bildungs- und Wissenschaftsforschung Vorschläge
1132 für mehr Transparenz, Qualität und Vergleichbarkeit im Bildungswesen vorlegen und
1133 dazu beitragen, sich über die zukünftigen Ziele und Entwicklungen im Bildungswesen
1134 zu verständigen und die Zusammenarbeit der beteiligten politischen Ebenen bei der
1135 Gestaltung der Bildungsangebote über die ganze Bildungsbiographie hinweg zu för-
1136 dern. Über Mandatierung, Zusammensetzung, institutionelle Anbindung und Ausstat-
1137 tung des Nationalen Bildungsrates entscheiden Bund und Länder gemeinsam.

1138

1139 Zur Verbesserung der Bildung werden wir eine Investitionsoffensive für Schulen auf
1140 den Weg bringen. Diese umfasst zusätzlich zum laufenden Schulsanierungspro-
1141 gramm die Unterstützung der Länder bei ihren Investitionen in die Bildungsinfrastruk-
1142 tur, insbesondere Ganztagsschul- und Betreuungsangebote, Digitalisierung und be-
1143 rufliche Schulen. Dazu werden wir die erforderliche Rechtsgrundlage in Art. 104c
1144 Grundgesetz (GG) durch die Streichung des Begriffs „finanzschwache“ in Bezug auf
1145 die Kommunen anpassen. Die Kultushoheit bleibt Kompetenz der Länder.

1146

1147 Wir werden ganztägige Bildungs- und Betreuungsangebote für alle Schülerinnen und
1148 Schüler im Grundschulalter ermöglichen. Wir werden deshalb einen Rechtsanspruch
1149 auf Ganztagsbetreuung für alle Kinder im Grundschulalter schaffen. Dafür werden wir
1150 gemeinsam mit den Ländern die Angebote so ausbauen, dass der Rechtsanspruch
1151 im Jahre 2025 erfüllt werden kann. Der Bund stellt für Investitionen in Ganztagsschul-
1152 und Betreuungsangebote zwei Milliarden Euro zur Verfügung. Bei der Umsetzung
1153 des Rechtsanspruchs werden wir auf Flexibilität achten, bedarfsgerecht vorgehen
1154 und die Vielfalt der in den Ländern und Kommunen bestehenden Betreuungsmög-
1155 lichkeiten der Kinder- und Jugendhilfe und die schulischen Angebote berücksichtigen
1156 und darauf aufbauen. Für die Ausgestaltung wollen wir das Sozialgesetzbuch (SGB)
1157 VIII nutzen. Um diesen Rechtsanspruch bis 2025 zu verwirklichen, bedarf es konkre-
1158 ter rechtlicher, finanzieller und zeitlicher Umsetzungsschritte, die wir in einer Verein-
1159 barung von Bund und Ländern unter Einbeziehung der kommunalen Spitzenverbän-
1160 de festlegen werden. Dabei wird der Bund sicherstellen, dass insbesondere der lau-
1161 fenden Kostenbelastung der Kommunen Rechnung getragen wird.

1162

1163 Wir wollen Schülerinnen und Schüler besser auf das Leben und Arbeiten in der digi-
1164 talen Welt vorbereiten und zugleich das Lernen in der Schule verbessern und mo-
1165 dernisieren. Deshalb werden wir unsere Schulen im Rahmen des gemeinsamen Digi-
1166 talpakts Schule von Bund und Ländern so ausstatten, dass die Schülerinnen und
1167 Schüler in allen Fächern und Lernbereichen eine digitale Lernumgebung nutzen kön-
1168 nen, um die notwendigen Kompetenzen in der digitalen Welt zu erwerben. Bund,

1169 Länder und Schulträger werden gemeinsam die erforderliche IT-Infrastruktur und die
1170 für digitales Lernen erforderlichen Technologien aufbauen. Ausgangspunkte für die
1171 Gestaltung des Digitalpakts Schule sind die digitalen Bildungsstrategien von Bund
1172 und Ländern sowie der bereits vorliegende Eckpunkteentwurf einer Bund-Länder-
1173 Vereinbarung. In diesem Zusammenhang wollen wir auch eine gemeinsame Cloud-
1174 Lösung für Schulen schaffen. Der Bund stellt für diese Aufgaben fünf Milliarden Euro
1175 in fünf Jahren zur Verfügung, davon 3,5 Milliarden Euro in dieser Legislaturperiode,
1176 die die Länder- und Kommunalinvestitionen ergänzen, nicht ersetzen.

1177
1178 Die Vergabe der Bundesmittel wird an einvernehmlich mit den Ländern vereinbarte
1179 Bedingungen gebunden, insbesondere werden die Länder die erforderliche Qualifika-
1180 tion der Lehrkräfte sicherstellen, die Bildungs- und Lehrpläne aller Bildungsgänge im
1181 Sinne des Kompetenzrahmens der Kultusministerkonferenz (einschließlich Medien-
1182 kompetenz) überprüfen und weiterentwickeln sowie dafür Sorge tragen, dass Betrieb,
1183 Wartung und Interoperabilität der Infrastrukturen durch die Antragsteller sichergestellt
1184 werden. Über den Fortschritt der Investitionsoffensive und die Zielerreichung werden
1185 Bund und Länder regelmäßig berichten.

1186
1187 Nach dem Vorbild der gemeinsamen Initiative zur Förderung leistungsstarker und
1188 leistungsfähiger Schülerinnen und Schüler wollen wir gemeinsam mit den Ländern
1189 die besonderen Herausforderungen von Schulen in benachteiligten sozialen Lagen
1190 und mit besonderen Aufgaben der Integration aufgreifen. Der Bund sorgt dabei für
1191 die Förderung der begleitenden Forschung sowie die Evaluierung der Wirksamkeit
1192 der getroffenen Maßnahmen. Die Länder sorgen für die Begleitung und Förderung
1193 der teilnehmenden Schulen.

1194
1195 Mit der Investitionsoffensive Schule und dem Digitalpakt Schule tragen wir auch zur
1196 inklusiven Bildung bei. In der Bildungsforschung soll die inklusive Bildung entlang der
1197 gesamten Bildungsbiographie zu einem Schwerpunkt gemacht werden.

1198
1199 Weitere Schwerpunkte in der Bildungsforschung sollen bei der Qualitätsverbessere-
1200 rung des Unterrichts, der Digitalisierung, der sozialen Integration und dem Abbau von
1201 Bildungsbarrieren liegen.

1202
1203 Wir wollen die kulturelle Bildung durch das Programm „Kultur macht stark“ weiter för-
1204 dern und ausbauen. Die Zusammenarbeit bei der kulturellen Bildung von schuli-
1205 schem und außerschulischem Raum ist zu verstärken. Außerdem wollen wir die För-
1206 derung der Bildung für nachhaltige Entwicklung intensivieren.

1207
1208 Wir wollen die MINT-Bildung stärken, beginnend mit der Elementarbildung über die
1209 Initiative „Haus der Kleinen Forscher“. Die Potenziale von Mädchen und Frauen wol-
1210 len wir besonders fördern. Wir unterstützen den Aufbau eines bundesweiten MINT-E-
1211 Portals für mehr Transparenz und Information sowie die Entwicklung von Qualitätskri-
1212 terien. Zudem wollen wir Wettbewerbe im MINT-Bereich weiter fördern.

1213 1214 **2. Berufliche Bildung und Weiterbildung**

1215 Die berufliche Bildung in Deutschland ist ein Erfolgsmodell. Für die Unternehmen ist
1216 sie zur Sicherung des Fachkräftebedarfs unverzichtbar. Für die Jugendlichen schafft
1217 sie verlässlich gute Chancen für eine erfolgreiche berufliche Laufbahn. Auch deshalb
1218 haben junge Menschen bei uns das geringste Arbeitslosenrisiko im europäischen

1219 Vergleich. Wir steigern die Attraktivität der beruflichen Bildung, sie ist für uns gleich-
1220 wertig mit der akademischen Bildung.
1221

1222 Den Transformationsprozess in der Arbeitswelt wollen wir zum Nutzen aller gestal-
1223 ten. Insbesondere die berufliche Aus- und Weiterbildung muss mit der wachsenden
1224 Dynamik veränderter Qualifikationsanforderungen Schritt halten und langfristig den
1225 Qualifizierungsbedarf der Wirtschaft und des öffentlichen Bereichs decken.
1226

1227 Die berufliche Bildung werden wir mit einem Berufsbildungspakt modernisieren und
1228 stärken. Dazu gehören im Rahmen der Investitionsoffensive für Schulen nach Art.
1229 104c Grundgesetz (GG) eine Ausstattungsoffensive für berufliche Schulen vor dem
1230 Hintergrund der Digitalisierung.
1231

1232 Im Rahmen der Novelle des Berufsbildungsgesetzes (BBiG) werden wir eine Min-
1233 destausbildungsvergütung im Berufsbildungsgesetz verankern. Das Gesetz soll bis
1234 zum 1. August 2019 beschlossen werden und zum 1. Januar 2020 in Kraft treten. In
1235 diesem Rahmen wollen wir die Modernisierung der Ausbildungs- und Aufstiegsord-
1236 nungen u. a. im Hinblick auf eine digitale Ausbildungsstrategie sowie eine Verbesse-
1237 rung der Rahmenbedingungen erreichen.
1238

1239 Wir wollen die Berufsorientierung im Zusammenwirken von Bund und Ländern an
1240 allen allgemeinbildenden Schulen der Sekundarstufe weiter stärken, auch an allen
1241 Gymnasien. In Zusammenarbeit mit den Ländern wollen wir sie durch qualitativ
1242 hochwertige Angebote ausbauen und in gemeinsamen Vereinbarungen mit den Län-
1243 dern verankern. Darüber hinaus wollen wir die erfolgreiche Arbeit der Jugendberufs-
1244 agenturen ausweiten.
1245

1246 Wir wollen zudem die „Initiative Berufsbildung 4.0“ ausbauen, die Weiterbildung von
1247 Ausbilderinnen und Ausbildern stärken sowie das Sonderprogramm zur Digitalisie-
1248 rung überbetrieblicher Berufsbildungsstätten (ÜBS) ausweiten. Wir wollen Hilfen für
1249 stärkere und schwächere Jugendliche fortentwickeln und wollen mehr Betriebe für
1250 die Ausbildung gewinnen, besonders auch Klein- und Kleinstbetriebe. Wir wollen
1251 Probleme bei der Passgenauigkeit auf dem Ausbildungsmarkt insbesondere durch
1252 verbesserte Mobilitätshilfen reduzieren. Wir stärken regionale Ausbildungsmärkte
1253 außerdem durch die Mobilisierung der Akteure vor Ort durch Wettbewerbe. Die At-
1254 traktivität von Berufslaufbahnen erhöhen wir auch mit einem Innovationswettbewerb
1255 in der beruflichen Bildung.
1256

1257 Wir werden mit dem Aufstiegsfortbildungsförderungsgesetz („Aufstiegs-BAföG“) fi-
1258 nanzielle Hürden für den beruflichen Aufstieg abbauen mit dem Ziel einer weiteren
1259 deutlichen Verbesserung beim Unterhaltszuschuss, Erfolgsbonus und bei der Famili-
1260 enfreundlichkeit. Darüber hinaus werden wir den Maßnahmenzuschuss erhöhen.
1261 Damit leisten wir einen weiteren Beitrag, um finanzielle Hürden für angehende Tech-
1262 nikerinnen und Techniker, Meisterinnen und Meister sowie Fachwirtinnen und Fach-
1263 wirt im Sinne der vollständigen Gebührenfreiheit zu beseitigen.
1264

1265 Wir schaffen transparente berufliche Fortbildungsstufen und stellen Aufsteigerinnen
1266 und Aufsteiger auf allen drei Stufen ein finanzielles Förderangebot zur Verfügung.
1267 Zudem wollen wir innovative Qualifizierungswege wie die höhere Berufsbildung und
1268 das duale Studium stärken, indem wir hochschulisches und berufsbildendes Lernen
1269 in gemeinsamen Qualifizierungsangeboten zusammenführen und so die Übergänge

1270 zwischen der beruflichen und der akademischen Bildung besser gestalten. Die
1271 Durchlässigkeit und Synergien zwischen beruflicher und akademischer Bildung in
1272 beide Richtungen wollen wir fördern, um die Ausbildung zu verbessern und Ausbil-
1273 dungszeiten effizienter zu nutzen. Hierzu wollen wir die Anzahl der Aufstiegs- und
1274 Weiterbildungsstipendien steigern.
1275
1276 Wir wollen die Aus- und Weiterbildung in Sozial- und Pflegeberufen attraktiver ma-
1277 chen und mehr junge Menschen für dieses Berufsbild gewinnen, um Fachkräfte zu
1278 sichern. Deshalb werden wir auch hier finanzielle Ausbildungshürden abbauen und
1279 Ausbildungsvergütungen anstreben.
1280
1281 Wir wollen die Allianz für Aus- und Weiterbildung fortsetzen und mit dem Ziel weiter-
1282 entwickeln, allen jungen Menschen einen qualitativ hochwertigen Ausbildungsplatz
1283 garantiert anzubieten. Die assistierte Ausbildung, bei der neben den Jugendlichen
1284 auch Eltern, Schulen und Unternehmen unterstützt werden, wollen wir bundesweit
1285 ausbauen. Gleichzeitig wollen wir das Instrument der ausbildungsbegleitenden Hilfen
1286 stärken, um so Unterstützung bei Lernschwierigkeiten oder bei Problemen im sozia-
1287 len Umfeld zu ermöglichen. Wir drängen weiter auf die bundesweite ausbildungs-
1288 freundliche Umsetzung der wichtigen 3+2-Regelung für den Arbeitsmarktzugang ge-
1289 gemäß § 60a Aufenthaltsgesetz.
1290
1291 Die internationale Mobilität von Auszubildenden der beruflichen Bildung wollen wir
1292 ausbauen und besser fördern.
1293
1294 Um die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu fördern und mehr Menschen die Aus-
1295 bildung zu ermöglichen, wollen wir eine Initiative zur stärkeren Nutzung der Teilzeit-
1296 ausbildung starten.
1297
1298 Außerdem wollen wir die qualifikationsadäquate Beschäftigung von Menschen mit
1299 ausländischen Berufsabschlüssen weiter fördern. Die Informations-, Beratungs- und
1300 Unterstützungsangebote zum Anerkennungsgesetz wollen wir weiterentwickeln und
1301 den Anerkennungszuschuss ausbauen.
1302
1303 Da ein Grund für schlechte Chancen auf dem Arbeitsmarkt mangelnde Grundbildung
1304 ist, wollen wir die nationale Dekade für Alphabetisierung ausbauen und insbesondere
1305 die arbeitsplatz- und familienorientierte Grundbildung in den Blick nehmen.
1306
1307 Menschen müssen in jedem Alter und in jeder Lebenslage die Chance haben, am
1308 digitalen Wandel teilzuhaben, digitale Medien für ihr persönliches Lernen und ihre
1309 Bildung zu nutzen und Medienkompetenz zu erwerben. Wir wollen die Entwicklung
1310 von attraktiven, niedrighschwelligem Lernangeboten fördern, vor allem im Bereich der
1311 Volkshochschulen, und die Qualitätssicherung in der digitalen Weiterbildung durch
1312 Bildungsforschung unterstützen.
1313
1314 Aufgrund der Bedeutung für Wirtschaft und Gesellschaft werden wir eine Enquete-
1315 Kommission des Deutschen Bundestags zur „Stärkung der beruflichen Bildung zur
1316 Sicherung des Fachkräftebedarfs“ einrichten.
1317
1318 Neben dem Ausbau der individuellen Förderinstrumente für den beruflichen Aufstieg
1319 wie das Aufstiegs-BAföG, die Bildungsprämie sowie die Stipendienprogramme für
1320 beruflich Qualifizierte (Aufstiegs- und Weiterbildungsstipendien) werden wir die

1321 Transparenz auf dem vielfältigen Weiterbildungsmarkt für Menschen und Unterneh-
1322 men erhöhen und Information und Beratung ausbauen.

1323

1324 Gleichzeitig wollen wir die Weiterbildungsangebote der Hochschulen ausweiten und
1325 ein Programm für beruflichen Aufstieg durch Bildung auf den Weg bringen, um beruf-
1326 lichen Aufstieg noch attraktiver zu machen.

1327

1328 Wir wollen die wissenschaftliche Weiterbildung intensivieren und Netzwerke von
1329 Hochschulen und Unternehmen, insbesondere von Fachhochschulen und kleinen
1330 und mittleren Unternehmen, fördern.

1331

1332 **3. Hochschulen und Wissenschaft**

1333 Die Bundesaufwendungen für Studienplätze im Rahmen des Hochschulpakts sind für
1334 die Hochschulen unverzichtbar. Um vor dem Hintergrund der anhaltend hohen Stu-
1335 diennachfrage eine qualitativ hochwertige Lehre sicherzustellen, werden wir die Bun-
1336 desmittel auf Grundlage des neu geschaffenen Art. 91b Grundgesetz (GG) dauerhaft
1337 verstetigen. Die konkreten Förderkriterien können alle sieben Jahre periodisch mit
1338 den Ländern und Hochschulen ausverhandelt werden. Dabei sind im Sinne guter Ar-
1339 beit Kontinuität und Verlässlichkeit wichtige Kriterien und sollen mit qualitativen und
1340 quantitativen Aspekten in der Hochschulbildung verbunden werden. Die zielgerichte-
1341 te Verwendung der Bundesmittel wird regelmäßig überprüft. Für uns stehen die Qua-
1342 lität von Forschung und Lehre und die Berufschancen der Studierenden (Absolven-
1343 tenstudien) im Mittelpunkt.

1344

1345 Den Qualitätspakt Lehre wollen wir verstetigen und in Anlehnung an die Empfehlun-
1346 gen des Wissenschaftsrates weiterentwickeln und u. a. die innovative Hochschulleh-
1347 re, den hochschulübergreifenden Austausch und die Übertragung erfolgreicher Kon-
1348 zepte wettbewerblich fördern.

1349

1350 Die Qualitätsoffensive Lehrerbildung von Bund und Ländern wollen wir fortsetzen
1351 und um die Schwerpunkte Digitalisierung und Lehrerinnen- und Lehrerausbildung für
1352 die beruflichen Schulen erweitern.

1353

1354 Die Programmpauschalen werden nach 2020 fortgeführt und zur Administrierung
1355 dem Grundhaushalt der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) zugewiesen.
1356 Dabei bleibt bis 2025 der bisherige für Programmpauschalen geltende Finanzie-
1357 rungsschlüssel erhalten. Die Finanzierungsanteile von Bund und Ländern werden für
1358 die Zeit nach 2025 neu verhandelt. Perspektivisch streben wir eine Erhöhung der
1359 Programmpauschalen auf 30 Prozent an.

1360

1361 Wir wollen die Fachhochschulen stärken. Wir wollen die Projektförderung des Bun-
1362 des für Forschung an Fachhochschulen ausbauen und insbesondere den Transfer
1363 und damit die regionale Innovationsfunktion stärken. Wir wollen gemeinsam mit den
1364 Ländern eine breit angelegte Initiative starten, um Karrierewege bis zur Fachhoch-
1365 schulprofessur aktiv zu gestalten und Fachhochschulen bei deren Rekrutierung zu
1366 unterstützen. Zudem wollen wir Strategien der Fachhochschulen zur Internationalisie-
1367 rung gezielt unterstützen.

1368

1369 Das Ausbildungsförderungsgesetz des Bundes (BAföG) wird ausgebaut und die Leis-
1370 tungen werden deutlich verbessert. Unser gemeinsames Ziel ist es, die förderbedürf-
1371 tigen Auszubildenden wieder besser zu erreichen und bis 2021 eine Trendumkehr zu

1372 schaffen. Wir wollen die Stipendienkultur und Begabtenförderwerke in Deutschland
1373 weiter stärken. Die Schüler- und Leistungswettbewerbe wollen wir ausbauen.
1374

1375 Auch die Schaffung studentischen Wohnraums, u. a. auch Wohnheimplätze, wollen
1376 wir fördern.
1377

1378 Die Digitalisierung bietet für unsere Hochschulen große Chancen. Wir wollen sie un-
1379 terstützen, diese Chancen umfassend zu nutzen und damit die Qualität von Studium,
1380 Lehre, Forschung sowie der Verwaltung und den wissenschaftlichen Austausch zu
1381 verbessern. Mit einem Wettbewerb werden wir digital innovative Hochschulen oder
1382 Hochschulverbünde fördern. Wir wollen dabei insbesondere hochschulübergreifende,
1383 vernetzte Konzepte, z. B. Lehr- und Lernplattformen fördern. Wir wollen den Fern-
1384 hochschulen mit dem „Open University Network“ eine Plattform zur Koordinierung
1385 anbieten.
1386

1387 Wir wollen mit einer nationalen Forschungsdaten-Infrastruktur wissenschaftliche Da-
1388 tenbestände systematisieren und einen nachhaltigen Zugang sicherstellen. So stär-
1389 ken wir unser Wissenschaftssystem auch für den internationalen Wettbewerb. Wir
1390 werden mit den Ländern eine auf Dauer angelegte Strategie für Nationales Hochleis-
1391 tungsrechnen nach Art. 91b Grundgesetz (GG) auflegen und diese gemeinsam fi-
1392 nanzieren.
1393

1394 Die Forschungsinfrastrukturen an Hochschulen und außeruniversitären Forschungs-
1395 einrichtungen wollen wir – auch in internationaler Kooperation – ausbauen.
1396

1397 Wir wollen eine nationale Open-Access-Strategie entwickeln. Wir werden offene Ka-
1398 näle für wissenschaftliche Kommunikation und Publikation fördern und Empfänger
1399 von Fördermitteln im Rahmen der Projektförderung des Bundes daher regelhaft ver-
1400 pflichten, ihre Publikationen mittels offener Lizenzen frei verfügbar zu machen und im
1401 Rahmen der Projektförderung des Bundesministeriums für Bildung und Forschung
1402 die entstehenden Overhead-Kosten in einem angemessenen Umfang zu überneh-
1403 men.
1404

1405 Wir werden die Regelungen im Urheberrechts-Wissensgesellschafts-Gesetz für den
1406 Bildungs- und Wissenschaftsbereich umfassend evaluieren und unter Abwägung al-
1407 ler Interessen über eine Verstetigung entscheiden.
1408

1409 Exzellenz ist ein Leitelement in der Wissenschaftspolitik. Hierfür wollen wir neben der
1410 Exzellenzstrategie neue Maßnahmen entwickeln, um Spitzenwissenschaftlerinnen
1411 und Spitzenwissenschaftler in Deutschland zu halten und internationale Spitzenwis-
1412 senschaftlerinnen und Spitzenwissenschaftler zu gewinnen.
1413

1414 Wir wollen prüfen, wie wir die neuen Möglichkeiten des Art. 91b Grundgesetz (GG)
1415 nutzen können, um ausgewählte forschungsstarke und exzellente Institute an Hoch-
1416 schulen bundesseitig mitfördern zu können, ohne sie aus der Hochschule herauslö-
1417 sen zu müssen.
1418

1419 Wir wollen den wichtigen Weg für gute Arbeit in der Wissenschaft fortsetzen und die
1420 Evaluationsergebnisse der letzten Novelle des Wissenschaftszeitvertragsgesetzes
1421 auswerten, um Karrierewege in der Wissenschaft attraktiv zu halten.
1422

1423 Wir wollen die Umsetzung des „Masterplans Medizinstudium 2020“ zur Neustrukturierung und Verbesserung der Medizinerbildung, zur Stärkung der Allgemeinmedizin, zur Anpassung des Zulassungsverfahrens und zur besseren flächendeckenden hausärztlichen Versorgung gerade in ländlichen Regionen eng begleiten. Der Bund wird die Länder bei der Novellierung der Hochschulzulassung zum Medizinstudium begleiten, die im Zuge des Bundesverfassungsgerichtsurteils notwendig geworden ist.

1430
1431 Wir wollen die Leistungsfähigkeit des öffentlichen Dienstes weiterhin sicherstellen, indem wir die Zugangsvoraussetzungen im Bundesrecht künftig auch stärker an gewonnenen berufspraktischen Erfahrungen oder besonderen wissenschaftlichen Qualifikationen orientieren und beispielsweise den Zugang zum höheren Dienst des Bundes auch für Bachelor-Absolventen mit Promotion oder mehrjähriger beruflicher Erfahrung öffnen.

1437
1438 Wir wollen dazu beitragen, dass Frauen vermehrt Führungspositionen in Hochschulen und Forschungseinrichtungen übernehmen. Orientiert am Kaskadenmodell müssen Wissenschaftseinrichtungen auf eine Steigerung des Frauenanteils verpflichtet werden. Wir werden als Kriterium für die Förderung von Wissenschafts- und Forschungseinrichtungen die Vorlage von Gleichstellungs- und Personalentwicklungskonzepten mit verbindlichen Zielgrößen zur Erhöhung des Frauenanteils sowie die Einhaltung von Gleichstellungsstandards einführen. Einen wichtigen Beitrag wird das erneuerte Professorinnenprogramm leisten. Daneben liefert insbesondere die Geschlechterforschung wichtige wissenschaftliche Erkenntnisse über Ursachen und Mechanismen, die die Gleichstellung behindern.

1448 1449 **4. Forschung und Innovation**

1450 Deutschland muss ein Innovationsland bleiben. Deshalb vereinbart der Bund gemeinsam mit den Ländern und der Wirtschaft, bis 2025 mindestens 3,5 Prozent des Bruttoinlandsprodukts (BIP) für Forschung und Entwicklung aufzuwenden.

1453
1454 Für strukturschwache Regionen in ganz Deutschland, in denen es an unternehmerischer Innovationskraft fehlt, wollen wir mit einem Rahmenprogramm „Innovation und Strukturwandel“ zielgenaue Förderinstrumente entwickeln, z. B. durch das Programm „WIR – Wandel in der Region durch Innovation“ sowie weitere Maßnahmen zum Ausbau der Innovationskompetenz an regionalen Hochschulen und Forschungseinrichtungen und zur Vernetzung von Innovationsakteuren vor Ort. Die östlichen Bundesländer wollen wir bei ihren Anstrengungen in der Wissenschafts- und Innovationspolitik besonders unterstützen.

1462
1463 Die Hightech-Strategie (HTS) wird als ressortübergreifende Forschungs- und Innovationsstrategie weiterentwickelt und auf die großen Herausforderungen Digitalisierung, Gesundheit, Klima und Energie, Mobilität, Sicherheit, soziale Innovationen und die Zukunft der Arbeit fokussiert. Umfassende Technologieoffenheit in der Forschungsförderung ist ein wichtiges Grundprinzip unserer Forschungspolitik. Den Transfer wollen wir als zentrale Säule unseres Forschungs- und Innovationssystems nachhaltig stärken und substanzielle Steigerungen erreichen. Zur Förderung von Sprunginnovationen wollen wir neue Instrumente schaffen und die direkte Forschungsförderung des Bundes stärker auf den Wissens- und Technologietransfer in die Wirtschaft ausrichten. Wir wollen Forschungscampi ausbauen. Auf ausgewählten Forschungsfeldern wollen wir starke Anreize für die Zusammenarbeit der Forschungs- und Wissen-

1474 schaftseinrichtungen setzen. Das heißt: Konzepte für Zukunftscluster entwickeln und
1475 umsetzen sowie rechtliche Barrieren für Wissenschaftskooperationen abbauen und
1476 den Transfer in einer konzertierten Aktion der relevanten Akteure umsetzen. Die lau-
1477 fende Hochtemperatur-Plasmaforschung in Deutschland wollen wir angemessen fi-
1478 nanziell absichern. Wir wollen Open-Innovation-Ansätze, soziale Innovationen sowie
1479 inter- und transdisziplinäre Ansätze fördern und Experimentierräume einrichten, um
1480 innovative technische Systeme und neue Geschäftsmodelle zu erproben. Die Validie-
1481 rung des Innovationspotenzials von Forschungsergebnissen wollen wir ebenso för-
1482 dern wie Start-ups und Gründungen aus der Forschung. Wir wollen den Dialog von
1483 Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Gesellschaft intensivieren, neue Beteiligungs-
1484 formen unter Einbeziehung der Zivilgesellschaft erproben und die Wissenschafts-
1485 kommunikation stärken. Wir wollen auch die Internationalisierung der HTS vorantrei-
1486 ben.

1487
1488 Technologische Basis und Triebfeder der Digitalisierung sind Mikroelektronik, mo-
1489 derne Kommunikationstechnik, künstliche Intelligenz, Robotik, Datenwissenschaften,
1490 IT-Sicherheit und Quantentechnologien. Wir wollen die Forschung zu diesen Schlüs-
1491 selstechnologien intensiv fördern, inklusive sozialer und geisteswissenschaftlicher Be-
1492 gleitforschung. Insbesondere wollen wir Deutschland zu einem weltweit führenden
1493 Standort bei der Erforschung von künstlicher Intelligenz machen. Hierzu wollen wir
1494 aus der Plattform Lernende Systeme heraus ein Nationales Forschungskonsortium
1495 für künstliche Intelligenz und maschinelles Lernen aufbauen und konsequent auf
1496 Anwendungen in allen Feldern der Forschungs- und Innovationsstrategie ausrichten.
1497 Wir werden gemeinsam mit unseren französischen Partnern ein öffentlich verantwor-
1498 tetes Zentrum für künstliche Intelligenz errichten. Gemeinsam mit Polen wollen wir
1499 ein Zentrum für digitale Innovationen in der Systemforschung einrichten.

1500
1501 Wir wollen die Gesundheitsforschung ausbauen und die Patientinnen und Patienten
1502 in den Mittelpunkt stellen. Hierzu wollen wir die Hochschulmedizin, insbesondere
1503 auch die Versorgungsforschung und die Medizininformatik, stärken. Deutschland soll
1504 zum Vorreiter bei der Einführung digitaler Innovationen in das Gesundheitssystem
1505 werden. Wir werden eine Roadmap zur Entwicklung und Umsetzung innovativer
1506 E-Health-Lösungen erarbeiten. Die Translation von Forschungsergebnissen zu den
1507 großen Volkskrankheiten wollen wir durch den Ausbau der Deutschen Zentren für
1508 Gesundheitsforschung beschleunigen. Wir wollen eine Nationale Wirkstoffinitiative
1509 starten und eine Nationale Dekade gegen den Krebs ausrufen. Die Forschung zur
1510 Demenz, zu psychischen Erkrankungen, Lungen- und Immunerkrankungen, Kinder-
1511 und Jugendmedizin und zur Prävention wollen wir ebenso ausbauen, wie unser En-
1512 gagement in der Forschung für globale Gesundheit. Zur Verbesserung der medizini-
1513 schen Forschung wollen wir ein Förderprogramm für forschende Ärztinnen und Ärzte
1514 (clinical scientists) und klinisch tätige Forscherinnen und Forscher auflegen.

1515
1516 Wir werden die Nutzung von Prinzipien der Natur vorantreiben und eine ressortüber-
1517 greifende Agenda „Von der Biologie zur Innovation“ gemeinsam mit Wirtschaft, Wis-
1518 senschaft und Zivilgesellschaft erarbeiten. Wir wollen überdies die Entwicklung neuer
1519 Werkstoffe und intelligenter, programmierbarer Materialien fördern.

1520
1521 In der Energie- und Klimaforschung wollen wir gemeinsam mit der Wirtschaft und
1522 zivilgesellschaftlichen Akteuren Systemlösungen erforschen, insbesondere für die
1523 Sektorkopplung von Strom-Mobilität-Wärme. Gleiches gilt für die Erdsystemfor-
1524 schung.

1525 Wir wollen ein Mobilitätsforschungsprogramm inklusive der Erforschung der autono-
1526 men Mobilität auflegen, die Förderung der Batterieforschung intensivieren und den
1527 Aufbau einer Batteriezellproduktion in Deutschland unterstützen. Wir wollen die Er-
1528 forschung synthetischer Kraftstoffe stärken und diese pilothaft zum Einsatz bringen.
1529

1530 Um Sicherheit und Ordnung auch in der vernetzten Welt zu fördern, legen wir ein
1531 neues Rahmenprogramm für die zivile Sicherheitsforschung auf. Wir wollen die
1532 Kompetenzzentren der IT-Sicherheitsforschung zu international sichtbaren For-
1533 schungs- und Beratungszentren, auch für technologieorientierte Unternehmensgrün-
1534 dungen, weiterentwickeln. Wissenschaft, Wirtschaft, Sicherheitsbehörden und Ein-
1535 satzkräfte sollen zusammenarbeiten.
1536

1537 Mit unserem Programm „Zukunft der Arbeit“ wollen wir Antworten auf die Frage ge-
1538 ben, wie die Arbeitswelt mit den neuen Technologien sinnvoll gestaltet werden kann.
1539 Hierzu wollen wir die modellhafte Erarbeitung neuer Arbeitsformen in regionalen
1540 Kompetenzzentren der Arbeitsforschung fördern.
1541

1542 Die Küsten-, Polar- und Meeresforschung wollen wir stärken und die Forschungsflot-
1543 te weiter erneuern. Wir wollen das Meeresforschungsprogramm MARE:N weiterent-
1544 wickeln und gemeinsam mit den Ländern eine Deutsche Allianz für Meeresforschung
1545 gründen.
1546

1547 Den Pakt für Forschung und Innovation (PFI) setzen wir ab dem Jahr 2021 mit einem
1548 jährlichen Aufwuchs von mindestens drei Prozent auf Basis der bewährten Bund-
1549 Länder-Schlüssel fort. Ziele und Instrumente des PFI, insbesondere zum Transfer,
1550 zur Gleichstellung, zur Nachwuchsförderung und zur Kooperation mit Hochschulen,
1551 wollen wir weiterentwickeln und über die Fortschritte jährlich berichten. Die For-
1552 schungsmuseen leisten einen wichtigen Beitrag zur Wissenschaftskommunikation.
1553

1554 Wir erweitern die Förderung der Geistes- und Sozialwissenschaften für wissen-
1555 schaftsgetriebene und grundlagenorientierte Forschungsprojekte. Im Fokus unserer
1556 Förderung wird die Forschung zu Migration, zu Integration und zu gesellschaftlichem
1557 Zusammenhalt, zu Demokratie und Frieden, zu Konfliktursachen und
1558 -bewältigungsstrategien und die Förderung der kleinen Fächer stehen.
1559

1560 Wir stärken in der EU die strategische Forschungspolitik, die Innovationsfähigkeit und
1561 den europäischen Forschungsraum und werden Exzellenz und Subsidiarität als
1562 Grundprinzipien der europäischen Forschungsförderung weiterhin einfordern und
1563 verankern. Die Länder Mittel- und Osteuropas („EU 13“) wollen wir stärker in den eu-
1564 ropäischen Forschungsraum integrieren.
1565

1566 Wir setzen uns dafür ein, dass der nächste mehrjährige EU-Finanzrahmen stärker
1567 auf Zukunftsthemen wie Bildung, Forschung und Innovation ausgerichtet ist. Die fi-
1568 nanzielle Ausstattung des 9. EU-Forschungsrahmenprogramms sollte mindestens
1569 denselben Umfang haben wie der ursprüngliche Haushaltsansatz für „Horizon 2020“.
1570

1571 Der Europäische Forschungsrat muss auch in der künftigen EU-Forschungsförde-
1572 rung eine herausgehobene Stellung einnehmen und weiter gestärkt werden. Wir
1573 werden uns an der konzeptionellen Gestaltung und Umsetzung der französischen
1574 Initiative zu europäischen Hochschulen mit einer „bottom up“-Strategie beteiligen.
1575

1576 Wir wollen die internationale Wettbewerbsfähigkeit unseres Wissenschaftssystems
1577 konsequent weiter ausbauen und wir intensivieren auf Basis der Strategie der Bun-
1578 desregierung zur Internationalisierung von Bildung, Wissenschaft und Forschung die
1579 internationale Vernetzung. Die Internationalisierung der Hochschulen treiben wir wei-
1580 ter voran und wollen die erfolgreichen Programme, unsere Mittlerorganisationen Ale-
1581 xander von Humboldt-Stiftung und Deutscher Akademischer Austauschdienst stär-
1582 ken. Wir wollen deren Förderung für geflüchtete Studierende und gefährdete For-
1583 scherinnen und Forscher an deutschen Hochschulen und Forschungseinrichtungen
1584 fortführen. Erfolgreiche ausländische Studienabsolventinnen und Studienabsolven-
1585 ten, Nachwuchswissenschaftlerinnen und Nachwuchswissenschaftler sowie Spitzen-
1586 forscherrinnen und Spitzenforscher wollen wir besser als bisher für den Forschungs-
1587 standort Deutschland gewinnen und hier halten. Wir stärken die europäische und
1588 internationale Mobilität in Schule, beruflicher Bildung und Hochschule. Dazu trägt ein
1589 gestärktes Programm Erasmus+ bei. Wir schaffen Anreize auch für Lehr- und Lern-
1590 aufenthalte außerhalb Europas.

1591
1592 Wir wollen unsere internationalen Forschungs- und Innovationspartnerschaften aus-
1593 bauen und insbesondere die internationale Kooperation mit den Ländern Afrikas in
1594 Bildung, Wissenschaft und Forschung intensivieren, z. B. bei der Erforschung von
1595 armutsbedingten Krankheiten.

1596

1597 **5. Digitalisierung**

1598 Die Digitalisierung bietet große Chancen für unser Land und seine Menschen. Chan-
1599 cen für Wohlstand und sozialen Fortschritt. Unsere Aufgabe ist es, die richtigen
1600 Rahmenbedingungen zu schaffen, damit jeder daran teilhaben kann.

1601

1602 Angesichts der Dynamik der Veränderung müssen wir große Schritte wagen, um an
1603 die Spitze zu kommen. Wir wollen unser Land in allen Bereichen zu einem starken
1604 Digitalland entwickeln.

1605

1606 Dafür setzen wir uns anspruchsvolle Ziele:

- 1607 • eine flächendeckende digitale Infrastruktur von Weltklasse,
- 1608 • die Vermittlung von digitalen Fähigkeiten als Schlüsselkompetenz für alle Alters-
- 1609 gruppen,
- 1610 • eine Arbeitswelt, die Menschen im digitalen Wandel befähigt, sichert und mehr
- 1611 Lebensqualität ermöglicht,
- 1612 • eine Regulierung, die Wettbewerb und Wettbewerbsfähigkeit schafft,
- 1613 • mehr Sicherheit im Cyberraum,
- 1614 • mehr Bürgernähe durch eine moderne, digitale Verwaltung,
- 1615 • einen Rechtsrahmen, der Bürgerrechte garantiert, einen Ausgleich von Freiheit
- 1616 und Sicherheit leistet und gleichzeitig mehr Innovationen ermöglicht.

1617

1618 Wir wollen Neugier auf digitale Technologien wecken und Souveränität im Umgang
1619 mit ihnen schaffen. Wir sind überzeugt, dass sie das Leben der Menschen verbesser-
1620 n können und brauchen sie als Antwort auf die großen und globalen Herausforder-
1621 ungen. Um sie zu lösen, wollen wir Deutschland und Europa beispielgebend für die
1622 Leistungsfähigkeit und Strahlkraft freier Gesellschaften im digitalen Zeitalter gestal-
1623 ten.

1624

1625 **An die Weltspitze im Bereich der digitalen Infrastruktur**

1626 Wir gestalten den Weg in die Gigabit-Gesellschaft mit höchster Priorität. Deshalb
1627 wollen wir den flächendeckenden Ausbau mit Gigabit-Netzen bis 2025 erreichen. Wir
1628 wollen den Netzinfrastrukturwechsel zur Glasfaser. Unser Ziel lautet: Glasfaser in
1629 jeder Region und jeder Gemeinde, möglichst direkt bis zum Haus. Schulen, Gewer-
1630 begebiete, soziale Einrichtungen in der Trägerschaft der öffentlichen Hand und Kran-
1631 kenhäuser werden wir bereits in dieser Legislaturperiode direkt an das Glasfasernetz
1632 anbinden.

1633
1634 Dafür ist eine gemeinsame Kraftanstrengung von Telekommunikationsanbietern und
1635 Staat erforderlich. Wir gehen von einem öffentlichen Finanzierungsbedarf von zehn
1636 bis zwölf Milliarden Euro in dieser Legislaturperiode aus, die wir in einem Gigabitin-
1637 vestitionsfonds verlässlich bereitstellen. Hierfür werden wir die Erlöse aus der Verga-
1638 be der UMTS- und 5G-Lizenzen zweckgebunden bereitstellen und wollen bis 2021 im
1639 Haushalt sicherstellen, dass das Fördervolumen insgesamt erreicht wird.

1640
1641 Diese öffentlichen Fördermittel werden wir so einsetzen, dass ausschließlich Aus-
1642 bauabschnitte förderfähig sind, die mit Glasfasertechnologie ausgebaut werden. Die
1643 Förderverfahren werden wir so gestalten, dass unterversorgte Gebiete in ländlichen
1644 Regionen systematisch ausgebaut werden. Dafür werden wir unsere Förderbedin-
1645 gungen vereinfachen und so verändern, dass eine zeitnahe Realisierung möglich
1646 wird. Die Aufgreifschwelle werden wir für eine Förderung an diese Zielvorgaben an-
1647 passen. Bei der Förderung wollen wir Synergien mit den Ländern sicherstellen.

1648
1649 Ferner wollen wir neue Anreize für den privatwirtschaftlichen Glasfaserausbau schaf-
1650 fen. Um den Aufbau solcher Netze zu erleichtern, werden wir statt einer detaillierten
1651 ex-ante-Regulierung wie bisher im Kupfernetz auf ein Modell des diskriminierungs-
1652 freien Zugangs (im Sinne des Open-Access) setzen. Dieses Modell wollen wir zu-
1653 nächst für Kooperationen nutzen und weiter ausbauen. Die Regulierungsbehörde
1654 stellt den Wettbewerb sicher und führt eine Ex-post-Kontrolle in Streitfällen durch.

1655
1656 Die Netzallianz „Digitales Deutschland“ mit den innovations- und investitionswilligen
1657 Telekommunikationsunternehmen setzen wir unter Einbeziehung der Länder fort.

1658
1659 Mit dem hier dargestellten Maßnahmenpaket werden wir das Ziel eines flächende-
1660 ckenden Zugangs zum schnellen Internet aller Bürgerinnen und Bürger erreichen.
1661 Dazu werden wir einen rechtlich abgesicherten Anspruch zum 1. Januar 2025 schaf-
1662 fen und diesen bis zur Mitte der Legislaturperiode ausgestalten.

1663
1664 Wir forcieren den Ausbau der Mobilfunkversorgung und entwickeln Deutschland zum
1665 Leitmarkt für 5G. Die Frequenzpolitik und die frequenzregulatorischen Festlegungen
1666 der Regulierungsbehörde müssen sicherstellen, dass es zu einer verlässlichen und
1667 lückenlosen Mobilfunkversorgung insbesondere im ländlichen Raum kommt. Um den
1668 Ausbau in bisher unterversorgten Gebieten wirtschaftlicher zu machen, wollen wir
1669 den Mobilfunkanbietern für ein nationales Roaming durch entsprechende Änderun-
1670 gen im Telekommunikations- und Kartellrecht Absprachen erlauben.

1671
1672 Die Lizenzvergabe werden wir mit Ausbauforderungen kombinieren, um bestehende
1673 Funklöcher zu schließen und 5G dynamisch aufzubauen. Es muss die Vorgabe gel-
1674 ten: Neue Frequenzen nur gegen flächendeckende Versorgung. Denn innovative,
1675 zukunftsfähige Mobilitätsangebote werden gerade für Menschen im ländlichen Raum

1676 nur möglich sein, wenn eine Versorgung mit der neuesten Mobilfunktechnologie (5G)
1677 an Bundesfernstraßen und in zeitlicher Perspektive abgestuft auch im nachgeordne-
1678 ten Straßennetz und an allen Bahnstrecken sichergestellt ist.

1679
1680 Forschung und Testversuche mit 5G wollen wir fortführen und intensivieren. Wir wol-
1681 len eine 5x5G-Strategie auflegen. Fünf Regionen sollen prioritär mit einem entspre-
1682 chenden Mobilfunkstandard ausgestattet sein, um Forschung zu intensivieren und
1683 Infrastrukturaufbau zu beschleunigen. Auch ländliche Regionen sollen davon profitie-
1684 ren.

1685
1686 Wir werden bestehende Funklöcher und weiße Flecken beim Mobilfunk und mobilen
1687 Internet zügig schließen und dazu mit den Ländern und den Mobilfunkanbietern eine
1688 bundesweite Gesamtstrategie erarbeiten. Die Regulierungsbehörde wird die Erfül-
1689 lung festgelegter Versorgungsaufgaben durchsetzen, indem sie mit einem Prüfkon-
1690 zept und mit bundesweiten Mobilfunknetztests die Erfüllung von Versorgungsaufla-
1691 gen überwacht und im Einzelfall Sanktionen verhängt. Wir werden die Bundesnetza-
1692 gentur beauftragen, ihre App zur Mobilfunknetzmessung so zu erweitern, dass Bür-
1693 gerinnen und Bürger einfach und unbürokratisch Funklöcher an die Behörde melden
1694 können. Diese Meldungen sollen in einer Mobilfunkversorgungskarte zusammenge-
1695 führt und veröffentlicht werden. Die Bundesnetzagentur wird jährlich einen Monito-
1696 ringbericht über die Sicherstellung der zugesagten Netzabdeckung veröffentlichen
1697 und gegebenenfalls Handlungsempfehlungen aussprechen.

1698
1699 WLAN ist wichtiger Teil einer modernen digitalen Infrastruktur. Wir haben die Störer-
1700 haftung abgeschafft und damit den Ausbau von WLAN ermöglicht. Nun machen wir
1701 an allen öffentlichen Einrichtungen des Bundes sowie in Zügen und Stationen der
1702 Deutschen Bahn offene und kostenfreie WLAN-Hotspots verfügbar. Durch die Aner-
1703 kennung der Gemeinnützigkeit des Betriebs und der Unterhaltung offener WLAN-
1704 Netze stärken wir Freifunk-Initiativen und verbessern die Netzabdeckung.

1705
1706 Wir werden die Einrichtung einer Digitalagentur prüfen, die die Bundesregierung als
1707 nachgeordnete Behörde in der Umsetzung der Maßnahmen unterstützt. Dazu gehö-
1708 ren z. B. die Telekommunikations- und Plattformregulierung oder Marktbeobachtung.

1709
1710 **Digitale Kompetenzen für alle Bürgerinnen und Bürger in einer modernen Wis-**
1711 **sensgesellschaft**

1712 Wir brauchen eine Digitale Bildungsoffensive, die die gesamte Bildungskette in den
1713 Blick nimmt und das gesunde Aufwachsen, die digitale Selbstbestimmung und indivi-
1714 duelle aktive Teilhabe, den Umgang mit Daten sowie die hervorragende berufliche
1715 Bildung zum Ziel hat. Dafür müssen Bund und Länder verbindliche Vereinbarungen
1716 zu Zielen, Umsetzung und Finanzierung treffen.

1717
1718 Mit dem mit fünf Milliarden Euro dotierten Digitalpakt#D zielen Bund und Länder auf
1719 die flächendeckende digitale Ausstattung aller Schulen, damit die Schülerinnen und
1720 Schüler in allen Fächern und Lernbereichen eine digitale Lernumgebung nutzen kön-
1721 nen. In diesem Zusammenhang wollen wir eine nationale Bildungsplattform schaffen,
1722 die auch eine offene Schnittstelle für das Zusammenwirken mit bestehenden Lern-
1723 plattformen und Cloudlösungen anbietet. Im Rahmen einer umfassenden Open Edu-
1724 cational Resources-Strategie wollen wir die Entstehung und Verfügbarkeit, die Wei-
1725 terverbreitung und den didaktisch fundierten Einsatz offen lizenzierter, frei zugängli-
1726 cher Lehr- und Lernmaterialien fördern und eine geeignete Qualitätssicherung etab-

1727 lieren. Auch werden wir regionale Kompetenzzentren für Digitalisierung etablieren
1728 und diese mit bestehenden Akteuren und Initiativen vor Ort vernetzen. Ziel der Zen-
1729 tren ist es, technisches und pädagogisches Know-how zu vermitteln sowie Best Prac-
1730 tice vorzustellen.

1731
1732 Wir wollen umfassende Maßnahmen zur digitalen Fort- und Weiterbildung von Leh-
1733 rern und Berufsschullehrern, auch in Zusammenarbeit mit den Hochschulen, ergrei-
1734 fen.

1735
1736 Die Förderung außerschulischer Medien- und Digitalbildungsprojekte für Kinder und
1737 Jugendliche wollen wir ausbauen. Wir werden in einem jährlichen Wettbewerb be-
1738 sondere Medien- und Digitalbildungsprojekte auszeichnen.

1739
1740 Im Bereich der beruflichen Bildung kommt neben dem praxisnahen Einsatz digitaler
1741 Elemente im Unterricht der Ausstattung zeitgemäßer Lehrwerkstätten eine besonde-
1742 re Bedeutung zu. Wir wollen eine zukunftsfähige Ausbildung für die Entwicklung der
1743 vernetzten Produktion unterstützen und den Einsatz adaptiver Lernsysteme und
1744 „Serious Games“ in der Berufsbildung schaffen. Die Ausbildungsordnungen und die
1745 Befähigungen der betrieblichen Ausbilderinnen und Ausbilder müssen die fortschrei-
1746 tende digitale Entwicklung kontinuierlich nachvollziehen. Auch dazu werden wir das
1747 Berufsbildungsgesetz weiterentwickeln.

1748
1749 In der Erwachsenenbildung wollen wir Programme und digitale Angebote für Men-
1750 schen jeden Lebensalters fördern, die dem Erwerb von Digitalkompetenzen dienen,
1751 z. B. auch an Volkshochschulen und in Mehrgenerationenhäusern.

1752
1753 Wir wollen dafür sorgen, dass auch an Hochschulen mehr Online-Lernangebote und
1754 digitale Inhalte entstehen. Alle Studierenden brauchen künftig digitale Kompetenzen.
1755 Sie sollen digitale Wissens- und Lernangebote selbstständig nutzen und gestalten
1756 können sowie Datenanalyse und grundlegende Programmierkenntnisse beherr-
1757 schen. Wir wollen, dass sich die Universitäten und Hochschulen öffnen und auf digi-
1758 tale Lehr- und Lernangebote zugreifen sowie diese selber bereitstellen. Dabei sollen
1759 z. B. Nano-Degrees (auch im Rahmen von Weiterbildungsstudienangeboten) an
1760 staatlichen Hochschulen erworben werden können.

1761
1762 Deutschland muss ein Innovationsland bleiben. Deshalb vereinbart der Bund ge-
1763 meinsam mit den Ländern und der Wirtschaft, bis 2025 mindestens 3,5 Prozent des
1764 BIP für Forschung und Entwicklung aufzuwenden.

1765
1766 Den Pakt für Forschung und Innovation setzen wir ab dem Jahr 2021 mit einem jähr-
1767 lichen Aufwuchs von mindestens drei Prozent auf Basis der bewährten Bund-Länder-
1768 Schlüssel fort.

1769
1770 Die Hightech-Strategie wird weiterentwickelt und auf die großen gesellschaftlichen
1771 Herausforderungen fokussiert. Dabei werden wir neue Instrumente zur Förderung
1772 von Sprunginnovationen und des Wissenstransfers in die Wirtschaft entwickeln. Um-
1773 fassende Technologieoffenheit in der Forschungsförderung ist ein wichtiges Grund-
1774 prinzip unserer Forschungspolitik. Wir brauchen eine Ausbildungs- und Forschungs-
1775 offensive in allen Digitalisierungsfeldern. Als besonders wichtig erachten wir Innova-
1776 tion, digitale Souveränität und Interdisziplinarität. Die Schwerpunkte der Mikropro-
1777 zessortechnik und IT-Sicherheit wollen wir weiter stärken. Dazu kommen weitere

1778 Forschungsschwerpunkte wie künstliche Intelligenz, Data Science, Digital Humanities
1779 sowie Blockchain-Technologie, Robotik und Quanten-Computing. Es gilt heute Data
1780 Science in allen Bereichen, insbesondere aber in den Hochschulen, auszubauen.
1781 Dazu muss der Umgang mit Daten zu einem zentralen eigenen Wissenschaftsfeld
1782 und einer eigenen Disziplin werden. Den digitalen Wandel als gesamtgesellschaftli-
1783 chen Entwicklungs- und politischen Gestaltungsprozess begleiten wir u. a. mit der
1784 Arbeit des Weizenbaum Instituts.

1785

1786 **Gute digitale Arbeit 4.0**

1787 Die Bundesregierung sieht sich in der Verantwortung, die Digitalisierung weiterhin
1788 aktiv und unter Einbeziehung der Sozialpartner zu gestalten. Weiterbildung ist der
1789 Schlüssel, damit die Beschäftigten sich den Herausforderungen der digitalen Ar-
1790 beitswelt stellen und den sich immer schneller verändernden Qualifikationsanforde-
1791 rungen gerecht werden können.

1792

1793 Wir werden mit allen Akteuren eine Nationale Weiterbildungsstrategie für Arbeitneh-
1794 mer und Arbeitssuchende entwickeln, um alle Weiterbildungsprogramme des Bundes
1795 und der Länder zu bündeln und eine neue Weiterbildungskultur zu etablieren. Über
1796 die Bundesagentur für Arbeit erhalten alle Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer ein
1797 Recht auf Weiterbildungsberatung. Wird ein Weiterbildungsbedarf jenseits der be-
1798 trieblichen Weiterbildung festgestellt, sind Arbeitgeber und Arbeitnehmer gleicher-
1799 maßen in der Verantwortung, diesem zu entsprechen. Dies wollen wir fördern, indem
1800 zukünftig Zuschüsse des Arbeitgebers zur Weiterbildung generell dann keinen Lohn
1801 oder geldwerten Vorteil darstellen, wenn sie der allgemeinen Beschäftigungsfähigkeit
1802 dienen.

1803

1804 Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer brauchen mehr Möglichkeiten, ihre berufliche
1805 Weiterentwicklung auch in Eigenverantwortung zu organisieren. Wir werden gemein-
1806 sam mit den Sozialpartnern prüfen, wie das Instrument der Langzeitkonten mehr
1807 Verbreitung finden kann. Sie können ebenso wie andere Guthaben ein Instrument
1808 sein, das für Qualifizierung genutzt werden kann. Wir werden neue Finanzierungs-
1809 formen für außerbetriebliche Weiterbildung prüfen, die in Modellversuchen erprobt
1810 werden sollen. Betrieblicher Mitbestimmung kommt auch im digitalen Wandel große
1811 Bedeutung zu. Das allgemeine Initiativrecht der Betriebsräte für Weiterbildung wer-
1812 den wir stärken.

1813

1814 Wir wollen einen Rahmen schaffen, in dem Unternehmen, Beschäftigte und die Tarif-
1815 partner den vielfältigen Wünschen und Anforderungen in der Arbeitszeitgestaltung
1816 gerecht werden können. Wir wollen Familien in ihrem Anliegen unterstützen, mehr
1817 Zeit füreinander zu haben und die Partnerschaftlichkeit zu stärken. Wir werden dazu
1818 Modelle entwickeln, mit denen mehr Spielraum für Familienzeit geschaffen werden
1819 kann. Die Chancen der Digitalisierung wollen wir nutzen, um den Beschäftigten mehr
1820 Zeitsouveränität zu ermöglichen.

1821

1822 Wir wollen mobile Arbeit fördern und erleichtern. Dazu werden wir einen rechtlichen
1823 Rahmen schaffen. Zu diesem gehört auch ein Auskunftsanspruch der Arbeitnehmer
1824 gegenüber ihrem Arbeitgeber über die Entscheidungsgründe der Ablehnung sowie
1825 Rechtssicherheit für Arbeitnehmer wie Arbeitgeber im Umgang mit privat genutzter
1826 Firmentechnik. Auch die Tarifpartner sollen Vereinbarungen zu mobiler Arbeit treffen.

1827

1828 Arbeitsschutz und Innovation wollen wir zusammen denken. Deutschland soll zu ei-
1829 nem führenden Markt für Assistenzsysteme werden, die Inklusion ermöglichen sowie
1830 lern- und gesundheitsförderlich sind. Daher wird ein Anwendungsprogramm „Assis-
1831 tenzsysteme für kleine und mittlere Unternehmen“ aufgelegt.

1832
1833 Die Einführung digitaler Arbeitsprozesse wie die E-Akte führen zu mehr Transparenz.
1834 Dadurch können zum einen Steuerungsinstrumente zur Optimierung entwickelt wer-
1835 den, und zum anderen besteht die Sorge vor dem gläsernen Mitarbeiter. Daher wol-
1836 len wir Klarheit über Rechte und Pflichten der Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber, der
1837 Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer schaffen sowie die Persönlichkeitsrechte der
1838 Beschäftigten sicherstellen (Beschäftigtendatenschutz).

1839
1840 Das Statusfeststellungsverfahren für Selbstständige wollen wir vereinfachen und zwi-
1841 schen den unterschiedlichen Zweigen der Sozialversicherung widerspruchsfrei aus-
1842 gestalten.

1843 1844 **Wettbewerbsfähige Wirtschaft**

1845 Wir fördern die Gründungskultur in Deutschland, indem wir etwa im ersten Jahr der
1846 Gründung die Bürokratiebelastung auf ein Mindestmaß reduzieren und die Bedingun-
1847 gen für Wagniskapital verbessern.

1848
1849 Wir wollen, dass Unternehmen etwa mit Hilfe eines „One-Stop-Shop“ und mehr
1850 Transparenz in der Förderlandschaft schnell und unbürokratisch gegründet werden
1851 können. Wir werden Hürden für den Gründungsprozess abbauen und prüfen Anpas-
1852 sungen im Insolvenzrecht.

1853
1854 Familie und Unternehmensgründung sollen in Zukunft besser vereinbar sein. Um
1855 Gründungen aus der Beschäftigung zu erleichtern, prüfen wir die Einführung einer
1856 Gründerzeit ähnlich der Familienpflegezeit. Eltern in der unternehmerischen Grün-
1857 dungsphase wollen wir unterstützen, z. B. mit der Möglichkeit der Inanspruchnahme
1858 von Zuschüssen für haushaltsnahe Dienstleistungen. Wir wollen, dass mehr Frauen
1859 Gründerinnen werden und entwickeln dafür Unterstützungsinstrumente.

1860
1861 Bestehende Instrumente zur Finanzierung von Gründungen und Wachstum junger
1862 Unternehmen wollen wir fortführen, weiterentwickeln und wo passend auch für Nicht-
1863 Akademiker öffnen (u. a. EIF, INVEST-Zuschuss Wagniskapital, EXIST, KfW, High-
1864 tech-Gründerfonds) und um neue Instrumente wie den Tech Growth Fund ergänzen.
1865 Mit dem Tech Growth Fund wollen wir die staatlichen Finanzierungsinstrumente in
1866 der Wachstumsphase ergänzen, indem wir Kredite als VentureDebt zur Verfügung
1867 stellen.

1868
1869 Wir werden die Investitionsbereitschaft in Wachstumsunternehmen erhöhen und hier
1870 die richtigen Rahmenbedingungen schaffen. Wir wollen, dass Ideen aus Deutschland
1871 auch mit Kapital aus Deutschland finanziert werden können. Deshalb wollen wir
1872 mehr privates Kapital sowie institutionelle Anleger für Investitionen in Start-ups. Ge-
1873 meinsam mit der deutschen Industrie wollen wir die Auflage eines großen nationalen
1874 Digitalfonds initiieren.

1875
1876 Social Entrepreneurship spielt bei der Lösung aktueller gesellschaftlicher und sozia-
1877 ler Herausforderungen eine zunehmend wichtige Rolle. Social Entrepreneurship wol-
1878 len wir noch stärker als bisher fördern und unterstützen.

1879 Wir setzen uns für einheitliche Regelungen im digitalen Binnenmarkt ein, um die
1880 Gründungskultur in Europa zu stärken. Wir werden mehr als bisher auf die einheitli-
1881 che Anwendung von Unionsrecht drängen. Auf europäischer Ebene wollen wir uns
1882 für eine einheitliche Europäische Start-up Definition einsetzen, um spezielle zielge-
1883 naue Fördermaßnahmen zu ermöglichen.

1884
1885 Freier und sicherer Datenaustausch mit anderen Wirtschaftsräumen ist eine Grund-
1886 voraussetzung für den Erfolg der deutschen und europäischen Digitalwirtschaft. Wir
1887 wollen den transatlantischen Datenaustausch auf Grundlage des EU/US-Privacy-
1888 Shield erhalten. Gleichzeitig werden wir uns auf europäischer Ebene dafür einsetzen,
1889 entsprechende wirksame Abkommen zum Schutz des Datenaustausches auch mit
1890 anderen Weltregionen anzustreben.

1891
1892 Wir wollen insbesondere den Mittelstand auf dem Weg in die Digitalisierung unter-
1893 stützen. Deswegen wollen wir die Digital Hub Initiative fortsetzen und ausbauen. Den
1894 Austausch zwischen Mittelstand und Gründern wollen wir systematisch fördern, z. B.
1895 durch Austauschprogramme, Ausbau der Kompetenzzentren, Informationsprogram-
1896 me wie Breitband@Mittelstand oder Mentoringprogramme.

1897
1898 Wir werden prüfen, inwieweit Förderprogramme für technologische Innovationen
1899 auch auf datengetriebene Geschäftsmodelle ausgeweitet werden können, wie z. B.
1900 das erfolgreiche Zentrale Innovationsprogramm Mittelstand (ZIM).

1901
1902 Wir wollen eine bessere Unterstützung insbesondere des Mittelstandes bei IT-
1903 Sicherheit. Es gilt, das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) als
1904 Beratungsstelle für kleine und mittlere Unternehmen auszubauen, Investitionen in IT-
1905 Sicherheit besser zu fördern und das IT-Sicherheitsgesetz weiterzuentwickeln.

1906
1907 Für kleine und mittlere Unternehmen bieten die intelligenten, digitalen Produktions-
1908 verfahren der Industrie 4.0 große Chancen. Die Entwicklung gemeinsamer globaler
1909 Standards und Normen muss vorangetrieben werden.

1910
1911 Wir werden prüfen, inwieweit wir eine Erweiterung der Gemeinschaftsaufgaben „Re-
1912 gionale Wirtschaftsförderung“ um Digitalisierung in der Fläche erreichen. Wir wollen
1913 eine Plattform von Verbänden, Mittelstand, Kammern (IHK, HWK) und Plattform In-
1914 dustrie 4.0, um die Akteure gezielt zu vernetzen und um zielgruppenspezifische An-
1915 gebote zu erarbeiten, u. a. Co-Working-, Gründer- und Maker-Zentren.

1916
1917 Wir werden gemeinsam mit unseren französischen Partnern ein Zentrum für künstli-
1918 che Intelligenz errichten. Dies verbinden wir mit einem Masterplan „Künstliche Intelli-
1919 genz“ auf nationaler Ebene.

1920
1921 Im Rahmen eines Bürokratieabbaugesetzes III werden wir insbesondere die Statis-
1922 tiktspflichten verringern. Wir schaffen Strukturen, die Neugründer und Nachfolger in
1923 der Start- und Übergangsphase unterstützen. Europäische Vorgaben werden wir
1924 nicht mit zusätzlichen bürokratischen Belastungen versehen. Auf europäischer Ebe-
1925 ne setzen wir uns für die Einführung des Prinzips „One in, one out“ ein.

1926
1927 Auch eine kohärente Regulierung und Aufsicht sollen dazu beitragen, Deutschlands
1928 Rolle als einer der führenden Digitalisierungs- und FinTech-Standorte zu stärken. Wir
1929 werden unnötige bürokratische Hemmnisse beseitigen und dafür sorgen, dass Ge-

1930 schäfte mit gleichen Risiken auch gleich reguliert werden. Um das Potenzial der
1931 Blockchain-Technologie zu erschließen und Missbrauchsmöglichkeiten zu verhin-
1932 dern, wollen wir eine umfassende Blockchain-Strategie entwickeln und uns für einen
1933 angemessenen Rechtsrahmen für den Handel mit Kryptowährungen und Token auf
1934 europäischer und internationaler Ebene einsetzen. Die Möglichkeiten der bargeldlo-
1935 sen Zahlung sollen im digitalen Zeitalter erweitert werden. Anonymes Bezahlen mit
1936 Bargeld muss weiterhin möglich bleiben.

1937
1938 Dort, wo erforderlich, werden wir das Kartellrecht modernisieren, um exzellente regu-
1939 latorische Rahmenbedingungen für die deutsche und europäische Digitalwirtschaft
1940 zu schaffen. Dazu gehören auch die Verfahrensbeschleunigung und eine Neufas-
1941 sung der Marktabgrenzung, um der Entwicklung der Plattformökonomie Rechnung zu
1942 tragen und die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft sicherzustellen. Dazu
1943 werden wir die Marktbeobachtung verstärken und durch spezialisiertes Personal in-
1944 tensivieren.

1945
1946 Unser Ziel sind starke deutsche und europäische Akteure der Plattformökonomie,
1947 deshalb wollen wir vorhandene Hemmnisse abbauen. Wir setzen uns für ein level
1948 playing field ein, dazu gehören auch die Rechte von Beschäftigten und Verbrau-
1949 chern. Dazu werden wir die Mitwirkung der Plattformen einfordern.

1950
1951 Mit Blick auf vergleichbare europäische Länderförderungen und im Interesse eines
1952 level playing fields wollen wir eine Förderung von Games zur Entwicklung hochwer-
1953 tiger digitaler Spiele einführen, um den Entwicklerstandort Deutschland zu stärken und
1954 international wettbewerbsfähig zu machen.

1955 1956 **Sicheres Leben in Deutschland – auch online**

1957 Damit Bürgerinnen und Bürger, Unternehmen und Institutionen die Potenziale der
1958 Digitalisierung wahrnehmen, braucht es ein grundlegendes Vertrauen in die Sicher-
1959 heit und Vertraulichkeit von Kommunikation, Daten und IT-Strukturen.

1960
1961 In einem Nationalen Pakt Cybersicherheit werden wir alle gesellschaftlich relevanten
1962 Gruppen, Hersteller, Anbieter und Anwender sowie die öffentliche Verwaltung in ge-
1963 meinsamer Verantwortung für digitale Sicherheit einbinden. Ein Cyberbündnis mit der
1964 Wirtschaft soll bestehende Strukturen bündeln; die vertrauensvolle Zusammenarbeit
1965 von Staat und Wirtschaft wird ausgebaut. Zur Abwehr von Gefahren des Cyberraums
1966 werden wir die Sensibilisierung von Bürgerinnen und Bürgern sowie Kleinunterneh-
1967 men zielgruppenspezifisch intensivieren.

1968
1969 Wir werden das IT-Sicherheitsgesetz fortschreiben und den Ordnungsrahmen erwei-
1970 tern, um den neuen Gefährdungen angemessen zu begegnen. Wir wollen das BSI
1971 als nationale Cybersicherheitsbehörde ausbauen und in seiner Rolle als unabhängi-
1972 ge und neutrale Beratungsstelle für Fragen der IT-Sicherheit stärken. Die Aufgaben
1973 des BSI werden wir im BSI-Gesetz konkretisieren. Die Beratungs- und Unterstüt-
1974 zungsangebote des BSI für Bund und Länder, für Unternehmen und Einrichtungen
1975 sowie für Bürgerinnen und Bürger wollen wir ausbauen, den Verbraucherschutz als
1976 zusätzliche Aufgabe des BSI etablieren und das BSI als zentrale Zertifizierungs- und
1977 Standardisierungsstelle für IT- und Cyber-Sicherheit stärken.

1978
1979 Wir wollen einfache und sichere Lösungen für die elektronische Identifizierung und
1980 Ende-zu-Ende-Verschlüsselung für jedermann verfügbar machen und es den Bürge-

1981 rinnen und Bürgern ermöglichen, verschlüsselt mit der Verwaltung über gängige
1982 Standards zu kommunizieren (PGP/SMIME). Wir werden sicherheitsrelevante
1983 Schlüsseltechnologien besser vor einem Ausverkauf oder einer Übernahme schützen
1984 und die nationalen und europäischen Außenwirtschaftsinstrumente ergänzen.

1985
1986 Wir wollen die Verbreitung sicherer Produkte und des Entwicklungsprinzips „Security
1987 by Design“ fördern. Zusammen mit der Wirtschaft werden wir IT-Sicherheitsstandards
1988 für internetfähige Produkte entwickeln. Die Einhaltung dieser über die gesetzlichen
1989 Mindeststandards hinausgehenden IT-Sicherheitsstandards werden wir Verbraucher-
1990 rinnen und Verbrauchern mit einem Gütesiegel für IT-Sicherheit transparent machen.
1991 Dabei muss gekennzeichnet werden, wie lange sie mit sicherheitsrelevanten Updates
1992 versorgt werden. Die Hersteller und Anbieter digitaler Produkte und Dienstleistungen
1993 müssen Sicherheitslücken bekanntmachen und schnellstmöglich beheben. Wir wer-
1994 den klare Regelungen für die Produkthaftung in der digitalen Welt aufstellen. Risiko-
1995 und Verantwortungssphären für Verbraucher, Hersteller, Provider werden wir dabei
1996 ausgewogen abgrenzen und prüfen, wie wir den Rechtsrahmen für Versicherungs-
1997 modelle gegen Cyber-Schäden verbessern können.

1998 1999 **Auf dem Weg in die digitale Verwaltung**

2000 Wir werden in einem digitalen Portal für Bürgerinnen und Bürger sowie für Unter-
2001 nehmen einen einfachen, sicheren und auch mobilen Zugang zu allen Verwaltungs-
2002 dienstleistungen ermöglichen. Dazu vernetzen wir geeignete zentrale und dezentrale
2003 Verwaltungsportale in einem Portalverbund. In dem damit verknüpften Bürgerkonto
2004 hat der Bürger Einblick, welche Daten beim Staat vorliegen, welche Behörde darauf
2005 Zugriff genommen hat und kann den Umgang mit seinen persönlichen Daten steu-
2006 ern. Für die Umsetzung des Gesetzes zur Verbesserung des Onlinezugangs zu Ver-
2007 waltungsleistungen (OZG) wollen wir 500 Millionen Euro zur Verfügung stellen.

2008
2009 Wir errichten eine E-Government-Agentur, die gemeinsam schneller als bisher für
2010 alle föderalen Ebenen Standards sowie Pilotlösungen entwickelt. Die Initiative För-
2011 derale IT-Kooperationen (FITKO) kann damit verbunden werden. Mit der Agentur
2012 wollen wir einen Think Tank einrichten, regionale Open Government Labore ermögli-
2013 chen und einen Incubator/Accelerator für innovative E-Government-Lösungen ansie-
2014 deln.

2015
2016 In der Bundesregierung werden wir innovative Technologien wie Distributed Ledger
2017 (Blockchain) erproben, so dass basierend auf diesen Erfahrungen ein Rechtsrahmen
2018 geschaffen werden kann.

2019
2020 Wir werden alle bisherigen und zukünftigen Gesetze auf ihre Digitaltauglichkeit über-
2021 prüfen und E-Government-fähig machen (Normen-Screening plus). Dazu gehört die
2022 erneute, ehrgeizige Überprüfung der Schriftformerfordernisse. Außerdem wollen wir
2023 verbindliche Regelungen für Standards, Systemarchitekturen und Interoperationalität.

2024
2025 Die Bundesregierung wird einen Digitalrat berufen, der einen engen Austausch zwi-
2026 schen Politik und nationalen sowie internationalen Experten ermöglicht.

2027
2028 Wir führen eine vollständig elektronische Vorgangsbearbeitung in der öffentlichen
2029 Verwaltung (E-Akte) zügig ein.

2030

2031 Wir werden eine Beteiligungsplattform für alle veröffentlichten Gesetzentwürfe der
2032 Bundesregierung schaffen, die der transparenten Beteiligung von Bürgern und Ver-
2033 bänden dient und zu denen die Bundesregierung dann Stellung nimmt.

2034
2035 Der elektronische Personalausweis wird zu einem universellen, sicheren und mobil
2036 einsetzbaren Authentifizierungsmedium. Der praktische Einsatz muss deutlich benut-
2037 zerfreundlicher werden. Wir wollen weitere private und öffentliche Einsatzbereiche
2038 erschließen. Wir verankern eine Opt-in-Lösung, die das Zustimmungsrecht der Bür-
2039 gerinnen und Bürger festschreibt. Damit ermöglichen wir Behörden, Daten über ge-
2040 meinsame Register und eindeutige, registerübergreifende Identifikationen zu ver-
2041 knüpfen („once only“-Prinzip). Wir werden die öffentlichen Register modernisieren
2042 und dafür die Vorschläge des Normenkontrollrates prüfen.

2043
2044 IT-Kompetenzen sollen eine stärkere Gewichtung in den Anforderungsprofilen und
2045 damit bei der Einstellung und bei der Auswahl von Führungskräften bekommen. Wir
2046 werden die Ausbildungs- und Studienordnungen der Verwaltungsausbildungen und
2047 der Weiterbildungsangebote modernisieren. Wir wollen innovations- und mitarbeiter-
2048 freundliche Arbeitsbedingungen mit wettbewerbsfähigen Löhnen, Gehältern und Auf-
2049 stiegsmöglichkeiten schaffen.

2050
2051 Die bereits begonnene IT Konsolidierung werden wir mit großem Einsatz fortführen
2052 und die Steuerung und das Controlling des Projekts weiter verbessern. Die Bundes-
2053 regierung stärkt die Rolle des IT-Beauftragten der Bundesregierung. Dieser managt
2054 und steuert zentral die IT Konsolidierung, Standardisierung und Beschaffung. Die
2055 Umwandlung des Informationstechnikzentrum Bund (ITZ Bund) in eine Anstalt des
2056 öffentlichen Rechts werden wir zügig umsetzen und damit Planungssicherheit für die
2057 Kundenbehörden schaffen.

2058
2059 Die Daten der öffentlichen Verwaltung sollen der Bevölkerung grundsätzlich kosten-
2060 frei zur Verfügung stehen. Damit kann auch ein wichtiger Beitrag zur Entwicklung
2061 innovativer Technologien und neuer Geschäftsmodelle geleistet werden.

2062
2063 **Daten – Rohstoff und sensibles Gut**
2064 Daten sind der Treibstoff für Innovationen und neue Dienste. Diese wollen wir ermög-
2065 lichen und gleichzeitig den hohen und weltweit angesehenen Datenschutzstandard
2066 Europas und Deutschlands halten.

2067
2068 Um die Chancen und den Nutzen behördlicher Verwaltungsdaten für Wirtschaft und
2069 Bürgerinnen und Bürger noch weiter zu verbessern, werden wir im Rahmen eines
2070 zweiten Open Data Gesetzes die Bereitstellung von Open Data ausweiten.

2071
2072 Wir wollen ein hohes Schutzniveau für die Vertraulichkeit von Kommunikationsdaten
2073 bei der E-Privacy-Verordnung und zugleich den Spielraum für Innovation und digitale
2074 Geschäftsmodelle erhalten. Wir wollen erreichen, dass z. B. Start-ups und Unter-
2075 nehmen bei digitalen Innovationen einen beratenden Ansprechpartner für Daten-
2076 schutzfragen erhalten und deutschlandweit geltende Entscheidungen einholen kön-
2077 nen. Wir wollen ein Innovationsboard auf EU-Ebene einrichten, um konkrete Vor-
2078 schläge zur Weiterentwicklung der europäischen Datenschutzregelungen zu erarbei-
2079 ten.

2080

2081 Wir wollen uns für eine Stärkung der Kompetenz der Nutzerinnen und Nutzer sowie
2082 für mehr Transparenz und „Privacy by Default“ und „Privacy by Design“ auf Seiten
2083 der Anbieter einsetzen und die Entwicklung von innovativem Einwilligungsmanage-
2084 ment fördern und unterstützen.

2085
2086 Wir setzen uns für eine innovationsfreundliche Anwendung der EU-Datenschutz-
2087 Grundverordnung ein. Verbraucher müssen ihre persönlichen Daten einfach und un-
2088 kompliziert von einer Plattform zu einer anderen Plattform transferieren können. Da-
2089 her wollen wir die Datenportabilität und Interoperabilität sowie die Rechte der Nutzer
2090 stärken.

2091
2092 Diskriminierungsverbote der analogen Welt müssen auch in der digitalen Welt der
2093 Algorithmen gelten. Wir setzen uns für Transparenz bei Online-Vergleichs- und Bera-
2094 tungsportalen ein.

2095
2096 Wir werden zeitnah eine Daten-Ethikkommission einsetzen, die Regierung und Par-
2097 lament innerhalb eines Jahres einen Entwicklungsrahmen für Datenpolitik, den Um-
2098 gang mit Algorithmen, künstlicher Intelligenz und digitalen Innovationen vorschlägt.
2099 Die Klärung datenethischer Fragen kann Geschwindigkeit in die digitale Entwicklung
2100 bringen und auch einen Weg definieren, der gesellschaftliche Konflikte im Bereich
2101 der Datenpolitik auflöst.

2102

2103 **Besseres Leben durch Fortschritt**

2104 Wir werden das bestehende E-Health-Gesetz im Zuge technologischer Innovationen
2105 im Dialog mit allen Akteuren weiterentwickeln und einen konkreten Aktionsplan bis
2106 2020 mit Maßnahmen und Meilensteinen aufstellen. Als erste Maßnahme schaffen
2107 wir die Möglichkeit, den Impfpass, den Mutterpass und das Untersuchungsheft digital
2108 zu speichern, das Zahnbonusheft digital zu verwalten sowie die Möglichkeiten von
2109 „Mobile Health“ zu nutzen. Außerdem wollen wir die Möglichkeit der digitalen Re-
2110 zeptvergabe auch ohne Arztbesuch schaffen.

2111
2112 Grundlagen für den sicheren Austausch sensibler Daten und Informationen sowie die
2113 digitale Patientenakte sind eine verlässliche und vertrauenswürdige Telematikinfra-
2114 struktur und höchste Datenschutz- und Datensicherheitsstandards. Die Nutzung der
2115 digitalen Angebote erfolgt ausschließlich auf freiwilliger Basis (Opt-In).

2116
2117 Gemeinsam mit den Ländern wollen wir die Vorteile von Smart City und Smart Rural
2118 Area für die Menschen nutzbar machen. Dazu wollen wir ein Bundesprogramm
2119 „Smarte Modellregionen“ auflegen, das insbesondere ländliche Regionen und mittlere
2120 Städte in den Fokus rückt und die Vernetzung von Stadt und Umland verfolgt so-
2121 wie den demografischen Wandel im ländlichen Raum gestalten hilft. Wir wollen mit
2122 Smart Grids und der Smart Meter-Technologie eine nachhaltige Energieerzeugung
2123 und -versorgung sicher und bedarfsgerecht gestalten. Wir wollen Städte und Regio-
2124 nen dabei unterstützen, im Rahmen der Smart Cities Initiative der EU europäische
2125 Projekte im Bereich Smart City zu initiieren und sich an internationalen Wettbewer-
2126 ben zu beteiligen.

2127
2128 Wir wollen, dass Mobilität über alle Fortbewegungsmittel (z. B. Auto, ÖPNV, E-Bikes,
2129 Car- und Ride Sharing, Ruftaxen) hinweg geplant, gebucht und bezahlt werden kann
2130 und führen deshalb eine digitale Mobilitätsplattform ein, die neue und existierende
2131 Mobilitätsangebote benutzerfreundlich miteinander vernetzt. Um dies zu erreichen,

2132 müssen einheitliche, offene Standards entwickelt und eingehalten werden. Damit
2133 können Echtzeitdaten über Verkehrsträger und -situation frei und zwischen allen öf-
2134 fentlichen und privaten Betreibern von Verkehrssystemen und Anbietern von Informa-
2135 tionssystemen ausgetauscht werden, um die Einführung von bundesweiten eTickets
2136 zu ermöglichen.

2137
2138 Wir wollen Ruf- und Bürgerbusse stärken und etwaige Regelungshindernisse beseiti-
2139 gen. Wir wollen digital organisierte private Mitfahrgelegenheiten unterstützen (insbe-
2140 sondere von Pendlern). Wir werden das Personenbeförderungsgesetz mit Blick auf
2141 neue digitale Mobilitätsangebote modernisieren. Wir wollen einen Rechtsrahmen für
2142 das autonome Fahren schaffen, der Datenschutz und Datensicherheit ebenso ge-
2143 währleistet wie ein Höchstmaß an Sicherheit.

2144
2145 Wir werden die Regelungen zur Interoperabilität in § 48 Telekommunikationsgesetz
2146 (TKG) angesichts der veränderten Anforderungen an den digitalen Hörfunk weiter-
2147 entwickeln, um das Digitalradio als niedrighschwelliges Medium zu stärken. Wir wer-
2148 den unter Einbeziehung aller Akteure im Digitalradio Board Maßnahmen entwickeln,
2149 um die Digitalisierung des Hörfunks weiter voranzutreiben.

2150
2151 Wir werden prüfen, wie ein „Zivilgesellschaftliches Digitalisierungsprogramm“ für eh-
2152 renamtliches Engagement ausgestaltet und auf den Weg gebracht werden könnte.
2153 Dabei werden wir auch prüfen, wie die Finanzierung von zivil- und ehrenamtlichen
2154 Initiativen mit gemeinnützigen Zwecken über in Deutschland ansässige Spenden-
2155 oder Crowdfunding-Plattformen gefördert werden kann.

2156
2157 Auch in politischen Parteien wollen wir digitale Möglichkeiten stärken, damit diese
2158 digitale Beteiligung unabhängig vom Ortsprinzip auf der Höhe der Zeit anbieten kön-
2159 nen. Wir werden prüfen, ob es hierfür einer Änderung der rechtlichen Grundlagen
2160 bedarf.

2161
2162 Wir wollen innerhalb des Bundesfreiwilligendienstes eine neue Variante analog zum
2163 „Freiwilligen Sozialen Jahr Digital“ einführen, bei dem Menschen ihre technischen
2164 Fertigkeiten und Fähigkeiten in den Dienst von gemeinnützigen Einrichtungen stel-
2165 len.

2166
2167 Wir erkennen die wachsende Bedeutung der E-Sport-Landschaft in Deutschland an.
2168 Da E-Sport wichtige Fähigkeiten schult, die nicht nur in der digitalen Welt von Bedeu-
2169 tung sind, Training und Sportstrukturen erfordert, werden wir E-Sport künftig voll-
2170 ständig als eigene Sportart mit Vereins- und Verbandsrecht anerkennen und bei der
2171 Schaffung einer olympischen Perspektive unterstützen.

2172 2173 **Digitales Europa**

2174 Die Wettbewerbsfähigkeit Europas hängt entscheidend von der Verwirklichung des
2175 einheitlichen digitalen Binnenmarkts ab. Deshalb wollen wir grundsätzlich auf einsei-
2176 tige, nationale Regulierungen verzichten, um die europaweite Umsetzung von digita-
2177 len Geschäftsmodellen zu erleichtern. Wir streben an, die Freizügigkeit von Daten als
2178 fünfte Dimension der Freizügigkeit zu verankern.

2179
2180 Im Rahmen der Zukunftsdebatte um Europa wollen wir auch eine Diskussion über die
2181 Zuständigkeitsverteilung zwischen der europäischen Ebene und der Ebene der Mit-
2182 gliedstaaten anstoßen, die die vordringliche Verwirklichung des einheitlichen Bin-

2183 nenmarkts in den Branchen ermöglicht, in denen eine besonders hohe Wertschöp-
2184 fung durch Digitalisierung absehbar ist.

2185

2186 Wir werden darauf achten, dass europäische Innovationen am Markt eine faire
2187 Chance erhalten und die Regeln des Binnenmarktes helfen, Beschäftigung, Rechts-
2188 staatlichkeit, Demokratie und die Ausübung von Grundrechten der Bürgerinnen und
2189 Bürger zu stärken.

2190

2191 Wir werden auch im Trilog die Revision der Richtlinie über audiovisuelle Medien-
2192 dienste in enger Abstimmung mit den Ländern vorantreiben und die gemeinsamen
2193 Ziele (insbesondere die Einbeziehung von sozialen Netzwerken) zur Schaffung eines
2194 Single Market im Audio-Visuellen-Bereich umsetzen. Die Weiterentwicklung des Ur-
2195 heberrechts auf europäischer Ebene soll im Sinne eines fairen Ausgleichs der Inte-
2196 ressen gestaltet werden.

2197

2198 An der gesetzlichen Verankerung der Netzneutralität halten wir fest. Netzneutralität
2199 und diskriminierungsfreier Netzzugang sind entscheidend für das offene und freie
2200 Internet sowie für Teilhabe, Innovation und fairen Wettbewerb. Die nach europarecht-
2201 lichen Vorgaben möglichen Ausnahmen vom Prinzip der Netzneutralität müssen eng
2202 begrenzt bleiben. Sie müssen streng beaufsichtigt werden. Die Einschränkung der
2203 Netzneutralität kann auch die inhaltliche Vielfalt beeinträchtigen. Daher soll die Regu-
2204 lierungsbehörde eng mit den Medienanstalten der Länder zusammenarbeiten und
2205 diese in die Aufsicht über die Medienvielfalt einbeziehen.

2206

2207 Bei der Revision der E-Commerce-Richtlinie werden wir prüfen, ob es – vor dem Hin-
2208 tergrund der Rechtsprechung des EuGH – eine Weiterentwicklung der Hostprovider-
2209 haftung und einer Konkretisierung des Notice-and-Takedown-Verfahrens bedarf. Am
2210 Grundsatz der bewährten abgestuften Haftungsprivilegierung halten wir fest.

2211

2212 Eine Verpflichtung von Plattformen zum Einsatz von Upload-Filtern, um von Nutzern
2213 hochgeladene Inhalte nach urheberrechtsverletzenden Inhalten zu „filtern“, lehnen
2214 wir als unverhältnismäßig ab. Negative Auswirkungen auf kleinere und mittlere Ver-
2215 lage müssen vermieden werden. Die Daten-Souveränität werden wir auf europäi-
2216 scher Ebene im Rahmen der E-Privacy-Verordnung stärken.

2217

2218 Wir werden die Weiterentwicklung innovativer Rundfunksysteme im digitalen Zeitalter
2219 auch auf europäischer Ebene absichern (Sicherung von Übertragungskapazitäten,
2220 5G).

2221

2222 Wir setzen uns für eine Interoperabilitätsverpflichtung für Digitalradiogeräte auch auf
2223 europäischer Ebene ein.

2224

2225 Im digitalen Zeitalter sind universelle Spielregeln wichtig. Um den Grundrechtesschutz
2226 auch im digitalen Zeitalter sicherzustellen, begleitet die Bundesregierung das Projekt
2227 einer europäischen digitalen Grundrechtecharta. Durch diese Charta sollen die
2228 Chancen und Risiken der Digitalisierung zu einem gerechten Ausgleich gebracht
2229 werden.

2230 **V. Gute Arbeit, breite Entlastung und soziale Teilhabe sichern**

2231

2232 **1. Gute Arbeit**

2233 Wir bekennen uns zum Ziel der Vollbeschäftigung. Dazu gehört auch, dass Men-
2234 schen, die schon sehr lange arbeitslos sind, wieder eine Perspektive auf dem Ar-
2235 beitsmarkt eröffnet wird.

2236

2237 Mit einem ganzheitlichen Ansatz wollen wir die Qualifizierung, Vermittlung und Rein-
2238 tegration von Langzeitarbeitslosen in den Arbeitsmarkt vorantreiben. Unser Ziel ist,
2239 bei der Betreuung der Langzeitarbeitslosen die ganze Familie in den Blick zu neh-
2240 men.

2241

2242 Die Teilhabe am Arbeitsmarkt erfolgt dabei sowohl auf dem ersten Arbeitsmarkt als
2243 auch auf dem sozialen Arbeitsmarkt z. B. durch Lohnkostenzuschüsse. Das schließt
2244 Arbeitgeber der freien Wirtschaft, gemeinnützige Einrichtungen und Kommunen ein.
2245 Bei den sozialversicherungspflichtig bezuschussten Arbeitsverhältnissen im sozialen
2246 Arbeitsmarkt orientiert sich der Zuschuss am Mindestlohn. Dazu schaffen wir u. a. ein
2247 neues unbürokratisches Regelinstrument im Sozialgesetzbuch II „Teilhabe am Ar-
2248 beitsmarkt für alle“. Wir stellen uns eine Beteiligung von bis zu 150 000 Menschen
2249 vor. Die Finanzierung erfolgt über den Eingliederungstitel, den wir hierfür um vier Mil-
2250 liarden Euro im Zeitraum 2018 bis 2021 aufstocken werden. Wir ermöglichen außer-
2251 dem den Passiv-Aktiv-Transfer in den Ländern. Der Bund stellt dazu die eingespar-
2252 ten Passiv-Leistungen zusätzlich für die Finanzierung der Maßnahmen zur Verfü-
2253 gung.

2254

2255 Wir erhöhen die Restmittelübertragung für das Sozialgesetzbuch II auf 400 Millionen
2256 Euro jährlich und entfristen die Regelung.

2257

2258 Lebensbegleitendes Lernen wird eine Grundvoraussetzung sein, um der Digitalisie-
2259 rung der Wirtschafts- und Arbeitswelt erfolgreich zu begegnen. Die arbeitsmarkt- und
2260 bildungspolitischen Instrumente der Fachkräftesicherung wollen wir enger verzahnen.
2261 Wir begrüßen die vielfältigen Anstrengungen, die bereits heute von den Sozialpart-
2262 nern und in den Unternehmen unternommen werden, um eine zeitgemäße betriebli-
2263 che Weiterbildung der Mitarbeiter zu ermöglichen. Mit dem Ziel, breiten Bevölke-
2264 rungsteilen einen beruflichen Aufstieg zu erleichtern, die Fachkräftebasis zu stärken
2265 und die Beschäftigungsfähigkeit in einer sich wandelnden Arbeitswelt nachhaltig zu
2266 fördern, wollen wir gemeinsam mit den Sozialpartnern und in enger Abstimmung mit
2267 den Ländern (und allen anderen Akteuren) eine Nationale Weiterbildungsstrategie
2268 entwickeln. Ein Ziel ist, alle Weiterbildungsprogramme des Bundes und der Länder
2269 zu bündeln, sie entlang der Bedarfe der Beschäftigten und der Unternehmen auszu-
2270 richten und eine neue Weiterbildungskultur zu etablieren. Über die Bundesagentur
2271 für Arbeit erhalten alle Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer ein Recht auf Weiterbil-
2272 dungsberatung.

2273

2274 Innerhalb von drei Monaten nach entstandener Arbeitslosigkeit soll die Bundesagen-
2275 tur für Arbeit mit den betroffenen Menschen Maßnahmen entwickeln, um ihre Be-
2276 schäftigungsfähigkeit nachhaltig zu fördern.

2277

2278 Wir werden die Anspruchsvoraussetzung für die Förderung der beruflichen Weiterbil-
2279 dung im § 81 Sozialgesetzbuch III im Sinne von Erweiterungsqualifizierungen anpas-
2280 sen. Dabei muss sich die Weiterbildung an den Bedarfen der Beschäftigten und Ar-

2281 beitslosen, der Wirtschaft und des regionalen Arbeitsmarktes orientieren. Dazu wol-
2282 len wir die bestehenden Instrumente evaluieren.
2283
2284 Wir wollen die Arbeitsmarktinstrumente stärker auf die digitale Weiterbildung ausrich-
2285 ten und wir wollen finanzielle Anreize für die Weiterbildung schaffen. Zusätzlich wol-
2286 len wir die bestehende Allianz für Aus- und Weiterbildung stärker auf die digitale Fort-
2287 und Weiterbildung ausrichten.
2288
2289 Wir werden das allgemeine Initiativrecht der Betriebsräte für Weiterbildung stärken.
2290 Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber und Betriebsrat haben über Maßnahmen der Be-
2291 rufsbildung zu beraten. Können sich beide nicht verständigen, kann jede Seite einen
2292 Moderator anrufen mit dem Ziel, eine Einigung zu erreichen. Ein Einigungszwang
2293 besteht nicht.
2294
2295 Durch einen erleichterten Datenaustausch einschließlich der Schülerdaten soll die
2296 Transparenz am Übergang von der Schule in Ausbildung erhöht und die Zusammen-
2297 arbeit der beteiligten Institutionen verbessert werden, um so einen erfolgreichen be-
2298 ruflichen Werdegang zu unterstützen. Dies ist z. B. für die Jugendberufsagenturen
2299 wichtig, um den Übergang von der Schule in den Beruf erfolgreich begleiten zu kön-
2300 nen.
2301
2302 Die Gruppe der schwer zu erreichenden Jugendlichen soll in dieser Legislaturperiode
2303 im Fokus stehen. Für eine Anwendung des § 16h Sozialgesetzbuch II wollen wir ab
2304 2019 jährlich 50 Millionen Euro zur Verfügung stellen.
2305
2306 Auch die Leistungen für Bildung und Teilhabe werden wir verbessern, Hemmnisse
2307 der Inanspruchnahme beseitigen, die Wirkung prüfen und gezielt erhöhen. Leistun-
2308 gen sollen künftig möglichst pauschal abgerechnet werden. Dort wo es möglich ist,
2309 wollen wir Einzelanträge reduzieren und z. B. Schulen ermöglichen, gesammelte An-
2310 träge für die berechtigten Kinder diskriminierungsfrei zu stellen. Unter anderem soll
2311 hierzu das Schulstarterpaket aufgestockt werden. Die Eigenanteile zur gemeinschaft-
2312 lichen Mittagsverpflegung in Kitas und Schulen und für Schülerbeförderung entfallen.
2313 Im Rahmen des bestehenden Teilhabepaketes soll allgemeine Lernförderung auch
2314 dann möglich sein, wenn die Versetzung nicht unmittelbar gefährdet ist.
2315
2316 Wir werden prüfen, wie die bei Wahrnehmung des Umgangsrechts zusätzlich entste-
2317 henden Bedarfe bei der Leistungsgewährung künftig einfacher berücksichtigt werden
2318 können. Damit entlasten wir Alleinerziehende.
2319
2320 Wir wollen die Selbstverwaltung stärken und gemeinsam mit den Sozialpartnern die
2321 Sozialwahlen modernisieren.
2322
2323 Das Zeitalter der Digitalisierung wollen wir als Chance für mehr und bessere Arbeit
2324 nutzen. Wir wollen deshalb neue Geschäftsmodelle fördern und gleichzeitig die Ta-
2325 rifbindung stärken.
2326
2327 Wir wollen die Gründung und Wahl von Betriebsräten erleichtern. Dazu werden wir
2328 das vereinfachte Wahlverfahren für alle Betriebe mit 5 bis 100 wahlberechtigten Ar-
2329 beitnehmerinnen und Arbeitnehmern verpflichtend machen. Für Betriebe mit 101 bis
2330 200 wahlberechtigten Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern ermöglichen wir die
2331 Wahl zwischen dem vereinfachten und allgemeinen Wahlverfahren.

2332 Wir setzen uns dafür ein, dass auch bei grenzüberschreitenden Sitzverlagerungen
2333 von Gesellschaften die nationalen Vorschriften über die Mitbestimmung gesichert
2334 werden.

2335
2336 Wir wollen den Missbrauch bei den Befristungen abschaffen. Deshalb dürfen Arbeit-
2337 geber mit mehr als 75 Beschäftigten nur noch maximal 2,5 Prozent der Belegschaft
2338 sachgrundlos befristen. Bei Überschreiten dieser Quote gilt jedes weitere sachgrund-
2339 los befristete Arbeitsverhältnis als unbefristet zustande gekommen. Die Quote ist je-
2340 weils auf den Zeitpunkt der letzten Einstellung ohne Sachgrund zu beziehen.

2341
2342 Die Befristung eines Arbeitsvertrages ohne Vorliegen eines sachlichen Grundes ist
2343 nur noch für die Dauer von 18 statt bislang von 24 Monaten zulässig, bis zu dieser
2344 Gesamtdauer ist auch nur noch eine einmalige statt einer dreimaligen Verlängerung
2345 möglich.

2346
2347 Wir wollen nicht länger unendlich lange Ketten von befristeten Arbeitsverhältnissen
2348 hinnehmen. Eine Befristung eines Arbeitsverhältnisses ist dann nicht zulässig, wenn
2349 mit demselben Arbeitgeber bereits zuvor ein unbefristetes oder ein oder mehrere be-
2350 fristete Arbeitsverhältnisse mit einer Gesamtdauer von fünf oder mehr Jahren be-
2351 standen haben. Wir sind uns darüber einig, dass eine Ausnahmeregelung für den
2352 Sachgrund nach § 14 Abs. 1 Nr. 4 Teilzeit- und Befristungsgesetz wegen der Eigen-
2353 art des Arbeitsverhältnisses (Künstler, Fußballer) zu treffen ist.

2354
2355 Auf die Höchstdauer von fünf Jahren wird bzw. werden auch eine oder mehrere vor-
2356 herige Entleihung(en) des nunmehr befristet eingestellten Arbeitnehmers durch ein
2357 oder mehrere Verleihunternehmen angerechnet. Ein erneutes befristetes Arbeitsver-
2358 hältnis mit demselben Arbeitgeber ist erst nach Ablauf einer Karenzzeit von drei Jah-
2359 ren möglich.

2360
2361 Wir werden über eine Tariföffnungsklausel im Arbeitszeitgesetz Experimentierräume
2362 für tarifgebundene Unternehmen schaffen, um eine Öffnung für mehr selbstbestimm-
2363 te Arbeitszeit der Arbeitnehmer und mehr betriebliche Flexibilität in der zunehmend
2364 digitalen Arbeitswelt zu erproben. Auf Grundlage von diesen Tarifverträgen kann
2365 dann mittels Betriebsvereinbarungen insbesondere die Höchstarbeitszeit wöchentlich
2366 flexibler geregelt werden.

2367
2368 Arbeit auf Abruf nimmt zu. Wir wollen jedoch sicherstellen, dass die Arbeitnehmerin-
2369 nen und Arbeitnehmer ausreichend Planungs- und Einkommenssicherheit in dieser
2370 Arbeitsform haben. Deshalb werden wir gesetzlich festschreiben, dass der Anteil ab-
2371 zurufender und zu vergütender Zusatzarbeit die vereinbarte Mindestarbeitszeit um
2372 höchstens 20 Prozent unterschreiten und 25 Prozent überschreiten darf. Fehlt eine
2373 Vereinbarung zur wöchentlichen Arbeitszeit gilt eine Arbeitszeit von 20 Stunden. Im
2374 Krankheitsfall und an Feiertagen werden wir den Durchschnittsverdienst der letzten
2375 drei Monate als verpflichtende Grundlage festschreiben.

2376
2377 Wir wollen das Arbeitnehmerüberlassungsgesetz 2020 evaluieren.

2378
2379 Wir wollen einen Rahmen schaffen, in dem Unternehmen, Beschäftigte und die Tarif-
2380 partner den vielfältigen Wünschen und Anforderungen in der Arbeitszeitgestaltung
2381 gerecht werden können. Wir wollen Familien in ihrem Anliegen unterstützen, mehr
2382 Zeit füreinander zu haben und die Partnerschaftlichkeit zu stärken. Wir werden dazu

2383 Modelle entwickeln, mit denen mehr Spielraum für Familienzeit geschaffen werden
2384 kann.

2385

2386 Im Teilzeit- und Befristungsrecht wird ein Recht auf befristete Teilzeit eingeführt. Ins-
2387 besondere für Frauen ist es wichtig, nach einer Familienphase ihre beruflichen Pläne
2388 voll verwirklichen zu können. Gegenüber dem Referentenentwurf zur Weiterentwick-
2389 lung des Teilzeitrechts werden folgende Änderungen vereinbart:

2390

2391 1. Es besteht kein Anspruch auf Verlängerung oder Verkürzung der Arbeitszeit oder
2392 vorzeitige Rückkehr zur früheren Arbeitszeit während der zeitlich begrenzten
2393 Teilzeitarbeit.

2394 2. Der neue Teilzeitanspruch nach diesem Gesetz gilt nur für Unternehmen, die in
2395 der Regel insgesamt mehr als 45 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigen.

2396 3. Für Unternehmensgrößen von 46 bis 200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wird
2397 eine Zumutbarkeitsgrenze eingeführt, dass lediglich einem pro angefangenen
2398 15 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Anspruch gewährt werden muss. Bei der
2399 Berechnung der zumutbaren Zahlen an Freistellungen werden die ersten 45 Mit-
2400 arbeiterinnen und Mitarbeiter mitgezählt. Bei Überschreitung dieser Grenze kann
2401 der Arbeitgeber einen Antrag ablehnen.

2402 4. Der Arbeitgeber kann eine befristete Teilzeit ablehnen, wenn diese ein Jahr un-
2403 ter- oder fünf Jahre überschreitet. Die Tarifvertragsparteien erhalten die Möglich-
2404 keit, hiervon abweichende Regelungen zu vereinbaren.

2405 5. Nach Ablauf der zeitlich begrenzten Teilzeitarbeit kann die Arbeitnehmerin oder
2406 der Arbeitnehmer frühestens nach einem Jahr eine erneute Verringerung der Ar-
2407beitszeit verlangen.

2408

2409 Angesichts der Herausforderungen und Veränderungen durch die Digitalisierung und
2410 die Globalisierung in unserer Gesellschaft wollen wir eine neue Arbeitsweltberichter-
2411 stattung entwickeln, die Sozialstaatsforschung wieder verstärken und die sozialpart-
2412 nerschaftlich ausgerichtete „Initiative Neue Qualität der Arbeit“ fördern und fortentwi-
2413 ckeln.

2414 Wir wollen den Sozialstaat modernisieren und fortlaufend an neue Herausforderun-
2415 gen anpassen. Dazu wollen wir u. a. die gesetzliche Unfallversicherung und das Be-
2416 rufskrankheitenrecht weiterentwickeln.

2417

2418 Wir wollen den Arbeitsschutz insbesondere mit Blick auf die Herausforderungen der
2419 Digitalisierung überprüfen. Die vorliegenden Studien der Bundesanstalt für Arbeits-
2420 schutz und Arbeitsmedizin, besonders mit Blick auf psychische Erkrankungen, sollen
2421 dazu ausgewertet werden.

2422

2423 Um weltweit gute Arbeit zu fördern und soziale Ungleichheit abzubauen, wollen wir
2424 die internationale Zusammenarbeit im Rahmen der Vereinten Nationen – insbeson-
2425 dere der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) – vertiefen und die Zusammenar-
2426 beit in den G7 und G20 im Bereich der Beschäftigungs- und Sozialpolitik weiter vo-
2427 ranbringen. Unsere Strategie zur Bekämpfung von Zwangsarbeit, Kinderarbeit und
2428 Arbeitsausbeutung soll fortgesetzt, verstetigt und intensiviert werden.

2429

2430 **2. Entlastung der Bürgerinnen und Bürger bei Steuern und Sozialabgaben**

2431 Wir werden insbesondere untere und mittlere Einkommen beim Solidaritätszuschlag
2432 entlasten. Wir werden den Solidaritätszuschlag schrittweise abschaffen und ab dem
2433 Jahr 2021 mit einem deutlichen ersten Schritt im Umfang von zehn Milliarden Euro

2434 beginnen. Dadurch werden rund 90 Prozent aller Zahler des Solidaritätszuschlags
2435 durch eine Freigrenze (mit Gleitzzone) vollständig vom Solidaritätszuschlag entlastet.
2436
2437 Wir werden die Steuerbelastung der Bürger nicht erhöhen. Wir halten an der bewähr-
2438 ten Übung fest, alle zwei Jahre einen Bericht zur Entwicklung der kalten Progression
2439 vorzulegen und den Einkommensteuertarif im Anschluss entsprechend zu bereini-
2440 gen. Wir prüfen zudem eine Anpassung der pauschalen Steuerfreibeträge für Men-
2441 schen mit einer Behinderung.
2442
2443 Geringverdienerinnen und Geringverdiener werden wir bei Sozialbeiträgen entlasten
2444 (Ausweitung Midi-Jobs). Dabei wird sichergestellt, dass die geringeren Rentenversi-
2445 cherungsbeiträge nicht zu geringeren Rentenleistungen im Alter führen.
2446
2447 Wir werden den Beitragssatz zur Arbeitslosenversicherung um 0,3 Prozentpunkte
2448 senken.

2449 **VI. Erfolgreiche Wirtschaft für den Wohlstand von morgen**

2450

2451 **1. Wirtschaft**

2452 Die deutsche Wirtschaft ist in guter Verfassung. Das Gütesiegel „Made in Germany“
2453 steht für alles, was die Wirtschaft dieses Landes ausmacht: Ideen, Innovationen und
2454 Qualität. Damit das so bleibt, muss die Wirtschaft durch Stärkung von privaten und
2455 öffentlichen Investitionen, durch Stärkung der Innovationen und einen verbesserten
2456 Transfer der wissenschaftlichen Erkenntnisse in hochwertige Produkte und Verfah-
2457 ren, durch weitere Modernisierung der Infrastruktur und gezielte Qualifikation der Be-
2458 schäftigten zukunftsfest gemacht werden. Auch in Zukunft wollen wir unsere interna-
2459 tionale Wettbewerbsfähigkeit sichern. Deutschland braucht ein weltweit wettbewerbs-
2460 fähiges Steuer- und Abgabensystem. Offene Märkte und freier und fairer Handel sind
2461 Grundlagen für Wachstum und Beschäftigung, Protektionismus lehnen wir ab. Wir
2462 setzen uns im Rahmen der Welthandelsorganisation für ein regelbasiertes, multilate-
2463 rales Handelssystem ein.

2464

2465 Die Soziale Marktwirtschaft ist der Motor, der unser Land wirtschaftlich nach vorn
2466 gebracht hat. Digitalisierung, Globalisierung, Klimawandel und abnehmender gesell-
2467 schaftlicher Zusammenhalt stellen uns vor zahlreiche Herausforderungen. Wir wollen
2468 mit Hilfe der Prinzipien der Sozialen Marktwirtschaft, wie fairen Wettbewerb, Unter-
2469 nehmerverantwortung, Sozialpartnerschaft, Mitbestimmung und gerechter Verteilung
2470 des erwirtschafteten Wohlstands, die Voraussetzungen dafür schaffen, dass wir auch
2471 in zehn, fünfzehn Jahren noch Wachstum, Wohlstand und Beschäftigung haben. Ei-
2472 ne starke Wirtschaft bedeutet für uns immer auch, dass alle gerecht an den Erfolgen
2473 beteiligt werden. Wir brauchen ehrbare Kaufleute als Vorbilder unternehmerischen
2474 Handelns. Eigentum und Haftung gehören dabei zusammen.

2475

2476 Inklusives Wachstum schafft die Voraussetzungen dafür, dass alle an den Erfolgen
2477 beteiligt werden. Eine funktionierende Sozialpartnerschaft ist eine wichtige Grundla-
2478 ge für den wirtschaftlichen Erfolg Deutschlands. Ein ökonomisch starkes, innovatives,
2479 zukunftsorientiertes Europa ist für uns politisch und ökonomisch von zentraler Bedeu-
2480 tung. Eine der zentralen Grundlagen dafür ist ein funktionierender EU-Binnenmarkt,
2481 den wir sichern und weiterentwickeln müssen. Ein zentrales Ziel muss dabei sein,
2482 den digitalen Binnenmarkt in Europa endlich zu vollenden. Wir brauchen gemeinsa-
2483 me Anstrengungen einer koordinierten Industrie- und Forschungspolitik, um Wettbe-
2484 werbs- und Innovationsfähigkeit im internationalen Standortwettbewerb zu sichern.

2485

2486 Wir werden mit Frankreich konkrete Schritte zur Verwirklichung eines deutsch-
2487 französischen Wirtschaftsraums mit einheitlichen Regelungen vor allem im Bereich
2488 des Unternehmens- und Konkursrechts und zur Angleichung der Bemessungsgrund-
2489 lage der Körperschaftsteuer vereinbaren. Gemeinsam mit Frankreich werden wir uns
2490 für eine entsprechende Harmonisierung der Regelungen zur Vollendung des europä-
2491 ischen Binnenmarkts einsetzen.

2492

2493 Eine gute Zukunft braucht Investitionen und Innovationen. Investitionen in die Infra-
2494 struktur und in Schlüsseltechnologien müssen daher oben auf der Agenda stehen.
2495 Sie sind wichtig für die Wettbewerbsfähigkeit unseres Landes. Jetzt geht es aber
2496 auch zusätzlich um Investitionen in Vernetzungs- und Digitalisierungsstrategien, um
2497 moderne Geschäfts- und Managementprozesse, eine moderne, schlanke öffentliche
2498 Verwaltung, um Investitionen in Forschung und Entwicklung und die Qualifikation der
2499 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

2500 Digitalisierung ist der ökonomische Basistrend unserer Zeit. Über Länder-, Sektoren-,
2501 Markt- und Unternehmensgrenzen hinweg findet eine immer intensivere technische
2502 und ökonomische Vernetzung statt. Die daraus gerade für Deutschland entstehenden
2503 Wachstumschancen sind groß, vor allem im Bereich Wirtschaft 4.0. Diese Chan-
2504 cen werden wir nur nutzen können, wenn wir die digitale Transformation aktiv gestal-
2505 ten, die dafür notwendigen Infrastrukturen bereitstellen und eine digitale Ordnungs-
2506 politik entwickeln. Insbesondere die Digitalisierung und Wirtschaft 4.0 bringen eine
2507 neue Arbeitswelt mit neuen Qualifikationsanforderungen mit sich. Bildung, Ausbil-
2508 dung und Weiterbildung sind Schlüsselemente, um den Wandel der Industrie, der
2509 Unternehmen und Beschäftigten zukunftsfähig zu machen.

2510
2511 Wir brauchen eine zukunftsorientierte Industriepolitik als Antwort auf den stattfindenden
2512 Strukturwandel. In Deutschland und Europa ist das Ziel, auf den entscheidenden
2513 Technologiefeldern der Zukunft über eigene Forschungs-, Produktions- und Kompe-
2514 tenzstrukturen zu verfügen.

2515
2516 Kommunale und andere öffentliche Unternehmen sind wichtige Säulen der Sozialen
2517 Marktwirtschaft und der Daseinsvorsorge. Sie bieten sichere und gute Arbeit, stärken
2518 die regionale Identität und sind unverzichtbar für die Bereitstellung öffentlicher Güter.
2519 Sie sind von großer Bedeutung für die lokale Wertschöpfung. Dabei muss die Wett-
2520 bewerbgleichheit zwischen öffentlichen und privaten Unternehmen sichergestellt
2521 werden.

2522
2523 Mit einem kohärenten Zusammenspiel von privaten und öffentlichen Investitionen,
2524 einer Stärkung der Innovationskraft der Unternehmen, dem gezielten Ausbau moder-
2525 ner Infrastrukturen und einer Qualifikationsoffensive wollen wir, dass Deutschland
2526 auch in den nächsten Jahren auf Wachstumskurs bleibt und somit die Bedingungen
2527 für mehr Beschäftigung weiter verbessert werden. Unser Ziel ist Vollbeschäftigung.
2528 Insbesondere Langzeitarbeitslose gilt es, besser zu fördern und zu aktivieren und
2529 ihnen den (Wieder-)Einstieg in den Arbeitsmarkt zu ermöglichen. Die Veränderung
2530 der Arbeitswelt führt dazu, dass neue Flexibilitätskonsense in der Arbeit notwendig
2531 werden. Die Sozialabgaben wollen wir im Interesse von Arbeitnehmerinnen und Ar-
2532 beitnehmern sowie Arbeitgeberinnen und Arbeitgebern bei unter 40 Prozent stabili-
2533 sieren.

2534 2535 **Industrie**

2536 Deutschland hat mit einem Anteil von 24 Prozent der Bruttowertschöpfung eine star-
2537 ke und leistungsfähige Industrie. Sie ist Träger von Investition, Innovation und Be-
2538 schäftigung und der harte Kern des deutschen Wirtschaftsstandortes. Diese Stärke
2539 unserer Industrie und der Erhalt möglichst vollständiger Wertschöpfungsketten am
2540 Standort Deutschland sind wichtige Fundamente unserer Wettbewerbsfähigkeit und
2541 eines breiten gesellschaftlichen Wohlstands. Wir wollen die in Deutschland beste-
2542 henden geschlossenen Wertschöpfungsketten von der energieintensiven Grundstoff-
2543 industrie bis zur Herstellung von High-Tech-Produkten erhalten und ausbauen,
2544 ebenso die gewachsenen Clusterstrukturen aus leistungsfähigen Klein-, Mittel- und
2545 Großunternehmen und Forschungseinrichtungen. Bei der Weiterentwicklung der
2546 Rahmenbedingungen gilt es, Kosteneffizienz und Verhältnismäßigkeit zu gewährleis-
2547 ten sowie „Carbon Leakage“ zu verhindern. Dazu brauchen die Unternehmen Pla-
2548 nungs- und Rechtssicherheit im Planungs- und Umweltrecht, z. B. durch schnellere,
2549 einfachere Genehmigungsverfahren und eine konsequente 1:1-Umsetzung von EU-
2550 Vorgaben.

2551 Die Digitalisierung der Produktionsprozesse, die Modernisierung der Mobilität und die
2552 Nutzung vollkommen neuer Materialien und Produktionstechnologien werden Wert-
2553 schöpfungsketten nachhaltig verändern und neue, datenbasierte Geschäftsmodelle
2554 hervorbringen. Notwendig ist eine zukunftsorientierte Industriepolitik für die Trans-
2555 formation in eine digitale, nachhaltige und wachstumsorientierte Wirtschaft und Ge-
2556 sellschaft.

2557
2558 Um die ehrgeizigen umwelt- und Klimaschutzpolitischen Ziele zu erreichen, brauchen
2559 wir moderne Produkte und Verfahren. Wir wollen ein Förderprogramm Dekarbonisie-
2560 rung in der Industrie auflegen. Es dient der langfristigen Sicherung des Industrie-
2561 standorts Deutschland, stärkt die internationale Wettbewerbsfähigkeit deutscher Un-
2562 ternehmen und schafft zukunftsfähige Arbeitsplätze in Deutschland.

2563
2564 Wir wollen das Bündnis „Zukunft der Industrie“ und die Branchendialoge fortsetzen,
2565 um wesentliche industriepolitische Belange auch künftig unter Beteiligung von Sozi-
2566 alpartnern, Wissenschaft und Gesellschaft zu erörtern und abzustimmen.

2567
2568 Wir stehen mit intelligenten Fabriken am Beginn der vierten industriellen Revolution.
2569 Deutschland hat sich in den letzten Jahren weltweit als führendes Land im Bereich
2570 Industrie 4.0 positioniert. Zu diesem Zweck wollen wir die Aktivitäten der Plattform
2571 Industrie 4.0 ausbauen und dabei auch spezifische Zukunftsthemen aufgreifen. Zent-
2572 rale Ziele sind u. a. die Schaffung offener und interoperabler Standards für Indus-
2573 trie 4.0 und tragfähige Lösungen für die IT-Sicherheit.

2574
2575 Um in der Digitalisierung erfolgreich zu sein, müssen Europa und Deutschland si-
2576 cherstellen, dass digitale Technologien und das Know-how in Wirtschaft, Wissen-
2577 schaft, Produktion und Verfahren vorhanden sind. Dazu wollen wir den Aufbau von
2578 digitalen Schlüsseltechnologien, digitalen Forschungs- und Entwicklungszentren ge-
2579 zielt unterstützen. Es bedarf einer engen Koordination und Kooperation von europäi-
2580 schen und nationalen Initiativen.

2581
2582 Wir wollen die bestehenden Technologieprogramme für anwendungsnahe Forschung
2583 zur Förderung digitaler Spitzentechnologien wie Quantencomputing, Robotik, auto-
2584 nome Systeme, Augmented Reality (3D Virtualisierung), Blockchain, Visible Light
2585 Communication und Smart Home fortführen und ausbauen. Gleichzeitig werden wir
2586 gemeinsam mit unseren französischen Partnern ein öffentlich verantwortetes Zent-
2587 rum für künstliche Intelligenz errichten.

2588
2589 Die Mikroelektronik als eine Schlüsseltechnologie für die Digitalisierung der Wirt-
2590 schaft, für das 5G-Breitbandnetz, für die Elektromobilität und für das automatisierte
2591 und vernetzte Fahren wollen wir bei Forschung und Investitionen auch im Europäi-
2592 schen Rahmen weiterhin unterstützen. Wir wollen die Industrie dabei unterstützen,
2593 die gesamte Wertschöpfungskette der Elektromobilität in Deutschland und Europa
2594 vorzuhalten. Die Ansiedlung einer Batteriezellfertigung ist für Deutschland und Euro-
2595 pa ein wichtiges wirtschafts- und industriepolitisches Handlungsfeld. Die Überlegun-
2596 gen der EU-Kommission, im Bereich Batteriezellfertigung ein Programm (IPCEI) auf-
2597 zulegen, wollen wir unterstützen. Um die Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands und
2598 Europas zu erhöhen, beteiligt sich Deutschland auch an weiteren Vorhaben von ge-
2599 meinsamem europäischem Interesse.

2600

2601 Der Leichtbau trägt maßgeblich zu einer höheren Material- und Energieeffizienz und
2602 damit zu einem besseren Umwelt- und Klimaschutz bei. Deshalb wollen wir die För-
2603 derung dieser Schlüsseltechnologie mit dem Ziel einer breiteren industriellen Anwen-
2604 dung konsequent fortsetzen und ausbauen sowie branchenübergreifende Kooperati-
2605 onen prüfen. Wir wollen den „Neuen Werkstoffen“ – wie bionisch optimierte Werkstof-
2606 fe und Adaptive Werkstoffe – verstärkte Aufmerksamkeit widmen und vor allem die
2607 branchenübergreifende Forschungsförderung mit dem Schwerpunkt Mittelstand in
2608 diesem Bereich ausbauen. Der Wandel zu einer auf erneuerbaren Ressourcen beru-
2609 henden Wirtschaft soll mit Hilfe der Bioökonomie weiter vorangetrieben werden. Da-
2610 zu werden wir frühzeitig einen Dialog zwischen der Industrie und den gesellschaftli-
2611 chen Akteuren über die Anforderungen an eine veränderte Rohstoffbasis im Rahmen
2612 einer Plattform initiieren.

2613
2614 Die Mobilität – und damit die Automobilwirtschaft – steht aktuell vor enormen Heraus-
2615 forderungen. Klimaschutz, Luftreinhaltung, neue Mobilitäts- und Geschäftsmodelle
2616 sowie sich stark divergent entwickelnde Weltmärkte sind hierbei bedeutende Aspek-
2617 te. Das gemeinsame Ziel, das sich die Weltgemeinschaft u. a. mit dem Pariser Ab-
2618 kommen gesetzt hat, ist die Realisierung einer emissionsarmen und klimaneutralen
2619 Mobilität. Hierzu müssen alle Potenziale genutzt werden. Es ist daher von besonde-
2620 rer Bedeutung, dass der Weg zu einer nachhaltigen Mobilität technologieoffen und
2621 ohne politische Technologiefestlegung erfolgt. Die Politik ist gefordert, die richtigen
2622 Rahmenbedingungen und Grenzwerte zu setzen und deren Einhaltung zu überwa-
2623 chen. Die Wirtschaft ist gefordert, die richtigen Technologien zu entwickeln und mit
2624 innovativen Produkten und Geschäftsmodellen die gemeinsam gesetzten Ziele um-
2625 zusetzen. Das Gelingen dieses Wandels ist wichtig für die Sicherheit der Arbeitsplät-
2626 ze in der Automobilindustrie.

2627
2628 Die Luft- und Raumfahrtindustrie hat eine strategische Bedeutung für den Hightech-
2629 Standort Deutschland. Wir wollen die Mittel der hierfür zentralen Forschungspro-
2630 gramme auf nationaler Ebene und insbesondere des Luftfahrtforschungsprogramms
2631 verstetigen und erhöhen. Um die Beteiligung an internationalen Luftfahrzeug- oder
2632 Triebwerkprogrammen zu ermöglichen, wollen wir die Entwicklung neuer, innovativer
2633 Produkte am Standort Deutschland weiter unterstützen. Wir setzen uns dafür ein, die
2634 Europäische Weltraumorganisation (ESA) als eigenständige internationale Organisa-
2635 tion zu erhalten und wollen sie weiter stärken. Wir wollen die Beteiligung innovativer
2636 mittelständischer Unternehmen bei Luft- und Raumfahrtprojekten erhöhen. Wir wer-
2637 den ein Weltraumgesetz auf den Weg bringen, um Investitions- und Rechtssicherheit
2638 für nicht-staatliche Raumfahrtaktivitäten zu schaffen.

2639
2640 Für ein außenhandelsorientiertes Land wie Deutschland ist eine leistungsstarke, in-
2641 ternational wettbewerbsfähige maritime Wirtschaft von großer gesamtwirtschaftlicher
2642 Bedeutung. Die Ziele der Maritimen Agenda 2025 wollen wir umsetzen und Förde-
2643 rungs- sowie Finanzierungsinstrumente ausbauen. Wir werden auf faire und chan-
2644 cengleiche Wettbewerbsbedingungen für die deutsche Schiffbauindustrie im interna-
2645 tionalen Umfeld hinwirken. Den Überwasserschiffbau werden wir als Schlüsseltech-
2646 nologie Deutschlands einstufen. Wir wollen Flüssiggas (LNG), Landstrom und Was-
2647 serstoff als umweltfreundliche Antriebe für Schiffe durch Verstärkung der Förderung
2648 im Bereich der See- und Binnenschifffahrt etablieren. Wir streben die zügige Ratifi-
2649 zierung der Work in Fishing Convention (Bekämpfung der illegalen Fischerei) und der
2650 Hongkong-Convention (Umwelt- und Sozialstandards im Schiffsrecycling) an. Die

2651 Schwerpunkte des Nationalen Masterplans Maritime Technologien (NMMT) werden
2652 durch Pilot- und Referenzprojekte sichtbar gemacht.

2653

2654 Im Eckpunktepapier zur Sicherheits- und Verteidigungsindustrie von 2015 hat die
2655 Bundesregierung den Stellenwert der Branche betont und Schlüsseltechnologien de-
2656 finiert. Dabei gewinnt die europäische Ebene immer mehr an Bedeutung. Dies drückt
2657 sich in einer Vielzahl von Initiativen der Industrie, der Mitgliedstaaten und der Euro-
2658 päischen Institutionen zur Stärkung von Schlüsseltechnologien in diesem Bereich
2659 aus. Wir wollen über die weitere Harmonisierung des Bedarfs in den Mitgliedstaaten
2660 der Europäischen Union die gegenwärtige Vielfalt militärischer Systeme reduzieren
2661 und durch Anreize für gemeinsame Entwicklung und Fertigung die Kooperationen
2662 und die Konsolidierung der Sicherheits- und Verteidigungsindustrie in Europa sowie
2663 innerhalb der NATO und vergleichbarer verbündeter Staaten fördern. Diesen Weg
2664 wollen wir in Europa begleiten und unterstützen. Vor dem Hintergrund der europäi-
2665 schen Initiativen in diesem Bereich werden wir die Eckpunkte der Bundesregierung
2666 weiterentwickeln.

2667

2668 **Innovationen**

2669 Unser Wohlstand hängt maßgeblich auch von der Innovationsfähigkeit der deutschen
2670 Wirtschaft ab. Wir wollen alle vorhandenen Innovationspotenziale nutzen und die Un-
2671 ternehmen, insbesondere auch den innovativen Mittelstand, weiter stärken. Wir wol-
2672 len eine Transfer-Initiative starten, die die Unternehmen darin unterstützt, die Ergeb-
2673 nisse der wissenschaftlichen Forschung in Produkte und Verfahren umzusetzen. Wir
2674 wollen insbesondere für forschende kleine und mittelgroße Unternehmen eine steuer-
2675 liche Förderung einführen, die bei den Personal- und Auftragskosten für Forschung
2676 und Entwicklung ansetzt. Die Projektförderung für die kleinen und mittleren Unter-
2677 nehmen bleibt davon unbenommen. Die Projektförderungen wie z. B. das Zentrale
2678 Innovationsprogramm Mittelstand (ZIM), Industrielle Gemeinschaftsforschung (IGF)
2679 und die Forschungs- und Entwicklungs-Förderung externer Industrieforschungsein-
2680 richtungen (Innovationskompetenz – INNO-KOM) werden weitergeführt sowie trans-
2681 parenter und unbürokratischer gestaltet. Soziale Innovationen haben unsere Unter-
2682 stützung.

2683

2684 Investitionen von Unternehmen in die Digitalisierung wollen wir unterstützen. Dazu
2685 werden wir überprüfen, ob zugunsten digitaler Innovationsgüter die Abschreibungs-
2686 tabellen überarbeitet werden.

2687

2688 Es ist wichtig, die Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft für den Innovations-
2689 standort Deutschland zu nutzen. Wir wollen den German Motion Picture Fund stär-
2690 ken.

2691

2692 **Rohstoffpolitik**

2693 Die Versorgung mit und der sichere Zugang zu Rohstoffen sind entscheidende Fak-
2694 toren für den Wirtschaftsstandort. Wir wollen die internationale Zusammenarbeit im
2695 Rohstoffbereich weiter stärken, u. a. auf WTO-Ebene und in bilateralen Handelsver-
2696 trägen sowie auf der Ebene der wissenschaftlich-technologischen Zusammenarbeit.
2697 Wir wollen das bestehende Rohstoffmonitoring durch die Deutsche Rohstoffagentur
2698 weiter ausbauen mit einem besonderen Fokus auf Rohstoffe und Zwischenprodukte
2699 für Zukunftstechnologien (z. B. Elektromobilität, Leichtbau). Wir unterstützen die EU-
2700 Kommission beim Aufbau eines EU-weiten Rohstoffinformationssystems. Die beste-
2701 henden Kompetenzzentren für Bergbau und Rohstoffe in den Deutschen Auslands-

2702 handelskammern in rohstoffreichen Ländern wollen wir stärken und im Rahmen der
2703 Außenwirtschaftsförderung finanziell dauerhaft absichern sowie die Einrichtung wei-
2704 terer Kompetenzzentren an geeigneten Standorten prüfen. Vor dem Hintergrund des
2705 wachsenden Bedarfs an Hochtechnologie-Rohstoffen wollen wir Projekte im Tiefsee-
2706 bergbau vorantreiben und unterstützen die Durchführung von Pilot-Mining-Tests. Wir
2707 setzen uns dafür ein, dass heimische Bodenschätze in Deutschland weiterhin wirt-
2708 schaftlich abgebaut werden können und die dafür notwendige langfristige Investiti-
2709 ons- und Planungssicherheit bestehen bleibt. Wir unterstützen Bemühungen der In-
2710 dustrie, Ressourceneffizienz und Recycling (z. B. von „kritischen“ Metallen) weiter zu
2711 steigern und wollen das nationale Ressourceneffizienzprogramm (ProgRess) nach
2712 dem Grundsatz „Freiwilligkeit vor Regulierung“ fortentwickeln.

2713

2714 **Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“**

2715 Wir werden ein gesamtdeutsches Fördersystem für strukturschwache Regionen ent-
2716 wickeln, das allen Bundesländern gerecht wird und das Fördergefälle zu Nachbar-
2717 staaten Deutschlands berücksichtigt. Die künftige Strukturförderung soll für eine brei-
2718 tere Verwendung geöffnet werden. Neben dem bekannten Instrumentarium müssen
2719 Produktivitätssteigerung, Digitalisierung, Fachkräftesicherung, Breitbandversorgung
2720 und vor allem die verstärkte Förderung unternehmerischer Aktivitäten in Forschung
2721 und Entwicklung in den Vordergrund gerückt werden. Um die flächendeckende Struk-
2722 turschwäche insbesondere in den neuen Bundesländern zu überwinden, ist die För-
2723 derung in den struktur-schwächsten Regionen durch eine Abstufung der Fördersätze
2724 zu intensivieren und bei der Mittelverteilung angemessen zu berücksichtigen. Um
2725 gleichwertige Lebensverhältnisse in Stadt und Land zu gewährleisten, wollen wir
2726 nicht abgerufene Fördermittel aus diesen Bundesprogrammen überjährig bündeln
2727 und für Regionalprojekte in strukturschwachen Regionen einsetzen.

2728

2729 Die Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“
2730 (GRW) soll weiterhin auch und gerade die wirtschaftlichen Strukturprobleme ländli-
2731 cher und städtischer Räume adressieren. Sie soll auch zum Abbau des Strukturgefäl-
2732 les innerhalb von Bundesländern beitragen. Ebenfalls wollen wir weitere Bundespro-
2733 gramme im Rahmen der Konzipierung des gesamtdeutschen Fördersystems darauf-
2734 hin überprüfen, ob und wie sie zur Förderung strukturschwacher Regionen beitragen
2735 können. Dabei wollen wir die fachpolitischen Zielrichtungen der Programme wahren.

2736

2737 Wir setzen uns für eine starke EU-Kohäsionspolitik ein, die auch künftig alle Regio-
2738 nen angemessen berücksichtigt und gleichzeitig notwendige Strukturreformen in den
2739 Mitgliedstaaten besser unterstützt. Das europäische Beihilferecht ist eine gewichtige
2740 Rahmenbedingung für die Ausgestaltung der künftigen Strukturförderung und darf
2741 diese nicht konterkarieren. Wir werden den Prozess der Erstellung der neuen Regio-
2742 nalleitlinien auf europäischer Ebene eng begleiten mit dem Ziel, eine beihilferechtl-
2743 iche Flankierung des gesamtdeutschen Strukturfördersystems zu erreichen.

2744

2745 **Digitalisierung**

2746 Auf EU-Ebene werden wir uns für eine rasche Vollendung des digitalen Binnen-
2747 markts einsetzen – mit flächendeckend leistungsfähigen Breitbandnetzen, einem
2748 schnellen und einfachen Zugang zu digitalen Innovationen und Rahmenbedingun-
2749 gen, die Unternehmen und Start-ups eine unbürokratische Skalierung von digitalen
2750 Geschäftsmodellen ermöglicht. Wir werden uns auf EU-Ebene außerdem für eine E-
2751 Privacy-Verordnung einsetzen, die im Einklang mit der EU-Datenschutz-

2752 Grundverordnung die berechtigten Interessen von Verbraucherinnen und Verbrau-
2753 chern und Wirtschaft angemessen und ausgewogen berücksichtigt.

2754

2755 Wir brauchen eine Modernisierung des Kartellrechts in Bezug auf die Digitalisierung
2756 und Globalisierung der Wirtschaftswelt. Wir wollen das Wettbewerbsrecht für digitale
2757 Geschäftsmodelle ergänzen. Wir wollen die Verfahren im allgemeinen Wettbewerbs-
2758 recht spürbar beschleunigen, ohne dabei rechtsstaatliche Garantien einzuschränken.
2759 Ein wichtiger Schritt sollte dabei die Stärkung des Instrumentariums der einstweiligen
2760 Maßnahmen sein. Für die Wettbewerbsbehörde soll ein vorläufiges Einschreiten
2761 schon vor Abschluss des Hauptsacheverfahrens erleichtert werden, damit irreparable
2762 Schäden für den Wettbewerb wirksam verhindert werden. Wir benötigen neben dem
2763 allgemeinen Wettbewerbsrecht eine kompetentere und aktivere systematische
2764 Marktbeobachtung. Die Wettbewerbsbehörde muss Missbrauch von Marktmacht vor
2765 allem auf sich schnell verändernden Märkten zügig und effektiv abstellen können.
2766 Dazu werden wir die wettbewerbsbehördliche Aufsicht weiterentwickeln, insbesonde-
2767 re im Hinblick auf Missbräuche von Plattformunternehmen.

2768

2769 Gleichzeitig wollen wir im Wettbewerbsrecht alle Voraussetzungen dafür schaffen, in
2770 Deutschland und Europa die Entstehung von Digitalkonzernen zu ermöglichen, die
2771 international eine wettbewerbsfähige Größe erreichen. Um Eckpunkte für entspre-
2772 chende Reformen zu entwickeln, setzen wir eine Kommission „Wettbewerbs-
2773 recht 4.0“ ein. Wir streben die Harmonisierung und Zusammenführung der rechtli-
2774 chen Grundlagen im Digitalbereich an.

2775

2776 Wir wollen die Einrichtung einer Digitalagentur prüfen, die die Bundesregierung als
2777 nachgeordnete Behörde in der Umsetzung der Maßnahmen unterstützt. Dazu gehö-
2778 ren z. B. die Telekommunikations- und Plattformregulierung oder Marktbeobachtung.

2779

2780 Die Digitalisierung hat zu gravierenden Veränderungen auf den klassischen Post-
2781 dienstleistungsmärkten geführt. Daher werden wir die bestehenden Regulierungen
2782 überprüfen und vor dem Hintergrund der aktuellen Marktentwicklungen anpassen.
2783 Unser Ziel ist es, weiterhin eine qualitativ hochwertige, flächendeckende und er-
2784 schwingliche Grundversorgung mit Postdienstleistungen sicherzustellen. Es gilt, die
2785 Qualität und die Effizienz auf den Postdienstleistungsmärkten zum Wohle der Ver-
2786 braucherinnen und Verbraucher zu gewährleisten und zu erhöhen.

2787

2788 **Mittelstand**

2789 Der Mittelstand ist das Rückgrat unserer Wirtschaft und steht weltweit für hohe Quali-
2790 tätsstandards. Selbstständige, Familienunternehmen, Freie Berufe und Handwerk
2791 schaffen mit Abstand die meisten Arbeits- und Ausbildungsplätze und leisten damit
2792 einen wichtigen Beitrag zum Allgemeinwohl. Wir wollen ihre Leistung künftig noch
2793 stärker öffentlich anerkennen und fördern. Der Mittelstand prägt Kultur und Selbst-
2794 verständnis der deutschen Wirtschaft und leistet einen starken Beitrag zur internatio-
2795 nalen Wettbewerbsfähigkeit unseres Landes.

2796

2797 Viele kleine und mittlere Unternehmen sind weltweit Innovationsführer. Das zeigen
2798 die ca. 2000 deutschen „Hidden Champions“ mit ihrer Spitzenstellung auf bestimm-
2799 ten Technologiefeldern. Eine wesentliche Aufgabe der Wirtschaftspolitik ist es daher,
2800 die Rahmenbedingungen für kleine und mittlere Unternehmen so zu gestalten, dass
2801 ihre Entwicklungs- und Wettbewerbsfähigkeit gestärkt und Unternehmensgründun-
2802 gen ermöglicht werden. Dazu wollen wir beispielsweise die Exportfinanzierung bei

2803 kleinen Kreditsummen (Small Tickets) unbürokratischer und passgenauer gestalten.
2804 Wir wollen mittelständische Unternehmen fördern und durch stärkere Vernetzung
2805 Innovationen in diesem Bereich unterstützen.

2806
2807 Das deutsche Handwerk bildet mit rund einer Million Betrieben und mehr als 5,3 Mil-
2808 lionen Erwerbstätigen eine tragende Säule des deutschen Mittelstands. Es ist hoch
2809 innovativ, regional verankert und erschließt durch seine leistungsfähigen Unterneh-
2810 men auch erfolgreich neue Märkte auf europäischer und internationaler Ebene. Auf
2811 europäischer Ebene setzen wir uns weiter für den Fortbestand bewährter Qualifikati-
2812 onsstandards ein und lehnen die Einführung des Herkunftslandprinzips ab. Das
2813 Kompetenzzentrum „Digitales Handwerk“ wollen wir fortführen.

2814
2815 Freie Berufe sind ein wichtiges Element unserer Wirtschaft. Sie stehen für Vielfalt
2816 und unternehmerische Verantwortung. Wir werden uns für die Belange der Freien
2817 Berufe einsetzen und darauf hinwirken, dass die hohen Qualitätsstandards und die
2818 Unabhängigkeit freiberuflicher Dienstleistungen auch im europäischen Kontext an-
2819 gemessen berücksichtigt werden.

2820
2821 Die Digitalisierung ist Chance und Herausforderung für den Einzelhandel. Es soll ein
2822 Kompetenzzentrum Handel geschaffen werden, um konkrete Hilfestellungen für den
2823 kleinen und mittleren Einzelhandel zu leisten.

2824
2825 Wir werden die Voraussetzungen dafür schaffen, dass der Mittelstand auf breiter
2826 Front die Chancen der Digitalisierung ergreifen kann und die digitale Transformation
2827 des Mittelstands mit gezielten Maßnahmen der Information, Beratung und dem An-
2828 gebot von Testanwendungen fördern. Dazu wollen wir im Rahmen von Mittelstand-
2829 Digital unser bestehendes Netzwerk an Mittelstand 4.0-Kompetenzzentren und Mit-
2830 telstand 4.0-Agenturen weiter ausbauen. Mit dem neuen bundesweiten Förderpro-
2831 gramms go-digital wollen wir kleine und mittlere Unternehmen sowie Handwerksbetrie-
2832 be auf den Feldern IT-Sicherheit, digitale Markterschließung und digitalisierte Ge-
2833 schäftsprozesse mit konkreten Maßnahmen unterstützen. Darüber hinaus wollen wir
2834 ein neues Investitionsprogramm „Digitalisierung des Mittelstands“ auflegen, um ge-
2835 zielt in digitale Technologien und Know-how zu investieren.

2836 2837 **Gründungen**

2838 Wir fördern die Gründungskultur in Deutschland und wollen deshalb unsere erfolgrei-
2839 chen Programme wie EXIST fortführen. Wir schaffen Strukturen, die Neugründungen
2840 und Nachfolge in der Start- und Übergangsphase unterstützen. In der Start- und
2841 Übergangsphase werden wir die Bürokratiebelastung auf ein Mindestmaß reduzieren.
2842 In den ersten beiden Jahren nach Gründung werden wir die Unternehmen von
2843 der monatlichen Voranmeldung der Umsatzsteuer befreien. Zudem werden wir die
2844 Bedingungen für Wagniskapital weiter verbessern. Antrags-, Genehmigungs- und
2845 Besteuerungsverfahren werden wir vereinfachen. Ziel sollte ein „One-Stop-Shop“
2846 sein. Wir brauchen in Deutschland eine deutliche Ausweitung des Volumens des
2847 Wagniskapitalmarktes, um insbesondere Unternehmen in der Wachstumsphase zu
2848 unterstützen. Deshalb wollen wir die Einführung steuerlicher Anreize zur Mobilisie-
2849 rung von privatem Wagniskapital über die bisherigen Maßnahmen hinaus prüfen. An
2850 diesen Wagniskapitalfinanzierungen sollen sich Privatwirtschaft, öffentliche Hand,
2851 KfW und europäische Finanzpartner beteiligen. Die klassische Mittelstandsfinanzie-
2852 rung über Sparkassen, Volks- und Genossenschaftsbanken, Privatbanken, För-
2853 derbanken sowie Bürgschaftsbanken wollen wir sichern und stärken.

2854 Wir wollen die Zusammenarbeit von Start-ups mit der etablierten Wirtschaft in geeig-
2855 neten Formaten weiter unterstützen und den internationalen Austausch von Start-
2856 ups, auch im Rahmen der Digital Hub-Initiative und des German Israeli Start-up
2857 Exchange Program (GISEP), fördern. Wir werden neue Möglichkeiten der Mitarbei-
2858 terbeteiligung prüfen.

2859

2860 **Bürokratieabbau**

2861 Wir treiben den Abbau von Bürokratie weiter voran und stärken damit die Wirtschaft.
2862 Deshalb wollen wir für diese durch Entlastungen neue Freiräume für ihr Kerngeschäft
2863 und neue Investitionen schaffen. Im Rahmen eines Bürokratieabbaugesetzes III wer-
2864 den wir insbesondere die Statistikpflichten weiter verringern. Darüber hinaus werden
2865 wir weiterhin u. a. die Vereinheitlichung von Grenz- und Schwellenwerten in ver-
2866 schiedenen Rechtsbereichen, die Harmonisierung, z. B. von handels- und steuer-
2867 rechtlichen Vorschriften, zeitnahe Betriebsprüfungen durch die Finanzbehörden, die
2868 Vermeidung von Doppelmeldung zur Berufsgenossenschaft, die Überprüfung von
2869 Schwellenwerten vor allem im Steuer- und Sozialrecht sowie bei Berichtspflichten
2870 und der Verwendungspflicht bestimmter Formulare anstreben. Wir setzen eine res-
2871 sortübergreifende Bund-Länder-Arbeitsgruppe ein, die zur signifikanten Reduzierung
2872 der Statistikpflichten bis Ende 2019 konkrete Vorschläge erarbeitet. Europäische
2873 Vorgaben werden wir nicht mit zusätzlichen bürokratischen Belastungen versehen.
2874 Auf europäischer Ebene setzen wir uns für die Einführung des Prinzips „one in, one
2875 out“ ein. National kann die Bürokratie- und Kostenbremse „one in, one out“ nur er-
2876 folgreich sein, wenn die laufenden Kosten erfasst werden. Wir werden uns bei der
2877 EU für eine angemessenere Abgrenzung für kleine und mittlere Unternehmen einset-
2878 zen, die zukünftig bis zu 500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter umfassen soll, damit
2879 mehr Unternehmen von europäischen Berichtspflichten entlastet werden. Verwal-
2880 tungsmodernisierung und E-Government bergen enorme Potenziale, um die Bürokrati-
2881 elasten zu reduzieren und die Verfahren zu beschleunigen.

2882

2883 Wir wollen die Digitalisierung der Verwaltung und wollen ein zentrales, einheitliches
2884 digitales Portal für Bürgerinnen und Bürger sowie Unternehmen schaffen. Die Um-
2885 setzung werden wir mit großer Dynamik in dieser Legislaturperiode vorantreiben.

2886

2887 Wir wollen das Onlinezugangsgesetz um einen Digitalisierungspakt zwischen Bund,
2888 Ländern und Kommunen ergänzen. Darin bekennen wir uns zu einer vertrauensvol-
2889 len Zusammenarbeit und regeln die Verteilung der notwendigen Investitionskosten.
2890 Damit Bürgerinnen und Bürger sowie Unternehmen ihre Daten nur einmal angeben
2891 müssen, entwickeln wir ein behördenübergreifendes Datenmanagement, das die
2892 Weitergabe von Daten zwischen Behörden erleichtert und gleichzeitig das hohe
2893 deutsche Datenschutzniveau erhält. Wir nutzen das Konzept, die 100 wichtigsten
2894 Verwaltungsleistungen online anzubieten. Schwerpunkte setzen wir dabei in den Be-
2895 reichen Steuern und Abgaben, Bilanzierung und Buchführung, Personal, Ausschrei-
2896 bungen und öffentliche Aufträge, Unternehmensübergang sowie Bauen und Immobi-
2897 lien und erarbeiten die hierfür notwendigen Angebote in enger Abstimmung mit den
2898 Nutzerinnen und Nutzern aus den Unternehmen. Hierfür definieren wir verbindliche
2899 Meilensteine, innerhalb derer umfassende Angebote in der Legislaturperiode etabliert
2900 sein müssen. Dabei ist ein angemessener Ausgleich zwischen den Anforderungen
2901 eines modernen E-Governments und einer Digitalisierung der unternehmerischen
2902 Geschäftsprozesse erforderlich. Im Interesse einer besseren Rechtsetzung erproben
2903 wir die Potenziale von alternativen, insbesondere datengestützten Regulierungsin-
2904 strumenten („smarte Regulierung“) in Reallaboren.

2905 Langwierige und bürokratische Planungs- und Genehmigungsverfahren sind ein
2906 massives Hindernis für neue Investitionen in Betriebe und neue Infrastrukturen. Dies
2907 wirkt sich nachteilig auf die Wettbewerbsfähigkeit des Wirtschaftsstandorts Deutsch-
2908 lands aus, gerade auch für kleinere und mittlere Unternehmen. Wir werden das Pla-
2909 nungs- und Genehmigungsrecht daher umfassend auf Beschleunigungs- und Entbü-
2910 rokratisierungsmöglichkeiten überprüfen. EU-Regelungen werden wir 1:1 umsetzen.
2911 Ebenso wollen wir uns auf EU-Ebene für eine Reduzierung von Bürokratiebelastun-
2912 gen bei Planungs- und Genehmigungsverfahren einsetzen.

2913

2914 Die öffentliche Beschaffung ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Öffentliche Aufträge
2915 müssen mittelstandsfreundlich ausgeschrieben werden. Zur weiteren Vereinheitli-
2916 chung des Vergaberechts prüfen wir die Zusammenführung von Verfahrensregeln für
2917 die Vergabe von Liefer- und Dienstleistungen einerseits und von Bauleistungen an-
2918 dererseits in einer einheitlichen Vergabeverordnung.

2919

2920 **Genossenschaften, Kammern und Tourismus**

2921 Wir wollen Genossenschaften als nachhaltige und krisenfeste Unternehmensform in
2922 den unterschiedlichsten Wirtschaftsbereichen stärken. Dazu benötigen wir Maßnah-
2923 men, die eine starke Mitgliederbeteiligung unterstützen und kleineren Genossen-
2924 schaften Orientierungshilfen bieten. Für die Vereinbarkeit des Kartellrechts mit dem
2925 Genossenschaftswesen, das wir stärken wollen, werden wir die entsprechenden Be-
2926 dingungen schaffen und dafür Leitlinien für die Vereinbarkeit mit dem deutschen Kar-
2927 tellrecht entwickeln.

2928

2929 Wir bekennen uns zu den Kammern und den rechtlichen Grundlagen des bestehen-
2930 den Kammerwesens. Die Kammern müssen einen spürbaren Beitrag zur Stärkung
2931 ihrer Akzeptanz bei den Mitgliedsunternehmen leisten. Wir bestärken sie darin, ihre
2932 Leistungen inklusive der Servicequalität für die Mitgliedsunternehmen weiterzuentwi-
2933 ckeln und zu verbessern.

2934

2935 Der Tourismus ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor in Deutschland, auch in ländlichen
2936 Räumen. Wir wollen die touristische Entwicklung nachhaltig stärken. Wir vereinbaren
2937 unter Beachtung der föderalen Grundsätze der Tourismuspolitik (gemeinsam mit den
2938 Ländern) und den Kompetenzen des Bundes für die Tourismuswirtschaft einen
2939 ganzheitlichen wirtschaftspolitischen Ansatz in Form einer nationalen Tourismusstra-
2940 tegie. Dabei wollen wir die Rahmenbedingungen für den Tourismus in Deutschland
2941 weiter verbessern, von der Werbung im Ausland über einheitliche Qualitätskriterien
2942 und eine Fachkräfteoffensive mit der Branche bis hin zur Barrierefreiheit. Die Förder-
2943 instrumente von EU, Bund und Ländern müssen enger miteinander verzahnt werden.

2944

2945 **Fachkräftebedarf**

2946 Um dem Fachkräftemangel in Deutschland zu begegnen, werden wir eine Fachkräf-
2947 testrategie aufbauend auf der bestehenden „Partnerschaft für Fachkräfte“ entwickeln
2948 und stellen sie auf drei Säulen: die inländischen, die innereuropäischen und die in-
2949 ternationalen Potenziale. Im Inland setzen wir uns vor allem für eine Qualifizierung
2950 von geringqualifizierten Beschäftigten und bessere Rahmenbedingungen für ältere
2951 Beschäftigte ein. Diese Aufgaben erfordern eine stärkere gemeinsame Verantwor-
2952 tung von Arbeitgeberinnen und Arbeitgebern und Arbeitnehmerinnen sowie Arbeit-
2953 nehmern für die berufsbezogene Weiterbildung. Zudem wollen wir durch Qualifizie-
2954 rung und Weiterbildung Langzeitarbeitslosen und Bildungsabbrechern bessere
2955 Chancen auf dem Arbeitsmarkt ermöglichen. Vor dem Hintergrund der demografi-

2956 schen Entwicklung und den Herausforderungen der Digitalisierung wird das lebens-
2957 begleitende Lernen immer wichtiger. Die Entwicklung einer Nationalen Weiterbil-
2958 dungsstrategie ist daher von großer Bedeutung. Die Ausbildungsinitiativen innerhalb
2959 der Europäischen Union zur Bekämpfung der Jugendarbeitslosigkeit wollen wir stär-
2960 ken. Um Deutschland für qualifizierte internationale Fachkräfte noch attraktiver zu
2961 machen, wollen wir ein Fachkräfteeinwanderungsgesetz verabschieden, mit dem wir
2962 den Zuzug qualifizierter Arbeitskräfte nach Deutschland ordnen und steuern.

2963
2964 Wir wollen den Anteil der Frauen am Erwerbsleben in Deutschland erhöhen. Damit
2965 leisten wir auch einen wesentlichen Beitrag zur Fachkräftesicherung. Daher werden
2966 wir Frauen und Männern die bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie ermögli-
2967 chen. Wir wollen vor allem auch Frauen den Weg in die Selbstständigkeit erleichtern.
2968 Unterstützungsmaßnahmen für Gründerinnen und Unternehmerinnen wollen wir wei-
2969 terentwickeln und ausbauen sowie erfolgreiche Gründerinnen und Unternehmerinnen
2970 in ihrer Vorbildfunktion stärken.

2971
2972 Berufliche und akademische Bildung sind für uns gleichwertig. Wir bekennen uns zur
2973 dualen Ausbildung in Betrieb und Schule und werden sie stärken. Kooperationen von
2974 Wirtschaft und Schulen wollen wir unterstützen, um Selbstständigkeit, Unternehme-
2975 rum und die Vermittlung von handwerklichen Berufsbildern weiter zu fördern. Wir
2976 werden den Meisterbrief erhalten und verteidigen. Wir werden prüfen, wie wir ihn für
2977 einzelne Berufsbilder EU-konform einführen können. Um die berufliche Bildung gera-
2978 de im Handwerk weiter aufzuwerten, soll sie durch die öffentliche Finanzierung der
2979 Meisterprüfung dem kostenlosen Hochschulstudium stärker angeglichen werden.

2980
2981 Die berufliche Bildung werden wir mit einem Berufsbildungspakt modernisieren und
2982 stärken. Dazu gehören eine Ausstattungsoffensive für berufliche Schulen vor dem
2983 Hintergrund der Digitalisierung und eine Novelle des Berufsbildungsgesetzes. In die-
2984 sem Rahmen werden wir eine Mindestausbildungsvergütung im Berufsbildungsge-
2985 setz verankern. Wir werden mit dem Aufstiegsfortbildungsförderungsgesetz („Auf-
2986 stiegs-BAföG“) finanzielle Hürden für den beruflichen Aufstieg abbauen und Meiste-
2987 rinnen und Meistern in einem ersten Schritt im Handwerk bei bestandener Meister-
2988 prüfung die angefallenen Gebühren ganz oder teilweise erstatten (Meisterbonus). Wir
2989 wollen die digitalen Kompetenzen in der beruflichen Bildung stärken. Notwendig ist
2990 eine schnellere Modernisierung der Ausbildungsordnungen und Berufsbilder.

2991 2992 **Außenhandel**

2993 Wir wollen freien und fairen Handel in der Welt. Es gilt, in Zeiten der Globalisierung
2994 als Europäische Union stärker und einheitlicher in der Handelspolitik aufzutreten. In-
2995 ternationale Organisationen wie Internationaler Währungsfonds, Welthandelsorgani-
2996 sation, Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung sowie
2997 Weltbank haben sich in den letzten Jahren zu zentralen Foren der Gestaltung multila-
2998 teraler Standards und Regeln entwickelt. Sie wollen wir weiter unterstützen und stär-
2999 ken. Protektionismus lehnen wir ab und setzen vorrangig auf multilaterale Vereinba-
3000 rungen. Wir sind fest davon überzeugt, dass neben den Verhandlungen auf multilate-
3001 raler Ebene bilateralen und plurilateralen Abkommen eine entscheidende Bedeutung
3002 für eine aktive Gestaltung der Globalisierung zukommt. Im europäisch-kanadischen
3003 Handelsabkommen CETA sind zukunftsweisende Regelungen für den Schutz von
3004 Umwelt und Gesundheit, Arbeitnehmerrechten, öffentlicher Daseinsvorsorge und für
3005 einen fortschrittlichen Investitionsschutz vereinbart worden. Dies muss auch für künf-
3006 tige Handelsabkommen gelten. Wir wollen in Deutschland die Voraussetzungen dafür

3007 schaffen, dass das CETA-Abkommen umfassend in Kraft treten kann. Wir wollen um-
3008 fassende, moderne bilaterale Freihandelsabkommen mit Drittstaaten insbesondere
3009 im asiatisch-pazifischen Raum und Lateinamerika abschließen und unterstützen
3010 gleichzeitig das Ziel einer weiteren Vertiefung der transatlantischen Wirtschaftsbe-
3011 ziehungen.

3012
3013 Wir wollen das Außenwirtschaftsförderinstrumentarium, insbesondere in Bezug auf
3014 neue Märkte und mit dem Schwerpunkt Afrika, weiterentwickeln. Wir nehmen be-
3015 wusst die Zukunftsthemen des afrikanischen Kontinents in den Fokus – Digitalisie-
3016 rung, Innovation und Ausbildung – und setzen zu diesem Zwecke das Eckpunktepa-
3017 pier zur wirtschaftlichen Entwicklung Afrikas um, u. a. durch die Stärkung privater
3018 Investitionen, Hermes-Bürgschaften und innovativer Finanzierungsinstrumente. Das
3019 Netzwerk der Deutschen Auslandshandelskammern ist ein wichtiger Pfeiler unserer
3020 Außenwirtschaftspolitik, das wir weiter stärken und ausbauen wollen.

3021
3022 Wir werden Deutschland als einen offenen Investitionsstandort erhalten, achten aber
3023 auf faire Wettbewerbsbedingungen. Wir unterstützen die EU-Initiative für ein verbes-
3024 sertes Investitions-Screening.

3025

3026 **2. Finanzen und Steuern**

3027

3028 **Solide Finanzen**

3029 Wir wollen die finanziellen Spielräume des Bundes, die aufgrund der guten wirt-
3030 schaftlichen Lage bestehen, verantwortlich und sozial ausgewogen für politische Ge-
3031 staltung nutzen. Wir sind uns über das Ziel eines ausgeglichenen Haushalts ohne
3032 neue Schulden und unter Einhaltung der entsprechenden grundgesetzlichen Vorga-
3033 ben einig. Wie im Stabilitäts- und Wachstumspakt vorgesehen, wollen wir die ge-
3034 samtstaatliche Schuldenstandsquote auf unter 60 Prozent des Bruttoinlandsprodukts
3035 zurückführen.

3036
3037 Das 2011 eingeführte Eckwerteverfahren („Top-Down“) zur Haushaltsaufstellung hat
3038 sich bewährt und wird fortgesetzt. Die bestehenden Beteiligungsrechte des Deut-
3039 schen Bundestags und seines Haushaltsausschusses bei finanzwirksamen Ent-
3040 scheidungen auf europäischer Ebene werden gewahrt.

3041
3042 Auf Grundlage des ausgeglichenen Haushalts wollen wir mit den vorhandenen Mit-
3043 teln noch mehr für die Bürgerinnen und Bürger bewirken. Hierzu gehört auch, durch
3044 umfassende Aufgabenkritik sowie durch die regelmäßige Überprüfung der Maßnah-
3045 men auf Effektivität und Effizienz zusätzliche Spielräume zu erarbeiten. Dazu werden
3046 die Ansätze zur Verbesserung der Wirkungsorientierung des Haushalts, z. B. ein-
3047 nahme- und ausgabeseitige Haushaltsanalysen, gestärkt und weiterentwickelt.

3048
3049 Für die Jahre 2018 bis 2021 sind nach der Finanzplanung des Bundes für die Haus-
3050 haltsaufstellung (51. Finanzplan) Ausgaben von 1,392 Billionen Euro vorgesehen.
3051 Über die dort eingepplanten Maßnahmen hinaus wollen wir den absehbaren finanziel-
3052 len Spielraum der nächsten vier Jahre für prioritäre Ausgaben in den folgenden
3053 Schwerpunkt-Bereichen nutzen:

3054

3055

Prioritäre Ausgaben in den folgenden Schwerpunkt-Bereichen

3056

1. Investitionen in Zukunft: Bildung, Forschung, Hochschulen, Digitalisierung

Maßnahme	Summe 2018-21
Programm Ganztagschule/Ganztagsbetreuung	2,0
Aufstiegsfortbildung in der beruflichen Bildung	0,35
Reform BAföG	1,0
Nachfolge Hochschulpakt (ab 2021)	0,6
Anteil Bund am schrittweisen Erreichen 3,5-Prozent-Ziel Forschung und Entwicklung bis 2025	2,0
Breitbandausbau, Digitalpakt Schulen (Infrastruktur ¹)	Fonds
Summe (Mrd.)	5,95

3057

2. Familien, Kinder und Soziales

Maßnahme	Summe 2018-21
Erhöhung Kindergeld und Kinderfreibetrag (Anteil Bund)	3,5
Kita (Gebühren und Qualität)	3,5
Bekämpfung Kinderarmut durch Kinderzuschlag	1,0
Eingliederungstitel SGB II: Sozialer Arbeitsmarkt/Soziale Teilhabe	4,0
Summe (Mrd.)	12,0

3058

3. Bauen und Wohnen

Maßnahme	Summe 2018-21
Weitere Förderung sozialer Wohnungsbau durch Bund in 2020/2021	2,0
Steuerliche Förderung von mehr Wohneigentum (AfA, energetische Gebäudesanierung, Förderung Eigentum für Familien)	2,0
Summe (Mrd.)	4,0

3059

4. Gleichwertige Lebensverhältnisse, Landwirtschaft, Verkehr und Kommunen

Maßnahme	Summe 2018-21
Erhöhung der Mittel Gemeindeverkehrsfinanzierungsgesetz (GVFG) 2020/21	1,0
Regionale Strukturpolitik/Strukturwandel Kohlepolitik	1,5
Ländliche Räume/Landwirtschaft	1,5
Fortsetzung kommunaler wie auch Landesprogramme	8,0
Summe (Mrd.)	12,0

3060 **5. Internationale Verantwortung bei Sicherheit und Entwicklung**

Maßnahme	Summe 2018-21
Erhöhung Etats für Verteidigung und ODA-Quote	2,0
Summe (Mrd.)	2,0

3061 **6. Entlastung der Bürger**

Maßnahme	Summe 2018-21
Solidaritätszuschlag	10,0
Summe (Mrd.)	10,0

3062 ¹ Die weiteren Maßnahmen werden im Rahmen der Haushaltsaufstellungen 2018/2019 geklärt.

3063
3064 Weitere Maßnahmen, auf die sich die Koalition einigt, können finanziert werden,
3065 wenn sich zusätzliche finanzielle Spielräume ergeben oder eine entsprechende un-
3066 mittelbare, vollständige und dauerhafte Gegenfinanzierung sichergestellt ist.

3067
3068 Mit den Versteigerungserlösen der 5G-Lizenzen wollen wir einen Investitionsfonds
3069 einrichten, der für den Ausbau der digitalen Infrastruktur zur Verfügung steht.

3070
3071 Wir stellen die weitere Finanzierung der laufenden Maßnahmen zur Entlastung von
3072 Ländern und Kommunen bei den Flüchtlingskosten (Integrationspauschale, Kosten
3073 der Unterkunft, unbegleitete minderjährige Flüchtlinge) in den Jahren bis 2021 mit
3074 insgesamt weiteren acht Milliarden Euro sicher und gestalten sie gemeinsam – wo
3075 erforderlich – effizienter neu aus.

3076
3077 Wir wollen durch die konkrete Programmgestaltung sicherstellen, dass die Mittel, die
3078 der Bund für definierte Aufgaben, z. B. den sozialen Wohnungsbau, an andere Ge-
3079 bietskörperschaften gibt, auch vollständig für genau diese Zwecke eingesetzt wer-
3080 den.

3081
3082 **Steuerpolitik**

3083 Wir werden insbesondere untere und mittlere Einkommen beim Solidaritätszuschlag
3084 entlasten. Wir werden den Solidaritätszuschlag schrittweise abschaffen und ab dem
3085 Jahr 2021 mit einem deutlichen ersten Schritt im Umfang von zehn Milliarden Euro
3086 beginnen. Dadurch werden rund 90 Prozent aller Zahler des Solidaritätszuschlags
3087 durch eine Freigrenze (mit Gleitzone) vollständig vom Solidaritätszuschlag entlastet.

3088
3089 Steuervereinfachung ist eine Daueraufgabe. Es ist ein wichtiges politisches Ziel, hier
3090 Schritt für Schritt voranzukommen und dabei insbesondere auch die technischen
3091 Möglichkeiten der modernen Datenverarbeitung zu nutzen. Wir werden das Angebot
3092 an die Bürger für eine elektronische Kommunikation mit der Finanzverwaltung aus-
3093 bauen. Wir streben die Einführung einer vorausgefüllten Steuererklärung für alle
3094 Steuerpflichtigen bis zum Veranlagungszeitraum 2021 an.

3095
3096 Wir wollen eine gerechte Verteilung der Steuerlast bei Ehegatten. Wir wollen Ehegat-
3097 ten über das Faktorverfahren besser informieren und die Akzeptanz stärken. Perso-
3098 nen mit Steuerklassenkombination III/V sollen in den Steuerbescheiden regelmäßig
3099 über das Faktorverfahren informiert und auf die Möglichkeit des Wechsels zur Steu-
3100 erklassenkombination IV/IV mit Faktor hingewiesen werden.

3101 Wir unterstützen in Europa eine gemeinsame Bemessungsgrundlage und Mindest-
3102 sätze bei den Unternehmenssteuern. Hier wollen wir mit Frankreich Initiativen ergrei-
3103 fen, um auch eine Antwort auf internationale Veränderungen und Herausforderun-
3104 gen, nicht zuletzt in den USA, zu geben.

3105
3106 Die Abgeltungsteuer auf Zinserträge wird mit der Etablierung des automatischen In-
3107 formationsaustausches abgeschafft; Umgehungstatbestände werden wir verhindern.
3108 An dem bisherigen Ziel der Einführung einer Finanztransaktionsteuer im europäi-
3109 schen Kontext halten wir fest.

3110
3111 In Deutschland wollen wir einen gerechten Steuervollzug – von der Steuererhebung
3112 bis zur Steuerprüfung. Sämtliche aus einer Straftat erlangten Vermögenswerte und
3113 alle rechtswidrigen Gewinne sollen konsequent eingezogen werden.

3114
3115 Das Erhebungs- und Erstattungsverfahren der Einfuhrumsatzsteuer stellt einen gra-
3116 vierenden Wettbewerbsnachteil für die deutschen Industrie- und Handelsunterneh-
3117 men sowie für die deutschen Flug- und Seehäfen dar. Wir werden daher diese Ver-
3118 fahren in Kooperation mit den Bundesländern optimieren.

3119
3120 Wir werden die Rolle des Bundeszentralamtes für Steuern mit entsprechender Aus-
3121 stattung stärken und weiterentwickeln. Es soll für Gebietsfremde zur zentralen An-
3122 laufstelle für steuerliche Fragen und verbindliche Auskünfte werden.

3123 3124 **Steuerfairness**

3125 Wir wollen Steuerhinterziehung, Steuervermeidung, unfairen Steuerwettbewerb und
3126 Geldwäsche effizient und unbürokratisch im nationalen, europäischen und internatio-
3127 nalen Rahmen bekämpfen.

3128
3129 Wir unterstützen ausdrücklich alle Bemühungen für eine gerechte Besteuerung gro-
3130 ßer Konzerne, insbesondere auch der Internetkonzerne. Dabei setzen wir weiterhin
3131 auf internationalen Konsens. Durch weltweit möglichst breite Implementierung der
3132 OECD-BEPS-Verpflichtungen sowie -Empfehlungen schaffen wir faire steuerliche
3133 Wettbewerbsbedingungen für grenzüberschreitende unternehmerische Tätigkeiten.
3134 Wir werden unsere Verpflichtungen aus der EU-Anti-Steuervermeidungsrichtlinie im
3135 Interesse des Standorts Deutschland umsetzen, die Hinzurechnungsbesteuerung
3136 zeitgemäß ausgestalten, Hybridregelungen ergänzen und die Zinsschranke anpas-
3137 sen.

3138
3139 Wir werden Maßnahmen für eine angemessene Besteuerung der digitalen Wirtschaft
3140 ergreifen. Zur weiteren Bekämpfung des Umsatzsteuerbetrugs beim Handel mit Wa-
3141 ren im Internet werden wir gesetzliche Regelungen schaffen, um Betreiberinnen und
3142 Betreiber von elektronischen Marktplätzen, die den Handel unredlicher Unternehme-
3143 rinnen und Unternehmer über ihren Marktplatz nicht unterbinden, für die ausgefallene
3144 Umsatzsteuer in Anspruch zu nehmen. Die Betreiberinnen und Betreiber werden wir
3145 dazu verpflichten, über die auf ihren Plattformen aktiven Händlerinnen und Händler
3146 Auskunft zu erteilen.

3147
3148 Der Zoll leistet wertvolle Arbeit bei der Bekämpfung von Wirtschaftskriminalität, von
3149 Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung, von Finanz- und Steuerbetrug sowie von
3150 Schwarzarbeit und illegaler Beschäftigung. Wir werden den Zoll in allen Aufgabenbe-
3151 reichen, auch bei der Abfertigung internationaler Handelsströme, insbesondere durch

3152 Personalmaßnahmen (Stellen, Besoldung) stärken.

3153

3154 **Finanzmarkt und Digitalisierung**

3155 Unsere Finanzmarktpolitik gibt der realwirtschaftlichen Dienstleistungsfunktion des
3156 Finanzsektors Vorrang. Indem wir Transparenz schaffen, nachhaltige Wachstumsstrategien fördern und die Krisenfestigkeit der Finanzmarktakteure stärken, verbessern wir die Funktionsfähigkeit und Stabilität der Finanzmärkte. Risiko und Haftung gehören zusammen. Die Steuerzahlerinnen und Steuerzahler sollen nicht mehr für die Risiken des Finanzsektors eintreten müssen. Für uns gilt deshalb der Grundsatz: Kein Finanzmarktakteur, kein Finanzprodukt und kein Markt darf in Zukunft ohne angemessene Regulierung bleiben. Dies trägt auch zur langfristigen Wettbewerbsfähigkeit der Finanzmärkte bei.

3164

3165 Wir setzen uns für eine zielgenaue, wirksame und angemessene Finanzmarktregulierung ein. Daher wollen wir die (Wechsel-)Wirkungen der nach der Finanzmarktkrise beschlossenen Regulierungsmaßnahmen untersuchen. Dabei wollen wir prüfen, ob ihre Ziele erreicht wurden und ob die Regulierung und die Aufsicht nach dem Grundsatz der doppelten Proportionalität ausgerichtet sind. Dort, wo es notwendig ist, werden wir auf eine Nachjustierung auch auf europäischer und internationaler Ebene hinwirken. Wir wollen dabei insbesondere kleine Institute entlasten, soweit von ihnen geringe Risiken für die Finanzstabilität ausgehen.

3173

3174 Regional tätige Finanzinstitute wie Sparkassen, Genossenschaftsbanken und Förderbanken sind wichtige Finanzpartner vieler Menschen und Unternehmen in unserem Land. Wir sehen sie als wichtige Säule für die Stabilität im Finanzsystem und kämpfen daher für ihren Erhalt. Wir werden bei der Regulierung danach unterscheiden, ob es sich um Sparkassen, Genossenschaftsbanken, Förderbanken bzw. kleine und mittlere Privatbanken mit risikoarmen Geschäftsmodellen handelt oder um systemrelevante Großbanken.

3181

3182 Im Rahmen einer europäischen oder internationalen Lösung streben wir für Finanzinstitute außerhalb des Banken- und Versicherungssektors, z. B. für Hedgefonds und Schattenbanken, einen Kriterienkatalog zur Prüfung ihrer Bedeutung für das Finanzsystem an. Systemrelevante Finanzinstitute sollen verbindlichen Regulierungsanforderungen und einer Aufsicht unterliegen. Gleiches Geschäft muss gleich reguliert werden.

3188

3189 Wir werden uns für attraktive Rahmenbedingungen am Finanzplatz Deutschland einsetzen und die digitale Infrastruktur für die Finanzmärkte weiter stärken. Angesichts des bevorstehenden Austritts des Vereinigten Königreichs aus der EU wollen wir den Standort Deutschland für Finanzinstitute attraktiver gestalten. Dazu werden wir es möglich machen, Risikoträger im Sinne von § 2 Abs. 8 Institutsvergütungsverordnung, deren jährliche regelmäßige Grundvergütung das Dreifache der Beitragsbemessungsgrenze in der Rentenversicherung überschreitet, im Kündigungsschutzgesetz leitenden Angestellten gleichzustellen.

3197

3198 Auch eine kohärente Regulierung und Aufsicht sollen dazu beitragen, Deutschlands Rolle als einer der führenden Digitalisierungs- und FinTech-Standorte zu stärken. Wir werden unnötige bürokratische Hemmnisse beseitigen und dafür sorgen, dass Geschäfte mit gleichen Risiken auch gleich reguliert werden. Um das Potenzial der Blockchain-Technologie zu erschließen und Missbrauchsmöglichkeiten zu verhin-

3203 dern, wollen wir eine umfassende Blockchain-Strategie entwickeln und uns für einen
3204 angemessenen Rechtsrahmen für den Handel mit Kryptowährungen und Token auf
3205 europäischer und internationaler Ebene einsetzen. Die Möglichkeiten der bargeldlo-
3206 sen Zahlung sollen im digitalen Zeitalter erweitert werden. Anonymes Bezahlen mit
3207 Bargeld muss weiterhin möglich bleiben.

3208
3209 Die Sicherheit der IT-Systeme ist sowohl für Kundinnen und Kunden als auch für die
3210 Stabilität der Finanzmärkte von großer Bedeutung. Die Abwehr von Cyber-Angriffen
3211 stellt auch für Finanzdienstleister eine wesentliche Herausforderung dar. Wir wollen
3212 die Fähigkeiten der Finanzaufsicht im Bereich Digitalisierung und IT-Sicherheit stär-
3213 ken und auch die Zusammenarbeit mit allen zuständigen Aufsichts- und Sicherheits-
3214 behörden intensivieren.

3215
3216 Wir wollen die bisherigen Maßnahmen zum finanziellen Verbraucherschutz evaluie-
3217 ren.

3218

3219 **3. Energie**

3220 Wir wollen im Energiebereich die Rahmenbedingungen so setzen, dass die Energie-
3221 wende zum Treiber für Energieeffizienz, Modernisierung, Innovationen und Digitali-
3222 sierung im Strom-, Wärme-, Landwirtschafts- und Verkehrssektor wird, ohne die in-
3223 ternationale Wettbewerbsfähigkeit des Industriestandortes Deutschland zu gefähr-
3224 den. Die dafür erforderliche Versorgungssicherheit muss durch entsprechende Rah-
3225 menbedingungen auch am deutschen Energiemarkt zuverlässig gewährleistet sein.
3226 Die Einbettung der Energiewende in den europäischen Zusammenhang eröffnet die
3227 Chance, die Kosten zu senken und Synergien zu nutzen. Wir wollen zusätzliche
3228 Wachstums- und Beschäftigungschancen in Deutschland und Exportchancen für
3229 deutsche Unternehmen auf internationalen Märkten. Zentrale Orientierung bleibt das
3230 energiepolitische Zieldreieck von Versorgungssicherheit, verlässlicher Bezahlbarkeit
3231 und Umweltverträglichkeit.

3232
3233 Wir werden die internationale Energiezusammenarbeit ausbauen, um die Vorreiter-
3234 rolle Deutschlands bei der Energiewende international zu nutzen und die Wettbe-
3235 werbsfähigkeit deutscher Unternehmen zu unterstützen. Um die deutsche Wirtschaft
3236 weltweit zu vernetzen, werden wir verstärkt die internationalen Formate (z. B. G7,
3237 G20) sowie die internationalen Energieinstitutionen (z. B. IEA, IRENA) nutzen. Wir
3238 werden weitere bilaterale Energiepartnerschaften entwickeln, mit dem Ziel, der deut-
3239 schen Industrie den Marktzugang zu erleichtern und die weltweite Energiewende vo-
3240 ranzubringen.

3241
3242 Eine Voraussetzung für eine erfolgreiche Energiewende und Klimaschutzpolitik ist ein
3243 weiterer zielstrebigere, effizienter, netzsynchroner und zunehmend marktorientierter
3244 Ausbau der Erneuerbaren Energien. Unter diesen Voraussetzungen streben wir ei-
3245 nen Anteil von etwa 65 Prozent Erneuerbarer Energien bis 2030 an und werden ent-
3246 sprechende Anpassungen vornehmen. Der Ausbau der Erneuerbaren Energien
3247 muss deutlich erhöht werden, auch um den zusätzlichen Strombedarf zur Erreichung
3248 der Klimaschutzziele im Verkehr, in Gebäuden und in der Industrie zu decken.

3249
3250 Vorgesehen sind Sonderausschreibungen, mit denen acht bis zehn Millionen Tonnen
3251 CO₂ zum Klimaschutzziel 2020 beitragen sollen. Hier sollen je vier Gigawatt Onsho-
3252 re-Windenergie und Photovoltaik sowie ein Offshore-Windenergiebeitrag zugebaut

3253 werden, je zur Hälfte wirksam in 2019 und 2020. Voraussetzung ist die Aufnahmefähigkeit der entsprechenden Netze.
3254

3255
3256 Die Herausforderung besteht in einer besseren Synchronisierung von Erneuerbaren
3257 Energien und Netzkapazitäten. Wir halten an dem Ziel der einheitlichen Stromge-
3258 botszone in Deutschland fest. Wir werden eine bessere regionale Steuerung des
3259 Ausbaus der Erneuerbaren Energien einführen und für die Ausschreibungen südlich
3260 des Netzengpasses einen Mindestanteil über alle Erzeugungsarten festlegen. Wir
3261 werden die Akteursvielfalt auch künftig sicherstellen, aber ausschließlich bun-
3262 desimmissionsschutzrechtlich genehmigte Projekte an Ausschreibungen teilnehmen
3263 lassen.
3264

3265 Wir wollen durch eine stärkere Marktorientierung der Erneuerbaren Energien Investi-
3266 tionen in Speichertechnologien und intelligente Vermarktungskonzepte fördern. Ziel
3267 ist es, die Versorgungssicherheit in allen Teilen Deutschlands weiterhin sicherzustel-
3268 len und die EEG- und Systemkosten so gering wie möglich zu halten.
3269

3270 Offshore-Windenergie hat eine industriepolitische Bedeutung für Deutschland und
3271 kann auch zur Kostensenkung beitragen. Wir setzen uns deshalb für ein nationales
3272 Offshore-Testfeld ein, mit dem wir die Offshore-Potenziale in der Energiewende er-
3273 forschen werden.
3274

3275 Wir werden:

- 3276 • Anstrengungen zum Ausbau und zur Modernisierung der Energienetze unterneh-
3277 men. Zu diesem Zweck werden wir einen ambitionierten Maßnahmenplan zur Op-
3278 timierung der Bestandsnetze und zum schnelleren Ausbau der Stromnetze erar-
3279 beiten. Es geht darum, mit neuen Technologien und einer stärkeren Digitalisie-
3280 rung, aber auch mit einer besseren Zusammenarbeit der Netzbetreiber die vor-
3281 handenen Netze höher auszulasten. Wir werden das Netzausbaubeschleuni-
3282 gungsgesetz novellieren und vereinfachen. Notwendig sind auch ökonomische An-
3283 reize für eine Optimierung der Netze;
- 3284 • mehr Akzeptanz für den Netzausbau schaffen und zu dessen Beschleunigung bei-
3285 tragen, indem wir mehr Erdverkabelung insbesondere im Wechselstrombereich
3286 und dort vor allem an neuralgischen Punkten, soweit technisch machbar, ermögli-
3287 chen. Die politischen Vereinbarungen unserer Parteivorsitzenden („Eckpunkte für
3288 eine erfolgreiche Umsetzung der Energiewende“) vom 1. Juli 2015 gelten fort;
- 3289 • die Verordnung zur Umsetzung der bereits beschlossenen bundesweit einheitli-
3290 chen Übertragungsnetzentgelte unverzüglich erarbeiten;
- 3291 • mit einer Reform der Netzentgelte die Kosten verursachergerecht und unter an-
3292 gemessener Berücksichtigung der Netzdienlichkeit verteilen und bei Stromver-
3293 brauchern unter Wahrung der Wettbewerbsfähigkeit mehr Flexibilität ermöglichen;
- 3294 • unter Anerkennung der zunehmenden Verantwortung der Stromverteilnetzbetrei-
3295 ber den Regulierungsrahmen weiterentwickeln, um Investitionen in intelligente Lö-
3296 sungen (Digitalisierung) – gerade auch im Bereich der Verteilnetze – zu flankieren;
- 3297 • im Rahmen des gesetzlichen Monitorings die Bezahlbarkeit von Energie und die
3298 Versorgungssicherheit regelmäßig bewerten. Außerdem werden wir jedes Jahr
3299 überprüfen, wie sich die Netzengpässe entwickeln, und ab Anfang 2019 daraus
3300den notwendigen Handlungsbedarf ableiten (Stresstests);
- 3301 • beim weiteren Ausbau der Windenergie an Land einen besseren Interessenaus-
3302 gleich zwischen Erneuerbaren-Branche einerseits und Naturschutz- und Anwoh-
3303neranliegen andererseits gewährleisten;

- 3304 • durch eine bundeseinheitliche Regelung beim weiteren Ausbau der Erneuerbaren
3305 Energien (EE) die Standortgemeinden stärker an der Wertschöpfung von EE-
3306 Anlagen beteiligen und die Möglichkeiten einer Projektbeteiligung von Bürgerinnen
3307 und Bürgern verbessern, ohne dass dies insgesamt zu Kostensteigerungen beim
3308 EE-Ausbau führt. Wir werden die bestehende Mieterstromregelung optimieren, in-
3309 dem der Verlust der tradierten gewerbesteuerlichen Behandlung von Wohnungs-
3310 baugenossenschaften vermieden wird, um nachhaltige Mieterstrommodelle zu er-
3311 möglichen;
- 3312 • die Kopplung der Sektoren Wärme, Mobilität und Elektrizität in Verbindung mit
3313 Speichertechnologien voranbringen. Dafür müssen die Rahmenverbindungen an-
3314 gepasst werden. Stadtwerke und Verteilnetzbetreiber haben durch ihre Nähe zu
3315 Energieversorgern und Verbrauchern sowie dem öffentlichen Nahverkehr eine
3316 Schlüsselposition in der Sektorkopplung. Für Speicher wollen wir entsprechende
3317 Forschungs- und Fördermittel bereitstellen. Deutschland soll wieder Standort für
3318 Batteriezellproduktion werden. Wir wollen ein Fraunhofer-Institut für Speichertechno-
3319 logien einrichten und vorhandene Kompetenzen einbinden. Die Wasserstoff-
3320 technologie wollen wir stärken;
- 3321 • prüfen, inwieweit zukünftig nicht mehr benötigte Kraftwerksstandorte für große
3322 thermische Speicher-Kraftwerke genutzt werden können. Wir werden die unter-
3323 schiedliche Belastung von gespeicherter Energie prüfen und vereinheitlichen. Wir
3324 werden Speichern die Möglichkeit eröffnen, mehrere Dienstleistungen gleichzeitig
3325 zu erbringen, etwa Regelenergie und Mieterstrom. Wir werden Wärmespeicher
3326 insbesondere für Quartiers- und Siedlungslösungen unterstützen;
- 3327 • die Kraft-Wärme-Kopplung (KWK) weiterentwickeln und umfassend modernisie-
3328 ren, so dass sie im Rahmen der Energiewende eine Zukunft hat. Wir werden die
3329 Kraft-Wärme-Kopplung CO₂-ärmer ausgestalten und flexibilisieren. Wir wollen
3330 KWK-Anlagen und die Fernwärmeinfrastruktur ausbauen und effizienter machen;
- 3331 • die Planung und Finanzierung von Energieinfrastrukturen – einschließlich der be-
3332 stehenden Gas- und Wärmeinfrastruktur für die Sektorkopplung – so reformieren,
3333 dass die verschiedenen Infrastrukturen koordiniert energiewendetauglich und kos-
3334 teneffizient weiterentwickelt werden;
- 3335 • Deutschland zum Standort für LNG-Infrastruktur machen.

3336

3337 Wir werden unter breiter Beteiligung eine ambitionierte und sektorenübergreifende
3338 Energieeffizienzstrategie des Bundes erarbeiten und darin das Leitprinzip „Efficiency
3339 First“ verankern mit dem Ziel, den Energieverbrauch bis zum Jahr 2050 um
3340 50 Prozent zu senken. Den Nationalen Aktionsplan Energieeffizienz (NAPE) werden
3341 wir basierend auf den Ergebnissen des Grünbuchs Energieeffizienz weiterentwickeln
3342 und schnellstmöglich umsetzen. Bestehende Programme zur Förderung der Energie-
3343 effizienz wollen wir evaluieren und bei Bedarf nutzergerecht optimieren. Wir wollen
3344 die Fördermittel auf dem derzeitigen Niveau stabilisieren.

3345

3346 Wir werden die Energieforschung vermehrt auf die Energiewende ausrichten. Ge-
3347 meinsam mit der Wirtschaft und der Wissenschaft werden wir neue Formate der Ver-
3348 netzung schaffen, die uns helfen, die Wertschöpfung und die klügsten Köpfe in
3349 Deutschland zu halten. Dazu wollen wir u. a.:

- 3350 • im Rahmen der Energieforschung gezielt öffentliche Mittel zur Entwicklung CO₂-
3351 armer Industrieprozesse bzw. zur CO₂-Kreislaufwirtschaft bereitstellen,
- 3352 • den Übergang von Forschung zu Demonstration und Markteinführung unterstützen
3353 und die „Reallabore“ (z. B. Power to Gas/Power to Liquid) als weitere Säule der
3354 Energieforschung ausbauen,

- 3355 • den Zugang zu der Forschungsförderung für Start-ups deutlich erleichtern.
3356

3357 **4. Verkehr**

3358 Mobilität ist eine zentrale Grundlage für individuelle Freiheit und gesellschaftlichen
3359 Wohlstand, für wirtschaftliches Wachstum und für Arbeitsplätze in allen Regionen.
3360 Wir wollen deshalb für alle Menschen in Deutschland eine moderne, saubere, barriere-
3361 freie und bezahlbare Mobilität organisieren und dabei die gesellschaftlichen Her-
3362 ausforderungen, wie den demografischen Wandel, die Urbanisierung, Anbindung
3363 ländlicher Räume und Globalisierung, meistern. Um den Zusammenhalt in Europa zu
3364 stärken, werden wir die grenzüberschreitende Mobilität verbessern. Wir wollen unse-
3365 re Infrastruktur weiter ausbauen und modernisieren und die großen Chancen von
3366 digitalen Innovationen, wie automatisiertes und vernetztes Fahren, und von alternati-
3367 ven Antrieben auf allen Verkehrsträgern nutzen.
3368

3369 **Finanzierung/Verkehrsinvestition**

3370 Wir werden den Investitionshochlauf auf einem Rekordniveau für die Verkehrsinvesti-
3371 tionen mindestens auf dem heutigen Niveau fortführen. Für die Planungs- und Finan-
3372 zierungssicherheit wird die Überjährigkeit der zur Verfügung gestellten Haushaltsmit-
3373 tel dauerhaft sichergestellt. Zugleich werden wir Finanzierungsinstrumente imple-
3374 mentieren, mit denen jährlichen Haushaltsresten entgegengesteuert wird. Wir setzen
3375 weiterhin unseren Schwerpunkt auf den Erhalt vor dem Neu- und Ausbau.
3376

3377 Die prioritären Projekte des Bundesverkehrswegeplans 2030 wollen wir auskömmlich
3378 finanzieren. Bis zum 3. Quartal 2018 werden wir die Schienenprojekte des potenziel-
3379 len Bedarfs unter Berücksichtigung der Berechnungen des Verkehrsressorts bewerte-
3380 ten. Im neuen Verkehrsinfrastrukturzustandsbericht werden wir transparent die priori-
3381 tären Erhaltungsmaßnahmen nach Bundesländern auführen.
3382

3383 Wir werden die noch nicht fertiggestellten Öffentlich-Privaten Partnerschaften der
3384 1.-3. Staffel realisieren, wenn deren Wirtschaftlichkeit auf Basis der mit dem Bundes-
3385 rechnungshof abgestimmten Regularien transparent nachgewiesen worden ist. Die
3386 Wirtschaftlichkeitsuntersuchung und die Konzessionsverträge werden wir nach
3387 Vergabe bei Zustimmung des Konzessionsnehmers im Internet veröffentlichen.
3388

3389 Den Aufbau der Infrastrukturgesellschaft Verkehr werden wir unter Einbindung der
3390 Gewerkschaften und Personalräte bei den Organisationsentscheidungen eng
3391 begleiten. Die Möglichkeit, die Planfeststellung weiterhin durch die Länder
3392 durchführen zu können, ist rechtssicher auszugestalten.
3393

3394 Die Vereinbarungen zwischen Bund und Ländern zu einer verbesserten
3395 Ausgabenpauschale für die Bundesfernstraßen wollen wir umsetzen.
3396

3397 Eine Privatisierung der Straßeninfrastruktur und der Infrastrukturgesellschaft Verkehr
3398 bleibt ausgeschlossen.
3399

3400 Wir halten an der zügigen Ausdehnung der Lkw-Maut für Fahrzeuge ab 7,5 Tonnen
3401 auf alle Bundesstraßen fest und werden auf Grundlage des neuen
3402 Wegekostengutachtens eine durchschnittliche Mauthöhe für Lkw auf allen
3403 Bundesfernstraßen festlegen.
3404

3405 Wir werden die Mittel für das Gemeindeverkehrsfinanzierungsgesetz (GVFG) bis
3406 2021 auf jährlich eine Milliarde Euro erhöhen und danach jährlich dynamisiert für
3407 Aus- und Neubaumaßnahmen zur Verfügung stellen.
3408

3409 **Planungsbeschleunigung**

3410 Wir werden ein Planungs- und Baubeschleunigungsgesetz verabschieden. Damit
3411 wollen wir deutliche Verbesserungen und noch mehr Dynamik in den Bereichen Ver-
3412 kehr, Infrastruktur, Energie und Wohnen erreichen. Durch frühzeitige Bürgerbeteili-
3413 gung, weniger Bürokratie und gezielten Personaleinsatz wollen wir unsere öffentli-
3414 chen Verkehrswege schneller planen und bauen. Mit Änderung der rechtlichen Vor-
3415 gaben wollen wir Erleichterungen für Infrastrukturprojekte erreichen. Dabei orientie-
3416 ren wir uns an den Verkehrsprojekten Deutsche Einheit sowie an den zwölf Punkten
3417 der Strategie Planungsbeschleunigung des Verkehrsressorts. Für ausgewählte Pro-
3418 jekte mit überragendem öffentlichem Interesse werden wir die Planungs- und Ge-
3419 nehmungsverfahren verkürzen und die Verwaltungsgerichtsverfahren auf eine In-
3420 stanz beschränken.
3421

3422 Zudem wollen wir auf Grundlage europäischen Rechts das Verbandsklagerecht in
3423 seiner Reichweite überprüfen und uns auf EU-Ebene für die Wiedereinführung der
3424 Präklusion einsetzen.
3425

3426 Für fünf Pilotprojekte wollen wir Baurecht durch Maßnahmengesetze erproben. Das
3427 Instrument der Plangenehmigung wollen wir stärken, insbesondere bei Ersatzneu-
3428 bauten und Lärmschutzmaßnahmen. Gemeinsam mit der Wirtschaft werden wir die
3429 Gewinnung von Fachpersonal gezielt angehen.
3430

3431 Die digitale Planungsmethode „Building Information Modeling“ (BIM) reduziert Kosten
3432 und minimiert die Risiken von Kosten- und Terminüberschreitungen. Deshalb werden
3433 wir die BIM baldmöglichst bei allen neu zu planenden Verkehrsinfrastrukturprojekten
3434 zur Anwendung bringen.
3435

3436 **Mobilität und Umwelt**

3437 Wir werden eine Kommission unter Einbeziehung der unterschiedlichen Akteure aus
3438 Politik, Wirtschaft, Umweltverbänden, Gewerkschaften sowie betroffenen Ländern
3439 und Regionen einsetzen, die bis Anfang 2019 eine Strategie „Zukunft der
3440 bezahlbaren und nachhaltigen Mobilität“ mit verlässlicher Zeitschiene erarbeitet. Die
3441 Mobilität – und damit die Automobilwirtschaft – stehen aktuell vor enormen
3442 Herausforderungen. Klimaschutz, Luftreinhaltung, neue Mobilitäts- und
3443 Geschäftsmodelle und sich stark divergent entwickelnde Weltmärkte sind hierbei
3444 bedeutende Aspekte. Die Mobilitätspolitik ist dem Pariser Klimaschutzabkommen und
3445 dem Klimaschutzplan 2050 der Bundesregierung verpflichtet. Wir wollen die
3446 Klimaziele von Paris erreichen und dabei soziale Belange berücksichtigen, die
3447 Wettbewerbsfähigkeit der Industrie gewährleisten und bezahlbare Mobilität
3448 sicherstellen. Dafür bedarf es eines ganzen Bündels von Maßnahmen, wie z. B. der
3449 Förderung von Elektromobilität, des Öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) und
3450 des Schienenverkehrs, effizienteren und saubereren Verbrennungsmotoren inklusive
3451 Nachrüstungen sowie der Verstetigung der Mittel im Rahmen des Nationalen Forums
3452 Diesel.
3453

3454 Wir wollen gemeinsam mit Ländern und Kommunen unsere Anstrengungen für eine
3455 Verbesserung der Luftqualität insbesondere in besonders belasteten Innenstädten

3456 erheblich verstärken. Wir wollen Fahrverbote vermeiden und die Luftreinhaltung
3457 verbessern. Die Kommunen wollen wir unterstützen, die Emissionsgrenzwerte im
3458 Rahmen ihrer Luftreinhaltepläne mit anderen Maßnahmen als mit pauschalen
3459 Fahrverboten einzuhalten.

3460
3461 Wir wollen insbesondere die Schadstoffemissionen aus dem Straßenverkehr an der
3462 Quelle weiter reduzieren. Dazu gehören – soweit technisch möglich und wirtschaftlich
3463 vertretbar – technische Verbesserungen von Fahrzeugen im Bestand. Wir werden im
3464 Jahr 2018 auf Basis der Ergebnisse der laufenden Untersuchungen zu Hardware-
3465 Nachrüstungsvarianten in der Arbeitsgruppe „Technische Nachrüstung“ und den
3466 weiteren Entscheidungen des „Diesel-Gipfels“ sowie aller rechtlicher Fragen der
3467 Zulassung, Gewährleistung und Kostentragung sowie in Kenntnis von
3468 Gerichtsentscheidungen und den Entscheidungen auf europäischer Ebene über
3469 weitere Schritte zur NOx-Reduzierung, auch der technischen Nachrüstungen,
3470 entscheiden. Wir setzen uns dabei für ein gemeinsames und koordiniertes Vorgehen
3471 von Bund, Ländern, Kommunen, Unternehmen und Gewerkschaften ein.

3472
3473 In den besonders betroffenen Städten wollen wir aus dem Fonds „Nachhaltige
3474 Mobilität für die Stadt“ Mobilitätspläne zur Schadstoffreduktion sowie die darin
3475 verankerten Maßnahmen fördern. Das Sofortprogramm „Saubere Luft 2017-2020“
3476 wollen wir fortschreiben. Bundes- und Landesprogramme sollen kumuliert werden
3477 können.

3478
3479 Wir wollen den Umstieg der Fahrzeugparks von Behörden, Taxiunternehmen,
3480 Handwerksbetrieben sowie des ÖPNV auf emissionsarme bzw. -freie
3481 Antriebstechnologien durch Aufwertung der Förderprogramme vorantreiben.
3482 Außerdem wollen wir die Verlagerung der Pendlerverkehre auf die Schiene (u. a.
3483 Park+Ride) fördern. Zudem wollen wir den Ordnungsrahmen so ändern, dass
3484 Länder, Städte und Kommunen in der Lage sind, verbindliche Vorgaben und
3485 Emissionsgrenzwerte für den gewerblichen Personenverkehr wie Busse, Taxen,
3486 Mietwagen und Carsharing-Fahrzeuge sowie für Kurier-, Express-, Paket-Fahrzeuge
3487 zu erlassen. Gleichzeitig wollen wir bei Taxen und leichten Nutzfahrzeugen den
3488 Umstieg auf emissionsarme Antriebe technologieoffen im bestehenden
3489 Finanzrahmen durch eine Erhöhung der bestehenden Kaufprämie bei
3490 Elektrofahrzeugen fördern und für weitere Technologien andere Förderinstrumente
3491 entwickeln.

3492
3493 Für die Überwachung der bereits im Markt befindlichen Fahrzeuge werden wir eine
3494 flächendeckende Feldüberwachung sowie ein wirksames Sanktionssystem bei
3495 Nichteinhaltung von Emissionsvorschriften gegenüber den Herstellern etablieren. Wir
3496 werden die Gründung des Deutschen Instituts für Verbrauchs- und
3497 Emissionsmessungen (DIVEM) vorantreiben.

3498
3499 Wir wollen das Nationale Innovationsprogramm Wasserstoff- und
3500 Brennstoffzellentechnologie fortführen. Wir wollen die Mobilitäts- und
3501 Kraftstoffstrategie (MKS) technologieoffen weiterentwickeln und die Mittel zu deren
3502 Umsetzung erhöhen. Wir wollen die Sektorenkopplung voranbringen und den
3503 regulativen Rahmen ändern, so dass „grüner Wasserstoff“ und Wasserstoff als
3504 Produkt aus industriellen Prozessen als Kraftstoff oder für die Herstellung
3505 konventioneller Kraftstoffe (z. B. Erdgas) genutzt werden kann. Wir wollen die THG-

3506 Quote weiterentwickeln, um die Produktion von Biokraftstoffen abfall- und
3507 reststoffbasiert sowie auf Pflanzenbasis zu unterstützen.

3508

3509 Bei der pauschalen Dienstwagenbesteuerung werden wir für E-Fahrzeuge (Elektro-
3510 und Hybridfahrzeuge) einen reduzierten Satz von 0,5 Prozent des inländischen Lis-
3511 tenpreises einführen.

3512

3513 Wir wollen die Elektromobilität (batterieelektrisch, Wasserstoff und Brennstoffzelle) in
3514 Deutschland deutlich voranbringen und die bestehende Förderkulisse, wo erforder-
3515 lich, über das Jahr 2020 hinaus aufstocken und ergänzen. Wir wollen den Aufbau
3516 einer flächendeckenden Lade- und Tankinfrastruktur intensivieren. Ziel ist, bis 2020
3517 mindestens 100 000 Ladepunkte für Elektrofahrzeuge zusätzlich verfügbar zu ma-
3518 chen – wovon mindestens ein Drittel Schnellladesäulen (DC) sein sollen. Zudem wol-
3519 len wir die Errichtung von privaten Ladesäulen fördern. Für eine nachhaltige Umstel-
3520 lung der Busflotten auf alternative Antriebe sind neben den Fahrzeugen auch eine
3521 geeignete Ladeinfrastruktur sowie Betriebsmanagementsysteme erforderlich. Den
3522 Einbau von Ladestellen für Elektrofahrzeuge von Mieterinnen und Mietern sowie
3523 Wohnungseigentümerinnen und Wohnungseigentümern werden wir rechtlich erleich-
3524 tern. Außerdem werden wir die gesetzlichen Bedingungen für benutzerfreundliche
3525 Bezahlssysteme verbessern.

3526

3527 Für gewerblich genutzte Elektrofahrzeuge führen wir eine auf fünf Jahre befristete
3528 Sonder-AfA (Abschreibung für Abnutzung) von 50 Prozent im Jahr der Anschaffung
3529 ein. Wir wollen zudem die Förderung für die Umrüstung und Anschaffung von E-
3530 Taxen, E-Bussen, E-Nutzfahrzeugen und Carsharing verstetigen.

3531

3532 Wir wollen die bestehende „Nationale Plattform Elektromobilität“ zu einer Plattform
3533 „Zukunft der Mobilität“ umgestalten, die sich mit der Weiterentwicklung der Automo-
3534 bilindustrie beschäftigt. Die Ansiedlung einer Batteriezellfertigung ist für Deutschland
3535 und Europa ein wichtiges wirtschafts- und industriepolitisches Handlungsfeld. Wir
3536 wollen die Industrie dabei unterstützen, die gesamte Wertschöpfungskette der Elek-
3537 tromobilität in Deutschland und Europa vorzuhalten.

3538

3539 Für den Schienenverkehr wollen wir ein umfassendes Förderprogramm auflegen, das
3540 sowohl die Elektrifizierung von Strecken als auch die Anschaffung von Fahrzeugen
3541 nebst Nachlade-/Tankinfrastruktur umfasst. Den Schienenpersonennahverkehr
3542 wollen wir mit Investitionszuschüssen für Brennstoffzellen-Hybrid-Triebwagen inkl.
3543 Ausstattung/Umrüstung der Depots und Bau und Betrieb von Wasserstofftankstellen
3544 unterstützen. Um die Wirtschaftlichkeit von Elektrobussen zu erhöhen, wollen wir sie
3545 analog der Schienenbahnen von der EEG-Umlage freistellen.

3546

3547 **Schieneverkehr**

3548 Pünktlichkeit, guter Service und hohe Qualität müssen das Markenzeichen der
3549 Eisenbahnen in Deutschland sein. Mit einem Schienenpakt von Politik und Wirtschaft
3550 wollen wir bis 2030 doppelt so viele Bahnkundinnen und Bahnkunden gewinnen und
3551 dabei u. a. mehr Güterverkehr auf die umweltfreundliche Schiene verlagern. Wir
3552 wollen die Maßnahmen des Masterplans Schienengüterverkehr dauerhaft umsetzen.
3553 Die Eisenbahnen müssen im Gegenzug in mehr Service, mehr Zuverlässigkeit und
3554 mehr Innovationen investieren.

3555

3556 Die priorisierten Maßnahmen zur Schaffung eines deutschlandweiten 740-Meter-
3557 Netzes für Güterzüge werden wir bis 2020 realisieren.
3558

3559 Wir wollen die Digitalisierung der Schiene, auch auf hochbelasteten S-Bahnstrecken,
3560 vorantreiben und den Ausbau der europäischen Leit- und Sicherungstechnik ETCS,
3561 elektronischer Stellwerke und Umrüstung der Lokomotiven durch den Bund
3562 unterstützen. Die Automatisierung des Güterverkehrs und das autonome Fahren auf
3563 der Schiene wollen wir durch Forschung und Förderung unterstützen.
3564

3565 Bis 2025 wollen wir 70 Prozent des Schienennetzes in Deutschland elektrifizieren.
3566 Mit einer neuen Förderinitiative wollen wir regionale Schienenstrecken elektrifizieren.
3567 Wir wollen zudem mehr hindernisfreie Mobilität ermöglichen. Ein Schlüsselprojekt
3568 dabei ist das Programm zur Förderung von Barrierefreiheit auf Bahnhöfen.
3569

3570 Wir wollen Bundesmittel für den Betrieb von Schienennebenstrecken zur Verfügung
3571 stellen sowie ein Programm zur Förderung der Mobilität im ländlichen Raum
3572 auflegen. Wir wollen Bahnhöfe und -haltstellen in den Regionen halten.
3573

3574 Wir wollen ein Instrumentarium entwickeln, mit dem Aufgabenträger übergreifende
3575 Schienenverkehrsprojekte von besonderer Bedeutung beschleunigt realisieren
3576 können (z. B. Schienenverkehrsknoten in Mischnutzung aus S-Bahn, Schienennah-
3577 und Fernverkehr sowie strategische grenzüberschreitende Schienenverbindungen).
3578

3579 Wir wollen die Förderung für NE-Bahnen für den Ausbau öffnen. Das
3580 Eisenbahnkreuzungsgesetz wollen wir ändern, um den kommunalen Anteil der
3581 Finanzierung an TEN-Strecken zu reduzieren.
3582

3583 Für ein „Tausend-Bahnhöfe“-Förderprogramm zur Attraktivitätssteigerung gerade
3584 kleinerer Bahnhöfe, das Bahnanlagen und das Bahnhofsumfeld einbezieht, wollen
3585 wir die Länder, Kommunen und die Deutsche Bahn als Partner gewinnen. Damit
3586 wollen wir u. a. die Sanierung von Bahnhofsgebäuden fördern.
3587

3588 Für uns steht als Eigentümer der Deutschen Bahn AG nicht die Maximierung des
3589 Gewinns, sondern eine sinnvolle Maximierung des Verkehrs auf der Schiene im
3590 Vordergrund.
3591

3592 Wir halten am integrierten Konzern Deutsche Bahn AG fest. Eine Privatisierung der
3593 Bahn lehnen wir ab. Das Schienennetz und die Stationen sind Teil der öffentlichen
3594 Daseinsvorsorge. Entscheidungen, an welcher Stelle des Netzes in den Erhalt und
3595 Ausbau der Schieneninfrastruktur investiert wird, müssen durch den Bund frei von
3596 Gewinninteressen privater Dritter gefällt werden.
3597

3598 Wir werden in den Satzungen der DB Netz AG, der DB Station&Service AG sowie
3599 des Gesamtkonzerns volkswirtschaftliche Ziele wie die Steigerung des Marktanteils
3600 der Schiene festschreiben und die Vorstände der Unternehmen auf die Erfüllung der
3601 Ziele verpflichten.
3602

3603 Die für den Schienenverkehr zuständige Fachabteilung und deren nachgeordnete
3604 Behörden im für Verkehr zuständigen Ressort wollen wir strukturell und personell
3605 stärken und eine/n hochrangige/n Beauftragte/n der Bundesregierung für den
3606 Schienenverkehr einsetzen.

3607 Zur Kostenentlastung und Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit des
3608 Schienenverkehrs wollen wir die Senkung der Trassenpreise konsequent
3609 weiterverfolgen. Wir werden das Eisenbahnregulierungsrecht evaluieren.

3610
3611 Wir wollen mit der DB AG eine neue Leistungs- und Finanzierungsvereinbarung
3612 abschließen (LuFV III). Wesentliches Qualitätskriterium ist dabei die
3613 Netzverfügbarkeit. Zudem wollen wir Anreize für ein nutzerfreundliches
3614 Baustellenmanagement im Schienennetz schaffen.

3615
3616 Wir werden prüfen, wie Einzelwagenverkehre wirtschaftlich betrieben werden
3617 können.

3618
3619 Wir werden die Umsetzung des Deutschlandtakts vorantreiben. Die dafür
3620 vorgesehenen Aus- und Neubaumaßnahmen wollen wir bevorzugt realisieren. Unser
3621 Ziel ist, vertakteten Fernverkehr auf der Schiene deutlich zu stärken, das beinhaltet
3622 auch eine Ausweitung des Angebots auf größere Städte und Regionen, so dass
3623 mehr Menschen von Direktverbindungen im Fernverkehr profitieren. Den optimierten
3624 Zielfahrplan bestimmt die Politik. In diesem Fahrplan sind auch die notwendigen
3625 leistungsfähigen Güterverkehrsstrassen enthalten. Unter Federführung des
3626 Bundesverkehrsministeriums müssen die Infrastrukturunternehmen, die
3627 Eisenbahnverkehrsunternehmen des Fernverkehrs, die Bundesländer mit den
3628 Aufgabenträgern des SPNV sowie die Öffentlichkeit inklusive der Fahrgast- und
3629 Verbraucherverbände an diesem Prozess beteiligt werden. Der weitere Ausbau der
3630 Infrastruktur muss sich am gewünschten Fahrplan ausrichten.

3631
3632 Wir werden die gesetzlichen Regelungen zum Vergaberecht so anpassen, dass die
3633 Landkreise und Kommunen die Weiterbeschäftigung der bisherigen Beschäftigten
3634 beim Leistungsübergang im ÖPNV auf andere Betreiber zu den bestehenden
3635 Arbeits- und Sozialbedingungen vorschreiben können.

3636
3637 Wir werden uns im Mobilitätsbereich an der UN-Behindertenrechtskonvention
3638 orientieren. Der Bund begleitet den Prozess zum barrierefreien ÖPNV bis 2022.

3639

3640 **Mehr Verkehrssicherheit und Mobilität 4.0**

3641 Wir sehen uns der „Vision Zero“, also der mittelfristigen Senkung der Anzahl der
3642 Verkehrstoten auf null, verpflichtet. Deshalb wollen wir nach Auslaufen des
3643 „Verkehrssicherheitsprogramms 2011“ ein Anschlussprogramm auflegen. Die
3644 Umsetzung von verkehrssicherheitserhöhenden Projekten, wie z. B. „Schutzstreifen
3645 für Radfahrer außerorts“, wollen wir unterstützen. Die Kontrollbehörden des Bundes
3646 wollen wir personell besser ausstatten, um die Kontrolldichte zu erhöhen. Wir werden
3647 zur Steigerung der Verkehrssicherheit den rechtssicheren Einsatz moderner
3648 technischer Hilfsmittel wie z. B. Alcolocks ermöglichen. Nach der Einführung des
3649 neuen Punktesystems ist eine Evaluierung des Bußgeldkatalogs notwendig.

3650

3651 Wir werden die großen Chancen von digitalen Innovationen wie automatisiertes und
3652 vernetztes Fahren nutzen. Die Digitalisierung des Verkehrssystems erfordert neben
3653 großen Investitionen in die Verkehrstechnik auch den Ausbau der Informations- und
3654 Kommunikationstechnik. Wir werden dafür Sorge tragen, dass die
3655 Breitbandversorgung aller Verkehrsträger in den kommenden Jahren sichergestellt
3656 und dass schnelles mobiles Internet (5G) durch die Telekommunikations-
3657 Unternehmen ausgebaut wird. Bei der Versteigerung der Frequenzen werden wir

3658 entsprechende Vorgaben zur Versorgung und flächendeckenden Abdeckung
3659 vorlegen.

3660
3661 Damit autonome Fahrzeuge im öffentlichen Raum rechtssicher getestet und
3662 eingesetzt werden können, werden wir Experimentierklauseln bzw.
3663 Ausnahmeregelungen schaffen. Bis zum Ende der Legislaturperiode werden wir die
3664 rechtlichen Voraussetzungen für vollautonome Fahrzeuge (Stufe 5) auf geeigneten
3665 Infrastrukturen schaffen. Wir wollen die Haftungsregelungen beim Einsatz autonomer
3666 Systeme (z. B. selbstfahrende Kfz, Roboter) mit dem Ziel auf den Prüfstand stellen,
3667 um gegebenenfalls drohende Haftungslücken zu schließen.

3668
3669 Den Ausbau der Straßenverkehrstelematik wollen wir weiterführen und intelligente
3670 Parkleitsysteme aufbauen. Hierfür werden wir ein „digitales Straßengesetz“
3671 erarbeiten.

3672
3673 Wir wollen den erfolgreichen Aufbau der „Digitalen Testfelder Autobahnen“
3674 weiterführen und digitale Testfelder auf der Straße (insbesondere in den Städten),
3675 Schiene und Wasserstraße („autonomes Fahren auf der Elbe“ – Elbe 4.0)
3676 unterstützen. Wir werden Fahrerassistenzsysteme wie nicht abschaltbare
3677 Notbremssysteme oder Abbiegeassistenten für Lkw und Busse verbindlich
3678 vorschreiben und eine Nachrüstpflicht für Lkw- Abstandswarnsysteme prüfen.

3679
3680 Wir wollen, dass die Nutzerinnen und Nutzer des ÖPNV künftig mit einem
3681 elektronischen Ticket (eTicket) bargeldlos – vorzugsweise mit einer Anwendung im
3682 Smartphone – über Verkehrsverbünde hinweg, bundesweit fahren können. Wir
3683 werden die Verknüpfung der Verkehrsträger verbessern, indem wir bessere
3684 Informationen in Echtzeit zur Verfügung stellen. Im Rahmen der internetbasierten
3685 Fahrzeugzulassung (i-Kfz) werden wir die internetbasierte Neuzulassung und
3686 Umschreibung einführen.

3687
3688 Daten sind der Rohstoff des 21. Jahrhunderts. Wir wollen durch neue Open-Data-
3689 Anwendungen die Mobilität der Menschen und den Transport der Waren vereinfachen.
3690 Gleichzeitig kann durch Open-Data Transparenz hergestellt und Betrug, z. B.
3691 durch Tachomanipulationen, wirksam bekämpft werden.

3692
3693 Die Bürgerinnen und Bürger müssen sicher sein, dass ihre Daten jederzeit geschützt
3694 sind und nicht gegen ihre Interessen eingesetzt werden. Um beim automatisierten
3695 Fahren Datenschutz und Datensicherheit zu gewährleisten, werden wir einen Ver-
3696 ordnungsentwurf im Bundestag vorlegen.

3697 3698 **Luftverkehr**

3699 Wir wollen faire Rahmenbedingungen im Einklang mit europäischen und internationa-
3700 len Regelungen für die Luftverkehrswirtschaft. Dazu gehören die Umsetzung des
3701 Luftverkehrskonzeptes, die Entlastung unserer Flughäfen und Luftfahrtunternehmen
3702 von einseitigen nationalen Kosten. Damit haben wir bereits im letzten Jahr begon-
3703 nen.

3704
3705 Die bedarfsgerechte Kapazitätserweiterung der Flughäfen muss auch in Zukunft
3706 möglich sein. Die Luftverkehrswirtschaft ist aufgefordert, den durch Emissionen ver-
3707 ursachten Nachteilen wirksam zu begegnen.

3708

3709 Luftsicherheitskontrollen sind eine hoheitliche Aufgabe. Daher soll der Staat mehr
3710 strukturelle Verantwortung und Anteile der in den letzten Jahren gestiegenen Kosten
3711 für die Sicherheit der Menschen beim Fliegen übernehmen. Wir werden gleichzeitig
3712 die bestehende Organisation und Aufgabenwahrnehmung und -verteilung für die
3713 Luftsicherheit begutachten und konzeptionelle Vorschläge erarbeiten lassen, um die-
3714 se in Deutschland einheitlicher und effizienter zu gestalten.

3715
3716 Wir befürworten den Beschluss zur weltweiten Einführung des
3717 Klimaschutzinstruments CORSIA durch die Internationale Zivilluftfahrtorganisation
3718 (ICAO) ab 2020. Innovative Luftverkehrstechnologien werden wir fördern. Wir werden
3719 uns national, europäisch und international dafür einsetzen, dass die Emissionen des
3720 Luft- und insbesondere Seeverkehrs gesenkt werden und beide Sektoren zu den
3721 internationalen Klimazielen beitragen. Den Umwelt- und Nachhaltigkeitsbezug des
3722 Luftfahrtforschungsprogramms (LUFO) wollen wir weiter ausbauen und mehr
3723 finanzielle Mittel zur Verbesserung der Erforschung und Erprobung alternativer
3724 Treibstoffe im Luftverkehr bereitstellen, dazu gehört auch die Ausstattung von
3725 Flughäfen mit Landstrom. Für den Luftverkehr wollen wir die Forschung und
3726 Entwicklung zur Herstellung und Nutzung von alternativen, strombasierten
3727 Kraftstoffen vorantreiben und fördern.

3728
3729 Wir wollen die industriepolitische Zusammenarbeit von Bund, Ländern, Luftfahrt und
3730 Gewerkschaften zur Stärkung von Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit des
3731 Luftfahrtstandorts Deutschland institutionalisieren und mit einer regelmäßigen Bund-
3732 Länder-Konferenz begleiten.

3733
3734 Die Sicherheit der Menschen muss auch bei zunehmender kommerzieller und priva-
3735 ter Nutzung von Drohnen gegeben sein. Den rechtlichen Rahmen werden wir weiter-
3736 entwickeln. Wir setzen dabei insbesondere auf eine Registrierungspflicht, vereinfach-
3737 te Zulassungsverfahren und technische Neuerungen (z. B. Geofencing). Wir wollen
3738 auf die Deutsche Flugsicherung einwirken, die Treibstoffschnellablässe zeitnah auf
3739 ihrer Internetseite zu veröffentlichen.

3740
3741 Wir halten an der Beteiligung des Bundes am Flughafen Köln-Bonn fest. Alle Beteilig-
3742 ten sind aufgefordert, an einer zügigen Fertigstellung des neuen Hauptstadtflughaf-
3743 ens BER mitzuwirken.

3744
3745 Wir werden die Genehmigungsdauer für Ein- und Ausflüge von Ad-hoc-
3746 Frachtchartern deutlich verkürzen. Hierfür werden wir das Luftfahrtbundesamt stär-
3747 ken. Für den Flughafen Leipzig-Halle wollen wir die Frachtfluglanderechte erweitern
3748 und diesen generell als Landepunkt für den Luftfrachtverkehr in die assoziierten Do-
3749 kumente und damit in die Luftverkehrsabkommen aufnehmen.

3750
3751 Wir unterstützen den Novellierungsvorschlag der EU-Kommission für die europäische
3752 Fluggastrechte-Verordnung.

3753 **Schifffahrt**

3754
3755 Das Gesamtsystem aus Häfen und Wasserstraßen werden wir durch eine bessere
3756 konzeptionelle Vernetzung nachhaltig stärken. Zur Förderung des maritimen
3757 Standortes wollen wir die Förderinstrumente evaluieren und weiterentwickeln. Das
3758 nationale Hafenkonzept wollen wir konsequent umsetzen. Das Deutsche Maritime
3759 Zentrum (DMZ) wird als zentraler Ansprechpartner etabliert.

3760 Wir werden das Maritime Bündnis unter Einbeziehung der Gewerkschaften stärken.
3761 Wir werden in Deutschland maritimes Know-how erhalten und dazu die maritime
3762 Ausbildung stärken. Die Auswirkungen der Entlastungsoffensive für die deutsche
3763 Flagge werden evaluiert. Bei Bedarf wollen wir das Gesamtpaket – einschließlich der
3764 Ausbildungsplatzförderung – anpassen. Die Optimierung und Modernisierung der
3765 Flaggenstaatverwaltung werden wir weiter voranbringen. Dazu gehört sowohl die
3766 Überprüfung und gegebenenfalls Anpassung der bisherigen Strukturen als auch die
3767 komplett elektronische Abwicklung der Verfahren bis 2020 sowie die dringend
3768 notwendige Modernisierung des Schifffahrtsrechts.

3769
3770 Auf nationaler Ebene wollen wir unsere technologieoffenen Initiativen zugunsten
3771 alternativer Antriebe und Energiequellen in der Schifffahrt und in den Häfen (LNG,
3772 Wasserstoff/Brennstoffzelle, Methanol, Elektromobilität) verstärken und verstetigen.

3773
3774 Im Hafenbereich gehören die Absenkung der EEG-Umlage und der Einsatz
3775 energieeffizienter Fahrzeuge dazu. Wir stellen flächendeckend Landstrom für die
3776 deutschen Häfen zur Verfügung. Wir setzen uns für eine europaweit einheitliche
3777 Nutzungspflicht ein. Der einheitlichen Rechtsanwendung und dem entsprechenden
3778 Genehmigungsmanagement beim Thema LNG kommt in den Häfen hohe Bedeutung
3779 zu.

3780
3781 Wir wollen digitale Technologien und den automatisierten Betrieb in der Schifffahrt,
3782 den Häfen und der maritimen Lieferkette vorantreiben (z. B. digitales Testfeld
3783 Hamburger Hafen).

3784
3785 Das Förderprogramm Innovative Hafentechnologien wollen wir über 2020 hinaus
3786 verlängern. Unser Ziel ist, dass die Häfen ihre Stärken künftig gemeinsam noch
3787 besser nutzen – beispielsweise als „German Ports“.

3788
3789 Zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Binnenschifffahrt wollen wir die
3790 Befahrensabgaben für die Nutzung der Binnenwasserstraßen (ausgenommen der
3791 Nord-Ostsee-Kanal – NOK) abschaffen.

3792
3793 Das Förderprogramm „Nachhaltige Modernisierung von Binnenschiffen“ wollen wir
3794 fortsetzen und ausbauen. Fördern wollen wir zudem alternative Antriebe in der See-
3795 und Binnenschifffahrt sowie Pilotprojekte für alternative Antriebskonzepte und
3796 Kraftstoffe. Gemeinsam mit dem Gewerbe werden wir einen „Masterplan
3797 Binnenschifffahrt“ entwickeln. Wichtige Bestandteile werden die Modernisierung und
3798 Umweltfreundlichkeit der Flotte, Anreizsysteme sowie Infrastruktur/Logistik sein. Wir
3799 wollen ein Konzept einer Gebührenstaffelung zur Förderung einer modernen und
3800 nachhaltigen Flotte vorlegen. Wir werden die Reform der Wasser- und
3801 Schifffahrtsverwaltung (WSV) zügig umsetzen.

3802
3803 Für die Nutzung der Wasserstraßen und Häfen braucht es zudem klare und ver-
3804 ständliche Rechtsregelungen, die wir u. a. durch ein modernes Schifffahrtsgesetz-
3805 buch schaffen werden.

3806
3807 Für die ausschließlich dem Tourismus oder Sport dienenden Nebenwasserstraßen
3808 des Bundes wollen wir entsprechend der Befahrbarkeit neue Prioritäten setzen und
3809 diese unterstützen. Wir streben an, zusammen mit den Bundesländern und Regionen
3810 neue Konzepte für die einzelnen Wasserwege zu entwickeln.

3811 **Transport und Logistik**

3812 Wir werden uns weiterhin für EU-weit einheitliche und faire Wettbewerbsbedingungen
3813 in der Logistik einsetzen und entsprechende Kontrollmechanismen optimieren.

3814
3815 Sozialbetrug und Sozialdumping darf es auf unseren Straßen nicht geben. Wir
3816 werden daher klarere Regelungen der Haftung entlang der Logistikkette entwickeln.
3817 In diesem Zusammenhang werden wir auch die EU-Initiative „Europe on the Move“
3818 kritisch begleiten. Wichtige Kriterien dabei sind die Anwendung der Entsenderichtlinie
3819 für Lkw-Fahrer und der Mindestlohnregelungen. Die Kabotage darf dabei nicht weiter
3820 ausgeweitet werden. Wir werden wirksame Instrumente zur Kontrolle der Kabotage
3821 schaffen. Auch Transporter im gewerblichen Güterverkehr mit einem zulässigen
3822 Gesamtgewicht unter 3,5 Tonnen müssen künftig den Bedingungen des
3823 Güterkraftverkehrsrechts unterliegen.

3824
3825 Wir wollen den kombinierten Verkehr weiter stärken.

3826
3827 Die führende Position des Güterverkehr- und Logistikstandorts Deutschland wollen
3828 wir mit einem „Innovationsprogramm Logistik 2030“ sichern. Auch wollen wir das
3829 Netzwerk Güterverkehr und Logistik stärken und die Vermarktungsoffensive
3830 „Logistics made in Germany“ fortsetzen. Wir unterstützen eine Ausbildungsinitiative
3831 für Berufskraftfahrer.

3832
3833 Die Mautharmonisierung bleibt Bestandteil unserer Nutzerfinanzierung. Mit der Bran-
3834 che werden wir gezielte Maßnahmen ergreifen, um dem Fachkräftemangel wirksam
3835 zu begegnen. Zur besseren Kontrolle setzen wir uns auf europäischer Ebene für die
3836 Einführung eines europaweiten elektronischen Frachtbriefs ein. Außerdem wollen wir
3837 die Kontrollbehörden im Straßengüterverkehr, insbesondere das Bundesamt für Gü-
3838 terverkehr, aufgabenadäquat besser personell ausstatten.

3839
3840 Die Genehmigungspraxis für Schwer- und Großraumtransporte werden wir be-
3841 schleunigen und verbessern.

3842
3843 Zur verkehrssicheren Abwicklung des Verkehrs auf unseren Autobahnen gehört auch
3844 die bedarfsgerechte Bereitstellung von Stellplätzen für den Güterkraftverkehr, damit
3845 die Lenk- und Ruhezeiten eingehalten werden können. Wir wollen deshalb weiterhin
3846 in den Ausbau des Parkplatzangebotes für Lkw auf den Rastanlagen der Bundesau-
3847 tobahnen investieren.

3848
3849 Zudem wollen wir strategische Forschungs- und Demonstrationsprojekte zu innovati-
3850 ven Mobilitäts- und Logistikkonzepten fördern.

3851
3852 **Forschung und Entwicklung**

3853 Die von der Bundesregierung geförderte Mobilitätsforschung wird künftig verstärkt die
3854 gesamte Breite von Mobilitätsangeboten auch unter klimapolitischen sowie gesell-
3855 schchafts- und sozialwissenschaftlichen Aspekten betrachten. Für mehr Effizienz wol-
3856 len wir Mobilitätsforschung im zuständigen Ministerium für Verkehr bündeln.

3857
3858 Wir wollen ein eigenständiges Forschungsprogramm für den Schienenverkehr schaf-
3859 fen und ergreifen die Initiative zur Etablierung eines deutschen Zentrums für Schie-
3860 nenverkehrsforschung, das als eine praxisorientierte, technisch-wissenschaftliche
3861 Forschungseinrichtung aufgebaut werden soll. Zudem wollen wir die Lärmforschung

3862 an der Schiene fördern und ein Pilotprojekt „LärmLab 21“ in mehreren lärmbelasteten
3863 Regionen einrichten, um Verfahren für einen besseren Lärmschutz zu testen und
3864 einen intensiveren Dialogprozess mit allen Beteiligten anzustoßen.

3865
3866 Zur Erforschung und Eindämmung von Weltraumwetterrisiken auf unsere technische
3867 Infrastruktur wollen Bund und Länder am Aufbau eines globalen Weltraumwetterzen-
3868 trums unter Zuhilfenahme bestehender Strukturen mitwirken.

3870 **5. Landwirtschaft und Ernährung**

3871 Unser Ziel ist eine nachhaltige flächendeckende Landwirtschaft – sowohl ökologisch
3872 als auch konventionell. Nachhaltige Landwirtschaft und Naturschutz sind keine Ge-
3873 gensätze. Wir wollen eine multifunktional ausgerichtete, bäuerlich-unternehmerische,
3874 familiengeführte und regional verwurzelte Landwirtschaft erhalten. Der gesellschaft-
3875 lich geforderte Wandel in der Landwirtschaft und die veränderten Erwartungen der
3876 Verbraucher bedürfen einer finanziellen Förderung – national wie europäisch.

3878 **Gemeinsame Europäische Agrarpolitik**

3879 Dafür bedarf es einer Weiterentwicklung und Neujustierung der Gemeinsamen Euro-
3880 päischen Agrarpolitik (GAP). Wir streben eine Haushaltsausstattung im bisherigen
3881 Volumen auf EU-Ebene an. Aber die Förderstrukturen nach 2020 müssen gezielter
3882 und einfacher als bisher ausgerichtet werden. Wir wollen weniger Bürokratie und
3883 mehr Effizienz für eine marktfähige Landwirtschaft, die gesunde Lebensmittel nach-
3884 haltig produziert. Insofern sind besonders Tier-, Natur- und Klimaschutz sowie die
3885 Wahrung sozialer Standards im öffentlichen Interesse auch öffentlich zu fördern. Die
3886 Verwendung der Mittel soll neben der Einkommensstabilisierung besser auf diese
3887 Ziele ausgerichtet werden. Dabei achten wir auch auf ertragsschwache Standorte mit
3888 geringen Bodenwerten.

3890 **Förderung der ländlichen Entwicklung**

3891 Wir wollen lebenswerte und attraktive ländliche Räume. Gerade mit Blick auf die
3892 Herausforderungen von Demografie und Daseinsvorsorge wird die Gemeinschafts-
3893 aufgabe zur Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes (GAK) bei fi-
3894 nanzieller Stärkung um ländliche Entwicklung ergänzt. Die Mittel sind im bisherigen
3895 Maße übertragbar. Die Gleichwertigkeit der Lebensverhältnisse wollen wir mit einem
3896 erweiterten Förderrahmen erreichen und dabei auch das Ehrenamt stärken. Wir wol-
3897 len einen GAK-Sonderrahmenplan „Förderung der ländlichen Entwicklung“ einsetzen.
3898 Den Sonderrahmenplan Hochwasser- und Küstenschutz wollen wir fortführen und an
3899 die Herausforderungen des Klimawandels anpassen.

3901 **Gentechnik**

3902 Patente auf Pflanzen und Tiere lehnen wir ab. Ebenso das Klonen von Tieren zur
3903 Lebensmittelerzeugung. Wir halten an der Saatgutreinheit fest. Ein Gentechnikan-
3904 bau-Verbot werden wir bundesweit einheitlich regeln (Opt-Out-Richtlinie der EU). Im
3905 Anschluss an die noch ausstehende Entscheidung des Europäischen Gerichtshofes
3906 (EuGH) zu den neuen molekularbiologischen Züchtungstechnologien werden wir auf
3907 europäischer oder gegebenenfalls nationaler Ebene Regelungen vornehmen, die das
3908 Vorsorgeprinzip und die Wahlfreiheit gewährleisten.

3910 **Ökologische Landwirtschaft und Eiweißstrategie stärken**

3911 Ausgehend von der Zukunftsstrategie Ökologischer Landbau werden wir den Öko-
3912 landbau weiter ausbauen, um einen Flächenanteil von 20 Prozent nachfrageorientiert

3913 und bei Ausbau der Forschung bis zum Jahr 2030 zu erreichen. Wir wollen im Rah-
3914 men der Modell- und Demonstrationsprojekte (Best-Practice) Vorhaben zur regiona-
3915 len Wertschöpfung und Vermarktung fördern, z. B. Netzwerk Solidarische Landwirt-
3916 schaft (Solawi).

3917
3918 Die Attraktivität des Anbaus von Eiweißpflanzen wollen wir im Rahmen der Weiter-
3919 entwicklung der Eiweißpflanzenstrategie erhöhen. Dauergrünland werden wir als Bei-
3920 trag zum Klimaschutz weiter effektiv schützen. Die Fünfjahresfrist zur Umwandlung
3921 von Ackergras in Dauergrünland werden wir überprüfen.

3922
3923 Wir wollen Initiativen für nachhaltige, entwaldungsfreie Lieferketten von Agrarrohstof-
3924 fen, z. B. Palmöl, Kakao und Soja, unterstützen.

3925
3926 Aus Gründen des Klimaschutzes werden wir die Beihilfefähigkeit oder andere For-
3927 men der finanziellen Unterstützung von klimafreundlichen Paludikulturen prüfen.

3928

3929 **Ackerbaustrategie und Insektenschutz**

3930 Die Umsetzung der Ackerbaustrategie für u. a. umwelt- und naturverträgliche An-
3931 wendungen von Pflanzenschutzmitteln werden wir gemeinsam mit der Landwirtschaft
3932 vornehmen und adäquat mit Fördermitteln für Maßnahmen zur Umsetzung der Nati-
3933 onalen Biodiversitätsstrategie und insbesondere des Insektenschutzes untersetzen.
3934 Dabei liegt uns der Schutz der Bienen besonders am Herzen. Wir legen diese Stra-
3935 tegien bis Mitte der Legislaturperiode vor.

3936
3937 Die an der Pflanzenschutzmittel-Zulassung beteiligten Behörden statten wir mit zu-
3938 sätzlichem Personal aus, um die Zulassungsverfahren zügig durchführen zu können.
3939 Wir sorgen für eine bessere Transparenz der Zulassungsverfahren für Wirkstoffe und
3940 Pflanzenschutzmittel auf EU- und nationaler Ebene. Wir werden die Forschung ver-
3941 stärken, um die Bandbreite innovativer und vorhandener Pflanzenschutzmittel – auch
3942 im ökologischen Landbau – zu erweitern. Wir beziehen in diese Strategie auch den
3943 Garten- und Weinbau sowie die Forstwirtschaft mit ein. Wir werden die Ackerbaustra-
3944 tegie durch ein Innovationsprogramm für digital-mechanische Methoden, z. B. zur
3945 Unkrautbekämpfung und Bodenlockerung, ergänzen. Dies soll dazu beitragen den
3946 Einsatz von chemisch-synthetischen Pflanzenschutzmitteln wirksam zu reduzieren.

3947

3948 **Chancen der Digitalisierung nutzen**

3949 Mit einer fortschrittlichen Digitalisierungspolitik werden wir die Zukunftschancen un-
3950 serer Land- und Forstwirtschaft, des Garten- und Weinbaus sowie der Fischerei ver-
3951 bessern. Wir werden die Potenziale der Digitalisierung in der landwirtschaftlichen
3952 Produktion, beispielsweise zur Reduzierung des Einsatzes von Pflanzenschutz- und
3953 Düngemitteln, des Medikamenteneinsatzes in der Tierhaltung sowie die Erhebung
3954 meldepflichtiger Angaben fördern. Hier begleiten wir das Thema Datenschnittstelle
3955 und standardisierter Datenformate. Die mit öffentlichen Mitteln erzeugten Daten müs-
3956 sen kostenlos und in geeigneten Formaten zur Verfügung gestellt werden. Dazu
3957 müssen Rahmenbedingungen für eine gemeinsam getragene Verantwortung von
3958 Staat, Wirtschaft und Gesellschaft entwickelt werden. Wir werden verhindern, dass
3959 sensible Daten und andere betriebsspezifische Daten unkontrolliert an Dritte weiter-
3960 gegeben werden.

3961
3962 Grüne Berufe sollen attraktiver und zukunftsfähiger werden. Insbesondere im Bereich
3963 der Digitalisierung in der Land- und Forstwirtschaft werden wir in Kooperation mit den

3964 Ländern, dem Berufsstand und den Sozialpartnern eine Aus-, Fort- und Weiterbil-
3965 dungsstrategie entwickeln.

3966

3967 **Tierschutz, Tierwohllabel und Nutztierhaltung – Deutschland soll beim Tier-**
3968 **schutz eine Spitzenposition einnehmen.**

3969 Die Erkennbarkeit von tierischen Lebensmitteln, die über die gesetzlichen Vorgaben
3970 der Haltung hinausgehen, wollen wir verlässlich, einfach und verbraucherfreundlich
3971 gestalten. Dazu brauchen wir den mehrstufigen Aufbau einer staatlichen Kennzeich-
3972 nung anhand verbindlicher Kriterien für Fleisch aus besserer Tierhaltung (Tierwohlla-
3973 bel) und schaffen dafür bis zur Mitte der Legislaturperiode die rechtlichen und organi-
3974 satorischen Voraussetzungen. Der Mehraufwand soll honoriert werden.

3975

3976 Wir entwickeln die nationale Nutztierstrategie weiter, die den Tier- und Umweltschutz
3977 genauso beachtet wie die Qualität bei der Erzeugung und Marktorientierung. Um das
3978 Ziel der Verbesserung des Tierwohls in der Nutztierhaltung zu erreichen, sind Investi-
3979 tionen und Offenheit für die Modernisierung tierwohlorientierter Ställe der Zukunft
3980 notwendig. Dabei werden wir die Landwirtinnen und Landwirte unterstützen. Wir wol-
3981 len einen Bestandsschutz genehmigter Tierhaltungsanlagen bei Modernisierungs-
3982 maßnahmen zu Tierwohlzwecken. Wir werden ein bundeseinheitliches Prüf- und Zu-
3983 lassungsverfahren für serienmäßig hergestellte Tierhaltungssysteme bei Nutz- und
3984 Heimtieren vorlegen und dabei auf die Besonderheiten kleiner und mittlerer Hersteller
3985 und ihre Innovationsfähigkeit Rücksicht nehmen.

3986

3987 Wir werden Lücken in den Haltungsnormen im Tierschutzrecht schließen. Ziel ist es,
3988 wie beim Schnabelkürzen bei Legehennen, in der Nutztierhaltung auf nicht-kurative
3989 Eingriffe zu verzichten. Das Töten von Eintagsküken werden wir bis zur Mitte der Le-
3990 gislaturperiode beenden. Hierzu wollen wir die Beratung und Forschung verstärken
3991 sowie spezifische Ausstiegsszenarien entwickeln. Zusätzlich zu den bestehenden
3992 Wegen sollen für weitere tierschutz- und praxisgerechte Alternativen zur Ferkelkast-
3993 ration die rechtlichen Voraussetzungen auf wissenschaftlicher Grundlage geschaffen
3994 werden.

3995

3996 Die intensiven Bemühungen zur Erforschung und Anwendung von Ersatzmethoden
3997 für Tierversuche wollen wir fortführen. Wir haben in verschiedenen Bereichen Her-
3998 ausforderungen im Tierschutz (Wildtier- und Exotenhaltung, Qualzuchten, Tierbörs-
3999 en, Internet und Versandhandel von lebenden Heimtieren, illegaler Welpenhandel,
4000 Situation der Tierheime und Heimtierzubehör). Das für Tierschutzfragen zuständige
4001 Ministerium wird bis zur Mitte der Legislaturperiode Vorschläge für konkrete Maß-
4002 nahmen bis hin zu Verboten zur Verbesserung des Tierschutzes in diesen Bereichen
4003 vorlegen.

4004

4005 Wir setzen den Weg der Reduzierung des Antibiotikaeinsatzes in der Tierhaltung im
4006 Sinne der „Deutschen Antibiotika-Resistenzstrategie“ (DART 2020) und des One-
4007 Health-Ansatzes konsequent fort und nehmen gegebenenfalls Anpassungen auf Ba-
4008 sis von europäischen Vorgaben und wissenschaftlicher Evaluation vor.

4009

4010 Wir setzen uns auf europäischer Ebene dafür ein, dass die Tiertransportzeiten ver-
4011 kürzt werden und fordern die EU-Kommission auf, Lebetiertransporte effektiver zu
4012 kontrollieren.

4013

4014 Wir wollen Einbrüche in Tierställe als Straftatbestand effektiv ahnden.

4015 Die Zuständigkeit für Angelegenheiten der Tierarzneimittel, einschließlich der Zulas-
4016 sung von Tierarzneimitteln führen wir zusammen.

4017

4018 Viele Infektionskrankheiten bedrohen die Tiergesundheit und können erhebliche wirt-
4019 schaftliche Auswirkungen haben. Die diesbezügliche Forschung werden wir verstär-
4020 ken. Wir ergreifen die notwendigen Maßnahmen, um diese Krankheitserreger frühzei-
4021 tig erkennen und bekämpfen zu können. Die Organisation der Tierseuchenvorsorge
4022 und -bekämpfung in Deutschland werden wir überprüfen und mit den Ländern opti-
4023 mieren.

4024

4025 **Flächenschutz**

4026 Unser Ziel ist, den Flächenverbrauch bis zum Jahr 2030 auf maximal 30 Hektar/Tag
4027 zu halbieren. Wir prüfen, mit welchen zusätzlichen planungsrechtlichen und ökonomischen
4028 Instrumenten das Ziel erreicht werden kann.

4029

4030 Die Bundesregierung unterstützt die Bundesländer bei der Novellierung bodenrechtlicher
4031 Vorgaben mit dem Ziel einer ausgewogenen Agrarstruktur und der Abwehr außerlandwirtschaftlicher
4032 Investitionen. In diesem Zusammenhang sind die Regelungen zur Vergabe der noch verbliebenen
4033 Flächen der Bodenverwertungs- und -verwaltungs GmbH (BVVG) zu überarbeiten. Junglandwirtinnen
4034 und Junglandwirte sowie Existenzgründerinnen und Existenzgründer sind dabei besonders zu
4035 berücksichtigen.

4036

4037 Wir prüfen die Grundlage für eine finanzielle Beteiligung betroffener Grundstücksei-
4038 gentümerinnen und -eigentümer an der Wertschöpfung des Netzausbaus, gegebenenfalls
4039 sind wiederkehrende Zahlungen eine Option.

4040

4041 **Wald und Forstwirtschaft**

4042 Die multifunktionale Forstwirtschaft ist eine wichtige Landnutzungsform in Deutschland.
4043 Mit der Charta für Holz 2.0 wollen wir unsere auf Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit
4044 ausgerichtete Forstpolitik weiter ausbauen. Wir wollen die Waldstrategie 2020
4045 als zentrale Leitlinie, ergänzt durch den Gedanken der Biodiversität, fortführen. Wir
4046 wollen ein Kompetenzzentrum für Wald und Holz im Geschäftsbereich des Bundesministeriums
4047 für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) einrichten. Im Rahmen aller Aktivitäten gegen
4048 die Klimaveränderungen muss die Forst- und Holzforschung zukünftig ein Schwerpunkt
4049 der öffentlichen Forschungsförderung sein. Gemeinsame internationale Aktivitäten sollen
4050 gefördert werden.

4051

4052 **Jagd**

4053 Wir erkennen die Jagd als nachhaltige Nutzungsform an und wollen sie weiterhin
4054 stärken. Wir werden bundeseinheitliche Regelungen für eine Zertifizierung von
4055 Jagdmunition mit optimaler Tötungswirkung bei gleichzeitiger Bleiminimierung, einen
4056 Schießübungsnachweis, die Jäger- und Falknerausbildung sowie -prüfung schaffen.

4057

4058 **Weinbau**

4059 Damit die deutsche Weinwirtschaft auch in Zukunft gut aufgestellt bleibt und die typischen
4060 deutschen Kulturlandschaften erhalten werden, setzen wir die Änderungen im europäischen
4061 Weinbezeichnungsrecht um. Vor dem Hintergrund des internationalen Wettbewerbs fördern
4062 wir die qualitätsorientierte Herkunftsprofilierung, den internationalen Schutz dieser
4063 Bezeichnungen und die nachhaltige Entwicklung im Weinbau,

4064

4065 insbesondere in Steil- und Steilstlagen. Die Ausweitung von Rebpfanzrechten soll
4066 weiterhin restriktiv gehandhabt werden.

4067

4068 **Gartenbau**

4069 Wir stärken die Betriebe im Gartenbausektor, wollen das Bundesprogramm Energie-
4070 effizienz fortführen und erarbeiten eine Torfschutzstrategie mit dem Ziel, klimafreund-
4071 liche Alternativen zur Minderung der Torfanteile zur Verfügung zu stellen.

4072

4073 **Fischerei, Angeln und Aquakultur**

4074 Wir wollen auch nach dem Brexit eine nachhaltige Fischerei in der Nord- und Ostsee
4075 erhalten und legen besonderen Wert auf die Meeresumwelt und den Schutz der Be-
4076 stände. Wir wollen die nachhaltige Fischerei auf dem Meer und im Binnenland sowie
4077 die Aquakultur in ihrer Wettbewerbsfähigkeit stärken und als moderne nachhaltige
4078 Nutzung voranbringen.

4079

4080 **Weidetierhaltung**

4081 Die Weidetierhaltung ist aus ökologischen, kulturellen und sozialen Gründen sowie
4082 zum Erhalt der Artenvielfalt und Kulturlandschaft zu erhalten. Im Umgang mit dem
4083 Wolf hat die Sicherheit der Menschen oberste Priorität. Wir werden die EU-
4084 Kommission auffordern, den Schutzstatus des Wolfs abhängig von seinem Erhal-
4085 tungszustand zu überprüfen, um die notwendige Bestandsreduktion herbeiführen zu
4086 können. Unabhängig davon wird der Bund mit den Ländern einen geeigneten Krite-
4087 rien- und Maßnahmenkatalog zur Entnahme von Wölfen entwickeln. Dazu erarbeiten
4088 wir mit der Wissenschaft geeignete Kriterien für die letale Entnahme. Wir wollen,
4089 dass Wölfe, die Weidezäune überwunden haben oder für den Menschen gefährlich
4090 werden, entnommen werden.

4091

4092 **Bioenergie**

4093 Die Bioenergie trägt zur Erreichung der Klimaziele im Energie- und Verkehrssektor
4094 bei. Den Bestand von Bioenergieanlagen wollen wir im Zuge der Ausschreibungen
4095 weiterentwickeln. Die Reststoffverwertung werden wir verstärken und den Einsatz
4096 von Blühpflanzen erhöhen.

4097

4098 **Milch**

4099 Die Milcherzeugung hat eine herausragende Bedeutung für die deutsche Landwirt-
4100 schaft, vor allem mit Blick auf eine flächendeckende Grünlandbewirtschaftung. Wir
4101 wollen Maßnahmen und Instrumente entwickeln, um auf schwere Krisen auf dem
4102 Milchmarkt zukünftig besser vorbereitet zu sein. Insbesondere die Modernisierung
4103 der Lieferbeziehungen halten wir hier für einen wichtigen Schritt.

4104

4105 **Agrarsoziale Sicherung**

4106 Wir bekennen uns zum eigenständigen agrarsozialen Sicherungssystem und wollen
4107 ein leistungsfähiges, bezahlbares System erhalten.

4108

4109 **Internationaler Agrarhandel**

4110 Etwa ein Drittel der Erzeugung der deutschen Landwirtschaft, des Garten- und Wein-
4111 baus wird exportiert. Wir wollen deshalb die Unterstützung insbesondere kleiner und
4112 mittlerer Unternehmen der Agrar- und Ernährungswirtschaft bei der Erschließung
4113 kaufkräftiger internationaler Märkte weiter ausbauen.

4114

4115 Fairer Handel bedingt einen Ausgleich ökonomischer, ökologischer und sozialer Fra-
4116 gen. In Deutschland erzeugte landwirtschaftliche Produkte dürfen nicht zu Lasten der
4117 Entwicklungsländer produziert und exportiert werden. Wir wollen die internationale
4118 land- und ernährungswirtschaftliche Projekt- und Forschungszusammenarbeit sowie
4119 die Kooperation mit internationalen Organisationen, insbesondere mit der FAO und
4120 OIE, im Geschäftsbereich des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft
4121 verstärken.

4122

4123 **Ernährung und gesundheitlicher Verbraucherschutz**

4124 Wir wollen vom Acker bis zum Teller einen gesundheitserhaltenden und nachhaltigen
4125 Lebensstil fördern, ernährungsmitbedingte Krankheiten bekämpfen und den gesund-
4126 heitlichen Verbraucherschutz stärken. In Deutschland nehmen gesundheitliche Risi-
4127 ken wie Übergewicht, Fettleibigkeit und Herz-Kreislauf-Erkrankungen zu. Dies hat
4128 große negative Auswirkungen auf die Lebensqualität der Betroffenen und verursacht
4129 hohe Kosten für das Gesundheits- und Sozialsystem. Wir wollen die Wertschätzung
4130 für Lebensmittel in der Gesellschaft erhöhen. Lebensmittel haben ihren Wert und
4131 sollten nicht als Lockangebote verkauft werden. Wir wollen dazu beitragen, die Viel-
4132 falt von Erzeugern – insbesondere mit kleinen und mittleren Unternehmen – und
4133 hochwertigen Lebensmitteln zu erhalten und die Lebensmittelverschwendung einzu-
4134 dämmen. Neugründungen im Lebensmittelbereich werden wir unterstützend beglei-
4135 ten. Der Ernährungsbildung messen wir großen Wert bei.

4136

4137 **Gesunde Ernährung**

4138 Der bewährte Aktionsplan „In FORM“ soll auf Grundlage der laufenden Evaluierung
4139 mit dem Fokus auf die ersten 1000 Tage im Leben und die besonderen Bedürfnisse
4140 von Kindern sowie Seniorinnen und Senioren weiterentwickelt werden.

4141

4142 Für die Nationale Reduktionsstrategie für Zucker, Fett und Salz in Fertigprodukten
4143 werden wir 2018 gemeinsam mit den Beteiligten ein Konzept erarbeiten, und dies mit
4144 wissenschaftlich fundierten, verbindlichen Zielmarken und einem konkreten Zeitplan
4145 versehen. Gemeinsam mit dem Lebensmittelhandwerk werden wir die Möglichkeiten
4146 einer praktikablen Umsetzung in diesem Bereich gewährleisten. Wir werden dabei
4147 gerade die Belange handwerklicher Betriebe im Blick haben.

4148

4149 Transparenz und Information für Verbraucherinnen und Verbraucher soll durch eine
4150 verständliche und vergleichbare Lebensmittelkennzeichnung gewährleistet werden,
4151 um eine ausgewogene Ernährung zu erleichtern. Wir werden das Nährwertkenn-
4152 zeichnungssystem für verarbeitete und verpackte Lebensmittel weiterentwickeln, in-
4153 dem das Verhältnis zur Referenzzahl gegebenenfalls vereinfacht visualisiert wird. Wir
4154 lehnen uns dabei an bereits bestehende Systeme an. Dazu werden wir Erkenntnisse
4155 aus dem Bericht der EU-Kommission zur Evaluierung bestehender freiwilliger Kenn-
4156 zeichnungssysteme und deren Wirkungen berücksichtigen. Wir werden darauf basie-
4157 rend ein Modell in Zusammenarbeit mit Lebensmittel- und Verbraucherverbänden
4158 unter Berücksichtigung der besonderen Interessen der kleinen und mittleren Unter-
4159 nehmen bis zum Sommer 2019 erarbeiten und unter Beachtung der EU-rechtlichen
4160 Situation einführen.

4161

4162 Soweit die EU-Kommission im Rahmen ihres REFIT-Programms Nährwertprofile vor-
4163 legen sollte, müssen diese traditionelle Lebensmittel und Ernährungsgewohnheiten
4164 der Bevölkerung hinreichend berücksichtigen.

4165

4166 Wir streben auf europäischer Ebene rechtlich verbindliche Kriterien für die Kenn-
4167 zeichnung von vegetarischen und veganen Lebensmitteln an.

4168
4169 Bestehende Herkunftskennzeichnungen und das Regionalfenster sollen evaluiert und
4170 EU-Rechts-kompatibel weiterentwickelt und gegebenenfalls ergänzt werden. Es wird
4171 geprüft, inwieweit die Herkunftskennzeichnung im Lichte der EU-Entscheidung auf
4172 alle verarbeiteten tierischen Produkte ausgeweitet werden kann.

4173
4174 Der Bund unterstützt die Länder, damit die Standards der Deutschen Gesellschaft für
4175 Ernährung (DGE) als Mindeststandards flächendeckend in Schulen, Kitas und in der
4176 Gemeinschaftsverpflegung eingeführt werden. Dies erfolgt über die stärkere Unter-
4177 stützung der Schulvernetzungsstellen und den Ausbau des „Nationalen Qualitäts-
4178 zentrums für Ernährung in Kita und Schule“ (NQZ).

4179
4180 Die Reduzierung der Lebensmittelverschwendung werden wir gezielt weiterverfolgen
4181 und dabei die gesamte Wertschöpfungskette einbeziehen. Für die Reduzierung ver-
4182 meidbarer Lebensmittelabfälle in der Lebensmittelwirtschaft werden wir mit den Be-
4183 teiligten Zielmarken vereinbaren. Die Initiative „Zu gut für die Tonne“ wird mit den
4184 Ländern zu einer nationalen Strategie weiterentwickelt. Wir werden das Mindesthalt-
4185 barkeitsdatum überprüfen, um die Verschwendung von Lebensmitteln zu vermeiden.
4186 Wir fördern auch die Einführung intelligenter Verpackungen.

4187
4188 **Lebensmittelsicherheit**
4189 Wir streben nach dem zu erwartenden Urteil des Bundesverfassungsgerichtes zur
4190 Normenkontrollklage eine rechtssichere Veröffentlichung von festgestellten Verstö-
4191 ßen gegen die Lebensmittelsicherheit im Sinn von § 40 Abs. 1a Lebensmittel- und
4192 Futtermittelgesetzbuch (LFGB) auf Grundlage eines einheitlichen Bußgeldkataloges
4193 an.

4194
4195 Wir werden eine Regelung schaffen, die eine übersichtliche und eindeutige Verbrau-
4196 cherinformation zu Hygiene und Lebensmittelsicherheit gewährleistet und den Be-
4197 trieben auf freiwilliger Basis die Möglichkeit bietet, die Kontrollergebnisse darzustel-
4198 len. Gleichzeitig wird im Rahmen der Änderung des LFGB klargestellt, dass in Bezug
4199 auf die Veröffentlichung von Ergebnissen der amtlichen Lebensmittelkontrollen Raum
4200 für landesrechtliche Regelungen bleibt.

4201
4202 Wir überprüfen auf Basis des Gutachtens des Beauftragten für die Wirtschaftlichkeit
4203 in der Verwaltung („Engels-Gutachten“) die Organisation des gesundheitlichen Ver-
4204 braucherschutzes von Bund und Ländern mit dem Ziel, Schwachstellen zu beseiti-
4205 gen. Die Befugnisse der Lebensmittelkontrolleure müssen an den Internethandel mit
4206 Lebensmitteln angeglichen werden.

4207
4208 Den Prozess der Vernetzung der Länderkontrollinstanzen mit dem Bund setzen wir
4209 fort, damit die Entwicklung einheitlicher Standards, einer sachgerechten Kontrolldich-
4210 te sowie die schnelle Reaktion im Krisenfall weiter verbessert werden kann. Die Platt-
4211 form www.lebensmittelwarnung.de wird im Zusammenwirken mit den Ländern ver-
4212 braucherfreundlich überarbeitet.

4213
4214 **Werbung**
4215 An Kinder gerichtete Werbung bedarf der kritischen Beobachtung. Wir unterstützen
4216 die EU-Kommission bei der Umsetzung der „Audiovisuellen Mediendienst Richtlinie“,

4217 damit auf europäischer Ebene Verhaltensregeln umgesetzt werden, die einen ver-
4218 antwortlichen Umgang der Wirtschaft mit an Kinder gerichteter Werbung beinhalten.

4219

4220 **Forschung**

4221 Wir wollen eine Bündelung und Verstärkung der Forschungsaktivitäten im Bereich
4222 gesunde Ernährung. Zur Stärkung des Verbraucherschutzes bei Vergiftungen richten
4223 wir beim Bundesinstitut für Risikobewertung ein nationales Vergiftungsregister ein.

4224

4225 Das Nationale Referenzzentrum für die Echtheit und Integrität der Lebensmittelkette
4226 wollen wir planmäßig ausbauen.

4227 **VII. Soziale Sicherheit gerecht und verlässlich gestalten**

4228

4229 **1. Rente**

4230 Die Rente muss für alle Generationen gerecht und zuverlässig sein. Dazu gehören
4231 die Anerkennung der Lebensleistung und ein wirksamer Schutz vor Altersarmut.

4232

4233 Vertrauen in die langfristige Stabilität der gesetzlichen Rentenversicherung ist ein
4234 hohes Gut in unserem Sozialstaat. Deshalb werden wir die gesetzliche Rente auf
4235 heutigem Niveau von 48 Prozent bis zum Jahr 2025 absichern und bei Bedarf durch
4236 Steuermittel sicherstellen, dass der Beitragssatz nicht über 20 Prozent steigen wird.
4237 Für die Sicherung des Niveaus bei 48 Prozent werden wir in 2018 die Rentenformel
4238 ändern und parallel dazu eine Rentenkommission „Verlässlicher Generationenver-
4239 trag“ einrichten, die sich mit den Herausforderungen der nachhaltigen Sicherung und
4240 Fortentwicklung der gesetzlichen Rentenversicherung und der beiden weiteren Ren-
4241 tensäulen ab dem Jahr 2025 befassen wird. Sie soll eine Empfehlung für einen ver-
4242 lässlichen Generationenvertrag vorlegen. Dabei streben wir eine doppelte Haltelinie
4243 an, die Beiträge und Niveau langfristig absichert. Die Rentenkommission soll ihren
4244 Bericht bis März 2020 vorlegen. Ihr sollen Vertreter der Sozialpartner, der Politik und
4245 der Wissenschaft angehören. Die Rentenkommission soll die Stellschrauben der
4246 Rentenversicherung in ein langfristiges Gleichgewicht bringen sowie einen Vorschlag
4247 unterbreiten, welche Mindestrücklage erforderlich ist, um die ganzjährige Liquidität
4248 der gesetzlichen Rentenversicherung zu sichern.

4249

4250 Die Lebensleistung von Menschen, die jahrzehntelang gearbeitet, Kinder erzogen
4251 und Angehörige gepflegt haben, soll honoriert und ihnen ein regelmäßiges Altersein-
4252 kommen zehn Prozent oberhalb des Grundsicherungsbedarfs zugesichert werden.

4253

4254 Die Grundrente gilt für bestehende und zukünftige Grundsicherungsbezieher, die
4255 35 Jahre an Beitragszeiten oder Zeiten der Kindererziehung bzw. Pflegezeiten auf-
4256 weisen. Voraussetzung für den Bezug der Grundrente ist eine Bedürftigkeitsprüfung
4257 entsprechend der Grundsicherung.

4258

4259 Die Abwicklung der Grundrente erfolgt durch die Rentenversicherung. Bei der Be-
4260 dürftigkeitsprüfung arbeitet die Rentenversicherung mit den Grundsicherungsämtern
4261 zusammen.

4262

4263 Wir wollen, dass der Bezug sozialer staatlicher Leistungen und der neu geschaffenen
4264 Grundrente nicht dazu führt, dass selbstgenutztes Wohneigentum aufgegeben wer-
4265 den muss. Dazu werden wir die gesetzlichen Regelungen zur Vermögensverwertung
4266 und zum Schonvermögen in der Sozialhilfe und der Grundsicherung für Arbeitsu-
4267 suchende überarbeiten, angleichen und so ändern, dass Bezieher sozialer staatlicher
4268 Leistungen in ihrem Wohneigentum wohnen bleiben können.

4269

4270 Wir werden diejenigen besser absichern, die aufgrund von Krankheit ihrer Erwerbstä-
4271 tigkeit nicht mehr nachgehen können. Wir wollen die Anhebung der Zurechnungszei-
4272 ten beschleunigen, indem wir das jetzt vorgesehene Alter von 62 Jahren und drei
4273 Monaten in einem Schritt auf 65 Jahre und acht Monate anheben. Danach wird die
4274 Zurechnungszeit in weiteren Monatsschritten entsprechend der Anhebung der Re-
4275 gelaltersgrenze auf das Alter 67 angehoben.

4276

4277 Wir halten am Drei-Säulen-Modell fest und wollen in diesem Rahmen die private Al-
4278 tersvorsorge weiterentwickeln und gerechter gestalten. Es ist ein Dialogprozess mit
4279 der Versicherungswirtschaft anzustoßen mit dem Ziel einer zügigen Entwicklung ei-
4280 nes attraktiven standardisierten Riester-Produkts.

4281
4282 Wir werden eine säulenübergreifende Renteninformation einführen, mit der Bürgerin-
4283 nen und Bürger über ihre individuelle Absicherung im Alter Informationen aus allen
4284 drei Säulen erhalten und möglichen Handlungsbedarf erkennen können. Die säulen-
4285 übergreifende Renteninformation soll unter Aufsicht des Bundes stehen.

4286
4287 Wir wollen Möglichkeiten und Anreize zum freiwilligen längeren Arbeiten und damit
4288 auch das Angebot der „Flexi-Rente“ nachhaltig gestalten.

4289
4290 Um den sozialen Schutz von Selbstständigen zu verbessern, wollen wir eine gründer-
4291 freundlich ausgestaltete Altersvorsorgepflicht für alle Selbstständigen einführen, die
4292 nicht bereits anderweitig obligatorisch (z. B. in berufsständischen Versorgungswer-
4293 ken) abgesichert sind. Grundsätzlich sollen Selbstständige zwischen der gesetzli-
4294 chen Rentenversicherung und – als Opt-out-Lösung – anderen geeigneten insol-
4295 venzsicheren Vorsorgearten wählen können, wobei diese insolvenz- und pfändungs-
4296 sicher sein und in der Regel zu einer Rente oberhalb des Grundsicherungsniveaus
4297 führen müssen. Zudem werden wir die Mindestkrankenversicherungsbeiträge für
4298 kleine Selbstständige reduzieren. Die Renten- und Krankenversicherungsbeiträge
4299 sollen gründerfreundlich ausgestaltet werden.

4300
4301 Mit dem zweiten Kindererziehungsjahr in der Rente für Geburten vor 1992 haben wir
4302 einen ersten Schritt getan. Wir wollen die Gerechtigkeitslücke schließen: Mütter und
4303 Väter, die vor 1992 geborene Kinder erzogen haben, sollen künftig auch das dritte
4304 Jahr Erziehungszeit in der Rente angerechnet bekommen. Wir wollen die „Mütterren-
4305 te II“ einführen. Das ist ein wichtiger Baustein zur Bekämpfung von Altersarmut. Die-
4306 se Verbesserungen bei der Mütterrente durch einen 3. Entgeltpunkt pro Kind sollen
4307 für Mütter und Väter gelten, die drei und mehr Kinder erzogen haben.

4308
4309 Zur Sicherung der bundesweiten Versorgung mit Presseerzeugnissen für alle Haus-
4310 halte – in Stadt und Land gleichermaßen – wird bei Minijobs von Zeitungszustellerin-
4311 nen und Zeitungszustellern der Beitrag zur Rentenversicherung, den die Arbeitgebe-
4312 rinnen und Arbeitgeber zu tragen haben, befristet für die Dauer von fünf Jahren bis
4313 zum 31. Dezember 2022, von 15 auf 5 Prozent abgesenkt.

4314
4315 Wir wollen schrittweise einen höheren Anteil bei den Erstattungen an die Rentenver-
4316 sicherung für die Ansprüche aus den Sonder- und Zusatzversorgungssystemen der
4317 ehemaligen DDR übernehmen und damit die ostdeutschen Bundesländer entlasten
4318 (AAÜG).

4319
4320 Wir wollen die Rehabilitation in der Rentenversicherung weiter stärken und die in der
4321 vergangenen Legislaturperiode eingeführten Verbesserungen weiterentwickeln.

4322
4323 Für Härtefälle in der Grundsicherung im Rentenüberleitungsprozess wollen wir einen
4324 Ausgleich durch eine Fondslösung schaffen. Entsprechendes wollen wir auch für die
4325 Gruppe der Spätaussiedler und der jüdischen Kontingentflüchtlinge prüfen.

4326

4327 **2. Teilhabe von Menschen mit Behinderungen**

4328 Menschen mit Behinderungen haben einen Anspruch auf gleichberechtigte Teilhabe
4329 in allen Bereichen unserer Gesellschaft. Mit dem Bundesteilhabegesetz haben wir
4330 einen wichtigen Schritt zur Umsetzung der UN-Behindertenrechtskonvention getan.
4331 Seine Umsetzung werden wir in den kommenden Jahren intensiv begleiten und
4332 gleichzeitig die Teilhabe weiter fördern.

4333

4334 **Teilhabe an Arbeit**

4335 Wir prüfen die Einführung eines Budgets für Ausbildung. Wir wollen zudem die Assis-
4336 tierte Ausbildung um zwei Jahre verlängern und weiterentwickeln. Darüber hinaus
4337 wollen wir gemeinsam mit den Akteuren der Arbeitsmarktpolitik klären, wie Teilquali-
4338 fizierungen einen Beitrag leisten können, auch Menschen mit Beeinträchtigungen,
4339 die als nicht ausbildungsfähig gelten, einen schrittweisen Einstieg in eine anerkannte
4340 Ausbildung nach § 66 Berufsbildungsgesetz (BBIG) oder § 42m Handwerksordnung
4341 (HwO) zu ermöglichen. Inklusionsbetriebe werden wir weiter fördern. Wir wollen die
4342 Werkstätten für behinderte Menschen unterstützen, ihr Profil entsprechend neuer
4343 Anforderungen weiterzuentwickeln und dem Wunsch der Menschen mit Behinderun-
4344 gen nach Selbstbestimmung Rechnung zu tragen.

4345

4346 Gemeinsam mit der Bundesagentur für Arbeit werden wir die Ursachen der überdurch-
4347 schnittlich hohen Arbeitslosigkeit von Menschen mit Behinderungen genau analysieren
4348 und passgenaue Unterstützungsangebote entwickeln. Wir wollen die Meldepflicht an
4349 die Arbeitsagenturen für offene Stellen im öffentlichen Dienst, die von einem Men-
4350 schen mit Schwerbehinderung besetzt waren, wiedereinführen. Das betriebliche Ein-
4351 gliederungsmanagement wollen wir stärken. Für alle Menschen mit Behinderungen, ob
4352 im allgemeinen Arbeitsmarkt oder in Werkstätten beschäftigt, wollen wir den vollen Zu-
4353 gang zu medizinisch-beruflicher Rehabilitation verbessern. Wir sehen dabei insbeson-
4354 dere für Menschen mit psychischer Erkrankung einen Nachholbedarf.

4355

4356 **Barrierefreiheit**

4357 Wir wollen behinderungsgerechten, barrierefreien Wohnungsbau und barrierefreie
4358 Mobilität fördern, damit Menschen mit Behinderungen eine Wahl haben, wo und wie
4359 sie leben wollen. Wir wollen darüber hinaus Initiativen zu mehr Barrierefreiheit in
4360 Städten und Gemeinden stärken. Wir wollen Anreize auch durch Förderprogramme
4361 zur Verbesserung der Barrierefreiheit in den Kommunen setzen (z. B. Einsatz leichter
4362 Sprache und Gebärdendolmetscher, mobile sanitäre Anlagen, barrierefreie Veran-
4363 staltungen). Im Rahmen der Weiterentwicklung des Allgemeinen Gleichbehand-
4364 lungsgesetzes (AGG) werden wir prüfen, wie Private, die Dienstleistungen für die
4365 Allgemeinheit erbringen, angemessene Vorkehrungen umsetzen können. Ein erster
4366 Schritt wird den Gesundheitssektor betreffen.

4367

4368 Die Digitalisierung eröffnet neue Teilhabechancen insbesondere für sinnesbehinderte
4369 und mobilitätseingeschränkte Menschen. Hier wollen wir einen Schwerpunkt im Nati-
4370 onalen Aktionsplan setzen.

4371

4372 Wir werden darauf hinwirken, dass die Produzenten der Medien ihren Verpflichtun-
4373 gen nachkommen, zugängliche und barrierefreie Angebote in Film, Fernsehen und
4374 Print anzubieten. Dabei haben die öffentlichen Medien eine Vorbildfunktion.

4375

4376 **Unabhängige Teilhabeberatung**
4377 Unabhängige Teilhabeberatung wollen wir durch eine Weiterführung der Finanzie-
4378 rung verlässlich schützen.

4379
4380 **Politische Partizipation**
4381 Unser Ziel ist ein inklusives Wahlrecht für alle. Wir werden den Wahlrechtsaus-
4382 schluss von Menschen, die sich durch eine Vollbetreuung unterstützen lassen, been-
4383 den. Wir empfehlen dem Deutschen Bundestag, in seinen aktuellen Beratungen zu
4384 Änderungen am Wahlrecht, dieses Thema entsprechend umzusetzen.

4385
4386 **Schutz vor Gewalt**
4387 Menschen mit Behinderungen werden besonders häufig Opfer von Gewalt in unter-
4388 schiedlichster Form. Wir wollen die Aufklärung und Stärkung der Menschen fördern
4389 sowie Gewaltschutzkonzepte in Einrichtungen und eine Verbesserung der Unterbrin-
4390 gungsmöglichkeiten nach Übergriffen, z. B. in barrierefreien oder mit speziell ge-
4391 schultem Personal besetzten Frauenhäusern.

4392
4393 **Schnittstellenklärung eingeschränkte bzw. dauerhafte Erwerbsminderung**
4394 Die unterschiedliche Gewährung existenzsichernder Leistungen bei Menschen mit
4395 befristeter und dauerhafter Erwerbsminderung werden wir prüfen.

4396
4397 **3. Reform des Sozialen Entschädigungsrechts**
4398 Wir wollen das Soziale Entschädigungsrecht (SER) reformieren. Dabei werden die
4399 Regelungen insbesondere an den Bedarfen der Opfer von Gewalttaten einschließlich
4400 der Opfer von Terrorataten ausgerichtet. Psychische Gewalt wird in den Gewaltbegriff
4401 einbezogen. Neue Leistungen der Sofort- bzw. Akuthilfen (u. a. Traumaambulanzen)
4402 werden schnell, niedrigschwellig und unbürokratisch zugänglich gemacht. Entschädi-
4403 gungszahlungen für Geschädigte und Hinterbliebene werden erhöht. Teilhabelei-
4404 stungen werden künftig grundsätzlich ohne den Einsatz von Einkommen und Vermö-
4405 gen erbracht. Bei der Reform wird ein Bestandsschutz für die Kriegsoffer und ihre
4406 Angehörigen eingehalten.

4407
4408 Wir wollen Maßnahmen zur Verbesserung der Situation von Opfern des Terrors rea-
4409 lisieren. Dazu wird ein/e Beauftragte/r der Bundesregierung für die Belange von Ter-
4410 roropfern benannt.

4411
4412 Im Zuge der SER-Reform soll auch die Situation der Opfer sexueller Gewalt verbes-
4413 sert werden.

4414
4415 **4. Gesundheit und Pflege**
4416 Kranke, Pflegebedürftige und Menschen mit Behinderungen müssen auf die Solidari-
4417 tät der Gesellschaft vertrauen können. Wir werden sicherstellen, dass alle auch zu-
4418 künftig eine gute, flächendeckende medizinische und pflegerische Versorgung von
4419 Beginn bis zum Ende ihres Lebens erhalten, unabhängig von ihrem Einkommen und
4420 Wohnort. Das Patientenwohl ist für uns entscheidender Maßstab für gesundheitspoli-
4421 tische Entscheidungen, die Patientenorientierung ist unser Leitbild für das Gesund-
4422 heitswesen. Die Zusammenarbeit und Vernetzung im Gesundheitswesen müssen
4423 ausgebaut und verstärkt werden. Zur Erreichung einer sektorenübergreifenden Ver-
4424 sorgung wollen wir nachhaltige Schritte einleiten.

4425

4426 **Pflege**

4427 Eine gute und verlässliche Pflege ist für immer mehr Betroffene und ihre Angehörigen von zentraler Bedeutung. In der vergangenen Legislaturperiode haben wir die Pflegeversicherung mit den Pflegestärkungsgesetzen grundlegend reformiert. Auch 4428
4429 in den kommenden Jahren werden wir nicht nachlassen, die Pflege und die häusliche
4430 Versorgung zu verbessern, die Unterstützung für pflegende Angehörige auszubauen
4431 und die Arbeitsbedingungen von Fachkräften und Betreuern in der Pflege so attraktiv
4432 zu machen, dass ausreichend Menschen den Pflegeberuf ergreifen, beibehalten und
4433 damit die Versorgung sicherstellen. Dazu werden wir ein Sofortprogramm Pflege und
4434 darüber hinaus eine „Konzertierte Aktion Pflege“ zur bedarfsgerechten Weiterentwicklung
4435 der Situation in der Pflege auf den Weg bringen.
4436

4437
4438 Wir werden die Arbeitsbedingungen und die Bezahlung in der Alten- und Krankenpflege
4439 sofort und spürbar verbessern. Es werden Sofortmaßnahmen für eine bessere
4440 Personalausstattung in der Altenpflege und im Krankenhausbereich ergriffen und
4441 dafür zusätzliche Stellen zielgerichtet gefördert. In der Altenpflege sollen die Sachleistungen
4442 kontinuierlich an die Personalentwicklung angepasst werden.
4443

4444 In einem Sofortprogramm werden wir 8000 neue Fachkraftstellen im Zusammenhang
4445 mit der medizinischen Behandlungspflege in Pflegeeinrichtungen schaffen. Der dafür
4446 erforderliche finanzielle Mehraufwand soll durch eine Vollfinanzierung aus Mitteln der
4447 Gesetzlichen Krankenversicherung (GKV) erfolgen. Dem Sofortprogramm werden
4448 weitere Schritte folgen.
4449

4450 Wir wollen in einer „Konzertierten Aktion Pflege“ eine bedarfsgerechte Weiterentwicklung
4451 der Situation in der Altenpflege erreichen. Deshalb entwickeln wir verbindliche
4452 Personalbemessungsinstrumente, auch im Hinblick auf die Pflegesituation in der
4453 Nacht. Die „Konzertierte Aktion Pflege“ umfasst u. a. eine Ausbildungsinitiative, Anreize
4454 für eine bessere Rückkehr von Teil- in Vollzeit, ein Wiedereinstiegsprogramm,
4455 eine bessere Gesundheitsvorsorge für die Beschäftigten sowie eine Weiterqualifizierung
4456 von Pflegehelferinnen und Pflegehelfern zu Pflegefachkräften.
4457

4458 Wir wollen die Bezahlung in der Altenpflege nach Tarif stärken. Gemeinsam mit den
4459 Tarifpartnern wollen wir dafür sorgen, dass Tarifverträge in der Altenpflege flächendeckend
4460 zur Anwendung kommen. Wir wollen angemessene Löhne und gute Arbeitsbedingungen
4461 in der Altenpflege. Dafür schaffen wir die gesetzlichen Voraussetzungen. Im Krankenhausbereich
4462 werden wir eine vollständige Refinanzierung von Tarifsteigerungen herbeiführen, verbunden
4463 mit der Nachweispflicht, dass dies auch tatsächlich bei den Beschäftigten ankommt. Wir
4464 bitten die Pflegemindestlohn-Kommission, sich zeitnah mit der Angleichung des Pflegemindestlohns
4465 in Ost und West zu befassen.
4466

4467
4468 Wir werden die ambulante Alten- und Krankenpflege insbesondere im ländlichen
4469 Raum stärken. Dazu gehört u. a. eine bessere Honorierung der Wegezeiten, wenn
4470 die Versorgung nur mit längeren Anfahrtswegen sichergestellt werden kann.
4471

4472 Um Angehörige besser zu unterstützen, gehören insbesondere Angebote in der
4473 Kurzzeit- und Verhinderungspflege sowie in der Tages- und Nachtpflege, die besonders
4474 pflegende Angehörige entlasten, zu einer guten pflegerischen Infrastruktur. Wir
4475 wollen die o. g. Leistungen, die besonders pflegende Angehörige entlasten, zu einem
4476 jährlichen Entlastungsbudget zusammenfassen, das flexibel in Anspruch genommen

4477 werden kann. Damit können wir erheblich zur Entbürokratisierung in der ambulanten
4478 Pflege beitragen, die häusliche Versorgung stärken und pflegende Angehörige ent-
4479 lasten. Wir werden die Angebote für eine verlässliche Kurzzeitpflege stärken, indem
4480 wir eine wirtschaftlich tragfähige Vergütung sicherstellen. Um die Situation pflegender
4481 Angehöriger zu verbessern, werden sie einen Anspruch auf medizinisch erforderliche
4482 Rehabilitationsleistung nach ärztlicher Verordnung erhalten.

4483
4484 Auf das Einkommen der Kinder von pflegebedürftigen Eltern soll künftig erst ab ei-
4485 nem Einkommen in Höhe von 100.000 Euro im Jahr zurückgegriffen werden.

4486
4487 Wir wollen möglichst frühzeitig Pflegebedürftigkeit vermeiden. Dafür fördern wir den
4488 präventiven Hausbesuch durch Mittel des Präventionsgesetzes. Kommunen sollen
4489 mehr Mitgestaltungsmöglichkeiten bei der Ausrichtung der pflegerischen Versor-
4490 gungsangebote vor Ort im Rahmen der Versorgungsverträge erhalten.

4491
4492 Pflegebedürftige Menschen haben einen hohen Bedarf an medizinischen Leistungen.
4493 Die Kassenärztlichen Vereinigungen und die Pflegeeinrichtungen werden verpflichtet,
4494 Kooperationsverträge abzuschließen.

4495
4496 Den Auftrag an Kassen und Krankenhäuser, Personaluntergrenzen für pflegeintensi-
4497 ve Bereiche festzulegen, werden wir dergestalt erweitern, dass in Krankenhäusern
4498 derartige Untergrenzen nicht nur für pflegeintensive Bereiche, sondern für alle bet-
4499 tenführenden Abteilungen eingeführt werden.

4500
4501 **Sektorenübergreifende Versorgung**
4502 Die Zusammenarbeit und Vernetzung im Gesundheitswesen müssen ausgebaut und
4503 verstärkt werden. Für eine sektorenübergreifende Versorgung wollen wir weitere
4504 nachhaltige Schritte einleiten, damit sich die Behandlungsverläufe ausschließlich am
4505 medizinisch-pflegerischen Bedarf der Patientinnen und Patienten ausrichten.

4506
4507 Wir werden eine Bund-Länder-Arbeitsgruppe unter Einbeziehung der Regierungs-
4508 fraktionen im Deutschen Bundestag einrichten. Diese Arbeitsgruppe wird Vorschläge
4509 für die Weiterentwicklung zu einer sektorenübergreifenden Versorgung des stationä-
4510 ren und ambulanten Systems im Hinblick auf Bedarfsplanung, Zulassung, Honorie-
4511 rung, Kodierung, Dokumentation, Kooperation der Gesundheitsberufe und Qualitäts-
4512 sicherung unter Berücksichtigung der telematischen Infrastruktur bis 2020 vorlegen.
4513 Dabei sollen Spielräume für regionale Ausgestaltungen ermöglicht werden.

4514
4515 **Ambulante Versorgung**
4516 Wir werden in einem Sofortprogramm die Leistungen und den Zugang zur Versor-
4517 gung für gesetzlich Versicherte verbessern. Dazu werden die Terminservicestellen
4518 der Kassenärztlichen Vereinigungen unter einer bundesweit einheitlichen, einprä-
4519 genden Telefonnummer von 8 bis 18 Uhr erreichbar sein und auch haus- und kinder-
4520 ärztliche Termine vermitteln.

4521
4522 Das Mindestsprechstundenangebot der Vertragsärzte für die Versorgung von gesetz-
4523 lich versicherten Patienten wird von 20 auf 25 Stunden erhöht. Ärztinnen und Ärzte,
4524 die in wirtschaftlich schwachen und unterversorgten ländlichen Räumen praktizieren,
4525 werden über regionale Zuschläge besonders unterstützt. Dazu werden die hausärzt-
4526 liche Versorgung und die „sprechende Medizin“ besser vergütet. Dies beinhaltet auch
4527 die koordinierenden Leistungen, inklusive der Terminvermittlung zum Facharzt.

4528 Die Möglichkeit der Kassenärztlichen Vereinigungen, die Sicherstellung durch Eigen-
4529 einrichtungen zu gewährleisten, wird erweitert.
4530
4531 Wir werden weiterhin darauf drängen, dass die Bedarfsplanung zur Verteilung der
4532 Arztsitze kleinräumiger, bedarfsgerechter und flexibler gestaltet wird. In ländlichen
4533 oder strukturschwachen Gebieten entfallen Zulassungssperren für die Neuniederlas-
4534 sung von Ärztinnen und Ärzten. Die Bestimmung der von dieser Regelung erfassten
4535 Gebiete obliegt den Ländern.
4536
4537 Wir werden die Strukturfonds der Kassenärztlichen Vereinigungen erhöhen, verbind-
4538 licher ausgestalten und im Verwendungszweck flexibilisieren. Die Länder erhalten ein
4539 Mitberatungs- und Antragsrecht in den Zulassungsausschüssen der Kassenärztli-
4540 chen Vereinigungen.
4541
4542 Wir werden den Innovationsfonds über das Jahr 2019 mit einem Volumen von
4543 200 Millionen Euro jährlich fortsetzen. Wir wollen gewährleisten, dass erfolgreiche
4544 Versorgungsansätze zügig in die Regelversorgung überführt werden. Eigene Modell-
4545 projekte des Bundesministeriums für Gesundheit wollen wir ermöglichen.
4546
4547 Wir wollen gezielt Volkskrankheiten wie Krebs, Demenz oder psychische Störungen
4548 bekämpfen. Dabei betonen wir die nationale Diabetesstrategie. Wir werden die
4549 Disease-Management-Programme weiter stärken, insbesondere durch eine Umset-
4550 zung der Programme für Rückenschmerz und Depressionen.
4551
4552 Die Festzuschüsse für Zahnersatz werden wir von bisher 50 Prozent auf 60 Prozent
4553 erhöhen.
4554
4555 Zu einer flächendeckenden Gesundheitsversorgung gehören für uns neben einer gut
4556 erreichbaren ärztlichen Versorgung auch eine wohnortnahe Geburtshilfe, Hebammen
4557 und Apotheken vor Ort.
4558
4559 Um die Apotheken vor Ort zu stärken, setzen wir uns für ein Verbot des Versandhan-
4560 dels mit verschreibungspflichtigen Arzneimitteln ein.
4561
4562 Wir werden die Hospiz- und Palliativversorgung weiter stärken, insbesondere durch
4563 Kostenübernahme für die Koordination von Hospiz- und Palliativversorgungsnetz-
4564 werken sowie durch Verbesserungen bei der Versorgung von Kindern und in Alten-
4565 pflegeeinrichtungen. Wir werden zeitnah überprüfen, ob die zuschussfähigen Leis-
4566 tungen bei den Hospizen angemessen erfasst sind.
4567
4568 Wir wollen prüfen, ob eine Herausnahme der spezialisierten ambulanten Palliativver-
4569 sorgung (SAPV) aus dem Anwendungsbereich des Gesetzes gegen Wettbewerbs-
4570 beschränkungen durch eine entsprechende Klarstellung in § 69 Abs. 2 Satz 2 Sozi-
4571 algesetzbuch V erforderlich ist.
4572
4573 Wir werden die Medizinischen Dienste der Krankenversicherung stärken, deren Un-
4574 abhängigigkeit gewährleisten und für bundesweit einheitliche und verbindliche Rege-
4575 lungen bei ihrer Aufgabenwahrnehmung Sorge tragen.
4576
4577 Damit medizinische Innovationen schneller in die Regelversorgung gelangen, werden
4578 wir die Verfahren des Gemeinsamen Bundesausschusses beschleunigen, indem der

4579 Aufgabenkatalog und die Ablaufstrukturen gestrafft werden. Über neue Untersu-
4580 chungs- und Behandlungsmethoden soll zukünftig schneller entschieden werden.
4581 Den Ländern werden künftig in den Beratungen zur Bedarfsplanung und zu allen As-
4582 pekten der Qualitätssicherung die gleichen Rechte und Pflichten wie den Patienten-
4583 vertretern eingeräumt.

4584
4585 Sowohl die ambulante Honorarordnung in der Gesetzlichen Krankenversicherung
4586 (EBM), als auch die Gebührenordnung der Privaten Krankenversicherung (GOÄ)
4587 müssen reformiert werden. Deshalb wollen wir ein modernes Vergütungssystem
4588 schaffen, das den Versorgungsbedarf der Bevölkerung und den Stand des medizini-
4589 schen Fortschritts abbildet. Dies bedarf einer sorgfältigen Vorbereitung. Die Bundes-
4590 regierung wird dazu auf Vorschlag des Bundesgesundheitsministeriums eine wissen-
4591 schaftliche Kommission einsetzen, die bis Ende 2019 unter Berücksichtigung aller
4592 hiermit zusammenhängenden medizinischen, rechtlichen und wirtschaftlichen Fragen
4593 Vorschläge vorlegt. Ob diese Vorschläge umgesetzt werden, wird danach entschie-
4594 den.

4595 4596 **Krankenhäuser**

4597 Um eine gute stationäre Versorgung sicherzustellen, sind deutlich erhöhte Investitio-
4598 nen in Krankenhäuser für Umstrukturierungen, neue Technologien und Digitalisie-
4599 rung notwendig. Die Länderkompetenz in der Krankenhausplanung und die Verpflich-
4600 tung zur Investitionsfinanzierung bleiben erhalten. Um den notwendigen Struktur-
4601 wandel der Krankenhauslandschaft und die Qualität der stationären Versorgung zu
4602 befördern, wird der aus der Liquiditätsreserve des Gesundheitsfonds und von den
4603 Ländern hälftig finanzierte Strukturfonds für weitere vier Jahre in Höhe von einer Mrd.
4604 Euro/jährlich fortgesetzt.

4605
4606 Die Qualitätsoffensive für Krankenhäuser soll fortgesetzt werden. Dazu gehören ins-
4607 besondere eine qualitätsorientierte Arbeitsteilung und Vernetzung zwischen einer gut
4608 erreichbaren Grund- und Regelversorgung, Zentren für schwerwiegende, komplexe
4609 oder seltene Erkrankungen sowie damit verbundenen Anbietern des Gesundheits-
4610 und Pflegewesens. Die Zentren bieten interdisziplinäre Behandlungsteams mit hoher
4611 medizinischer Kompetenz und sollen auch mit ambulanten Schwerpunktpraxen zu-
4612 sammenarbeiten, um so spezialmedizinische Kompetenz auch in der Fläche verfüg-
4613 bar zu machen. Die für die Ausweisung der Zentren notwendigen Instrumente der
4614 Qualitätssicherung sind weiterzuentwickeln. Wir werden die rechtlichen Anpassungen
4615 für die entsprechende Weiterentwicklung der Krankenhausplanung vornehmen.

4616
4617 Als zusätzliche Aufgabe der stationären Grundversorgung sollen die Krankenhäuser
4618 insbesondere im ländlichen Raum im Verbund mit den Schwerpunktkrankenhäusern
4619 und örtlichen Pflegeanbietern ergänzende niedrigschwellige Versorgungsangebote
4620 z. B. in der Nachsorge vorhalten.

4621
4622 Künftig sollen Pflegepersonalkosten besser und unabhängig von Fallpauschalen ver-
4623 gütet werden. Die Krankenhausvergütung wird auf eine Kombination von Fallpau-
4624 schalen und einer Pflegepersonalkostenvergütung umgestellt. Die Pflegepersonal-
4625 kostenvergütung berücksichtigt die Aufwendungen für den krankenhausindividuellen
4626 Pflegepersonalbedarf. Die DRG-Berechnungen werden um die Pflegepersonalkosten
4627 bereinigt.

4628

4629 Wir werden die bereits eingeleiteten Verbesserungen der Versorgung psychisch
4630 Kranker mit Nachdruck umsetzen, insbesondere die Schaffung einheitlicher und hin-
4631 reichender Personalstandards sowie die Einführung stationersetzender Leistungen.

4632
4633 Eine qualitativ hochwertige Geburtshilfe auch durch Belegärztinnen und -ärzte ist uns
4634 ein Anliegen. Wir werden die Finanzierungsgrundlagen dazu überprüfen.

4635
4636 Wir wollen die Zahl der Organspenden in Deutschland erhöhen. Dazu werden wir
4637 eine verbindliche Freistellungsregelung für Transplantationsbeauftragte schaffen und
4638 diese finanzieren. Die Organentnahme wird höher vergütet.

4639
4640 Zur Infektionsprävention und -bekämpfung wird das Hygienesonderprogramm für
4641 Krankenhäuser verlängert und evaluiert.

4642
4643 Zur Verbesserung der Notfallversorgung wird eine gemeinsame Sicherstellung der
4644 Notfallversorgung von Landeskrankengesellschaften und Kassenärztlichen Ver-
4645 einigungen in gemeinsamer Finanzierungsverantwortung geschaffen. Dazu sind Not-
4646 falleitstellen und integrierte Notfallzentren aufzubauen.

4647
4648 **Gesundheitsberufe**

4649 Stärken unseres Gesundheitswesens sind die Freiberuflichkeit der Heilberufe, freie
4650 Arzt- und Krankenhauswahl, die Therapiefreiheit und gut qualifizierte Gesundheitsbe-
4651 rufe.

4652
4653 Wir legen auch in Zukunft Wert darauf, hoch motivierten und hervorragend ausgebil-
4654 deten Nachwuchs in den Gesundheitsberufen zu gewinnen. Dazu müssen wir attrak-
4655 tive Ausbildungsmöglichkeiten schaffen. Den Masterplan Medizinstudium 2020 wol-
4656 len wir insbesondere im Hinblick auf die Neuregelung des Studienzugangs, die Stär-
4657 kung der Allgemeinmedizin sowie die Landarztquote zügig umsetzen. Dazu gehören
4658 auch mehr Medizinstudienplätze.

4659
4660 Um die ärztliche Tätigkeit im ländlichen Raum zu fördern, werden zudem an medizi-
4661 nischen Fakultäten modellhaft neue Unterrichtskonzepte als Schwerpunkt- bzw. Ver-
4662 tiefungsprogramme gefördert und evaluiert. Lücken in der Weiterbildung der Allge-
4663 meinmedizin werden ebenso evaluiert und geschlossen. Darüber hinaus werden wir
4664 zusätzliche Anreize zur Qualifizierung von Weiterbildungern durch die regionalen Kom-
4665 petenzzentren Weiterbildung Allgemeinmedizin setzen.

4666
4667 Der Öffentliche Gesundheitsdienst ist eine wichtige Säule des Gesundheitswesens,
4668 insbesondere bei der Prävention und Gesundheitsförderung. Wir stehen für eine
4669 Stärkung des Öffentlichen Gesundheitsdienstes ein.

4670
4671 Die Ausbildungs- und Prüfungsverordnung sowie die Finanzierungsverordnung des
4672 Pflegeberufgesetzes werden zeitnah vorgelegt.

4673
4674 Wir werden die Ausbildung der Gesundheitsfachberufe im Rahmen eines Gesamt-
4675 konzeptes neu ordnen und stärken. Wir wollen das Schulgeld für die Ausbildung in
4676 den Gesundheitsfachberufen abschaffen, so wie es in den Pflegeberufen bereits be-
4677 schlossen wurde. Wir werden die Hebammenausbildung nach den EU-Vorgaben als
4678 akademischen Beruf umsetzen. Die Novellierungen der Ausbildung der bisherigen

4679 psychologischen Psychotherapeuten in Form einer Direktausbildung und der Appro-
4680 bationsordnung für Zahnärzte werden wir zügig abschließen.

4681
4682 Für die zukünftigen Herausforderungen des Gesundheitswesens ist die Aufgabenver-
4683 teilung der Gesundheitsberufe neu zu justieren und den Gesundheitsfachberufen
4684 mehr Verantwortung zu übertragen. Die Ergebnisse der Modellprojekte der Heilberu-
4685 fe werden wir berücksichtigen. Im Sinne einer verstärkten Patientensicherheit wollen
4686 wir das Spektrum der heilpraktischen Behandlung überprüfen.

4687 4688 **Prävention**

4689 Wir wollen die Gesundheitskompetenz der Bevölkerung und die Prävention in allen
4690 Lebensbereichen deutlich stärken. Auf Grundlage des Berichtes der Nationalen Prä-
4691 ventionskonferenz und der anschließenden Beratungen im Deutschen Bundestag
4692 werden wir ein Eckpunktepapier zur Weiterentwicklung des Präventionsgesetzes vor-
4693 legen.

4694
4695 Mit einem Nationalen Gesundheitsportal wollen wir, dass sich die Patientinnen und
4696 Patienten verlässlich schnell und umfassend im Internet über medizinische Fragestel-
4697 lungen und Strukturen unseres Gesundheitswesens informieren können.

4698
4699 Wir werden Patientenrechte stärken. Dazu werden wir Vorschläge für einen Patien-
4700 tenentschädigungsfonds für Schäden in Härtefällen, bei denen die bestehenden Haf-
4701 tungsregelungen nicht greifen, prüfen.

4702
4703 Wir werden weitere Maßnahmen ergreifen, um die notwendigen Impfquoten zum
4704 Schutz der Bevölkerung zu erreichen.

4705
4706 Weitere Schwerpunkte werden in der Prävention chronischer Erkrankungen, insbe-
4707 sondere in der Entwicklung einer nationalen Strategie zur Reduzierung von Überge-
4708 wicht vor allem bei Kindern und Jugendlichen liegen. Wir werden Drogenmissbrauch
4709 weiterhin bekämpfen und dabei auch unsere Maßnahmen zur Tabak- und Alkohol-
4710 prävention gezielt ergänzen. Dabei ist uns das Wohl der Kinder von Suchtkranken
4711 besonders wichtig.

4712
4713 Wir werden die Forschung im Bereich der Kinder- und Jugendmedizin fördern.

4714
4715 Wir werden uns weiterhin für eine Reduzierung des Antibiotikaverbrauchs und der
4716 Verhinderung von Antibiotikaresistenzen einsetzen und dies zusätzlich durch For-
4717 schung unterstützen.

4718 4719 **E-Health und Gesundheitswirtschaft**

4720 Die Digitalisierung des Gesundheitswesens ist eine der größten Herausforderung des
4721 Gesundheitswesens in den nächsten Jahren.

4722
4723 Wir werden die Telematikinfrastruktur weiter ausbauen und eine elektronische Pati-
4724 entenakte für alle Versicherten in dieser Legislaturperiode einführen. Wir wollen neue
4725 Zulassungswege für digitale Anwendungen schaffen, die Interoperabilität herstellen
4726 und die digitale Sicherheit im Gesundheitswesen stärken. Die einschränkenden Re-
4727 gelungen zur Fernbehandlung werden wir auf den Prüfstand stellen. Auch die pflege-
4728 rische Versorgung wollen wir mit den Möglichkeiten der Digitalisierung weiterentwi-
4729 ckeln, so dass sowohl Pflegekräfte als auch pflegebedürftige Menschen Informations-

4730 und Kommunikationstechnologien sowie neue technische Anwendungen besser nut-
4731 zen können. Dazu gehört auch, die Pflege in die Telematikinfrastruktur einzubezie-
4732 hen. Ziel ist zudem, Bürokratie in Diagnostik und Dokumentation abzubauen.

4733
4734 Die Anwendung und Abrechenbarkeit telemedizinischer Leistungen soll ausgebaut
4735 werden. Es wird sichergestellt, dass die Datenspeicherung den strengen Anforderun-
4736 gen des Datenschutzes unterliegt. Die gespeicherten Daten sind Eigentum der Pati-
4737 entinnen und Patienten.

4738
4739 Wir werden die E-Health-Initiative und den Strategieprozess Medizintechnik weiter-
4740 führen, um Deutschland als Standort der Gesundheitswirtschaft nachhaltig und zu-
4741 kunftsorientiert zu gestalten. Wir werden auch den Pharma-Dialog unter Einbezie-
4742 hung der Regierungsfractionen des Deutschen Bundestags fortsetzen.

4743
4744 Wir werden den Aktionsplan zur Verbesserung der Arzneimitteltherapiesicherheit in
4745 Deutschland (AMTS) entschlossen umsetzen und die Fälschungssicherheit von Arz-
4746 neimitteln verbessern. Wir wollen die Arzneimittelsicherheit durch weitere Maßnah-
4747 men von der Produktion über den Transport bis zum Endverbraucher gewährleisten.

4748 4749 **Globale Gesundheit**

4750 Deutschland wird eine Strategie zur globalen Gesundheitspolitik erarbeiten, um noch
4751 stärker seiner internationalen Verantwortung gerecht zu werden. Schwerpunkte wer-
4752 den die Gesundheitssicherheit und die Prävention von internationalen Pandemien
4753 sowie Stärkung von Gesundheitssystemen in Entwicklungsländern sein. Dafür wer-
4754 den wir internationale Kooperationen und strategische Partnerschaften weiter auf-
4755 bauen und ausbauen. Außerdem gilt es, die WHO zu stärken, indem wir auch den
4756 Reformprozess in der WHO unterstützen.

4757 4758 **Finanzierung**

4759 Wir werden die Parität bei den Beiträgen zur Gesetzlichen Krankenversicherung wie-
4760 derherstellen. Ab 1. Januar 2019 werden die Beiträge zur Krankenversicherung wie-
4761 der in gleichem Maße von Arbeitgebern und Beschäftigten geleistet. Der bisherige
4762 Zusatzbeitrag wird paritätisch finanziert.

4763
4764 Wir wollen die schrittweise Einführung von kostendeckenden Beiträgen zur Gesetzli-
4765 chen Krankenversicherung für die Bezieher von ALG II aus Steuermitteln finanzieren.

4766
4767 Um kleine Selbstständige zu entlasten, werden wir die Bemessungsgrundlage für die
4768 Mindestkrankenversicherungsbeiträge von heute 2283,75 Euro auf 1150 Euro nahe-
4769 zu halbieren.

4770
4771 Unter Berücksichtigung der Gutachten des Expertenbeirats des Bundesversiche-
4772 rungsamtes (BVA) werden wir den morbiditätsorientierten Risikostrukturausgleich mit
4773 dem Ziel eines fairen Wettbewerbs weiterentwickeln und ihn vor Manipulation schüt-
4774 zen. Es wird eine regelmäßige gutachterliche Überprüfung gesetzlich festgelegt.

4775 **VIII. Zuwanderung steuern – Integration fordern und unterstützen**

4776

4777 **1. Flüchtlingspolitik**

4778 Deutschland bekennt sich zu seinen bestehenden rechtlichen und humanitären Ver-
4779 pflichtungen. Wir werden das Grundrecht auf Asyl nicht antasten: Wir bekennen uns
4780 strikt zum Recht auf Asyl und zum Grundwertekatalog im Grundgesetz, zur Genfer
4781 Flüchtlingskonvention (GFK), zu den aus dem Recht der EU resultierenden Verpflich-
4782 tungen zur Bearbeitung jedes Asylantrags sowie zur UN-Kinderrechtskonvention und
4783 zur Europäischen Menschenrechtskonvention.

4784

4785 Wir sind stolz auf die Integrationsleistung unseres Landes, insbesondere auf das viel-
4786 fältige ehrenamtliche Engagement in den Städten und Gemeinden. Wir sind uns dar-
4787 über einig, dass die Integrationsfähigkeit unserer Gesellschaft nicht überfordert wer-
4788 den darf. Integrationsfähigkeit bemisst sich dabei nicht nur daran, wie die Aufnahme
4789 und Integration zugewanderter Menschen in die Gesellschaft gelingt, vielmehr bein-
4790 haltet sie auch unseren Anspruch, die Lebensbedingungen der hier lebenden Men-
4791 schen gerade angesichts der zu bewältigenden Zuwanderung zu berücksichtigen
4792 (z. B. Versorgung mit Kita-Plätzen, Schulen, Wohnungen).

4793

4794 Deswegen setzen wir unsere Anstrengungen fort, die Migrationsbewegungen nach
4795 Deutschland und Europa angemessen mit Blick auf die Integrationsfähigkeit der Ge-
4796 sellschaft zu steuern und zu begrenzen, damit sich eine Situation wie 2015 nicht
4797 wiederholt.

4798

4799 Bezogen auf die durchschnittlichen Zuwanderungszahlen, die Erfahrungen der letz-
4800 ten zwanzig Jahre sowie mit Blick auf die vereinbarten Maßnahmen und den unmit-
4801 telbar steuerbaren Teil der Zuwanderung – das Grundrecht auf Asyl und die Genfer
4802 Flüchtlingskonvention bleiben unangetastet – stellen wir fest, dass die Zuwande-
4803 rungszahlen (inklusive Kriegsflüchtlinge, vorübergehend Schutzberechtigte, Famili-
4804 ennachzügler, Relocation, Resettlement, abzüglich Rückführungen und freiwilligen
4805 Ausreisen künftiger Flüchtlinge und ohne Erwerbsmigration) die Spanne von jährlich
4806 180 000 bis 220 000 nicht übersteigen werden. Dem dient auch das nachfolgende
4807 Maßnahmenpaket.

4808

4809 Es soll eine Fachkommission der Bundesregierung eingesetzt werden, die sich mit
4810 den Rahmenbedingungen der Integrationsfähigkeit befasst und einen entsprechen-
4811 den Bericht dem Deutschen Bundestag zuleitet. Wir stärken die Migrations- und In-
4812 tegrationsforschung.

4813

4814 Wir wollen Fluchtursachen bekämpfen, nicht die Flüchtlinge.

4815

4816 Dazu wollen wir:

- 4817 • die Entwicklungszusammenarbeit verbessern;
- 4818 • den Ausbau humanitären Engagements; UNHCR und World Food Programme
4819 (WFP) angemessen ausstatten und für eine kontinuierliche Finanzierung sorgen;
- 4820 • das Engagement für Friedenssicherung ausweiten (u. a. Stärkung internationaler
4821 Polizeieinsätze);
- 4822 • eine faire Handels- und Landwirtschaftspolitik (faire Handelsabkommen);
- 4823 • einen verstärkten Klimaschutz;
- 4824 • eine restriktive Rüstungsexportpolitik.

4825

4826 Wir werden eine Kommission „Fluchtursachen“ im Deutschen Bundestag einrichten,
4827 die der Bundesregierung und dem Bundestag konkrete Vorschläge unterbreiten soll.

4828

4829 Wir treten für ein gemeinsames europäisches Asylsystem ein und beteiligen uns da-
4830 her aktiv am Prozess der Reform des Dublin-Verfahrens. Ein fairer Verteilmechani-
4831 smus für Schutzbedürftige, die Frage der Menschenrechte in Drittstaaten sowie das
4832 Prinzip der Zuständigkeit des Ersteinreiselandes für Asylbewerber müssen hierbei
4833 eine übergeordnete Rolle spielen. Dabei muss klar sein, dass eine unbefristete Beru-
4834 fungung auf einen anderen Staat der Ersteinreise ausscheidet. Bei der Ausgestaltung
4835 des Selbsteintrittsrechts wird die Frage der Herstellung der Einheit der Kernfamilie zu
4836 berücksichtigen sein. Damit eine Verteilung in der Praxis funktioniert, muss es wirk-
4837 same Mechanismen zur Verhinderung von Sekundärmigration geben. Dazu wollen
4838 wir insbesondere die Asylverfahren einschließlich der Standards bei der Versorgung
4839 und Unterbringung von Asylbewerbern harmonisieren und dafür sorgen, dass volle
4840 Leistungen nur noch im zugewiesenen EU-Mitgliedstaat gewährt werden. In diesem
4841 Sinne wird sich die Bundesregierung in den Verhandlungen auf EU-Ebene abge-
4842 stimmt positionieren. Dies gilt auch für eine gemeinsame Durchführung von Asylver-
4843 fahren überwiegend an den Außengrenzen sowie gemeinsame Rückführungen von
4844 dort. Dabei werden europäische Menschenrechtsstandards eingehalten.

4845

4846 Wir unterstützen eine Politik der EU, die verhindern soll, dass kriminelle Schlepper
4847 und Schleuser entscheiden, wer nach Europa kommt. Wir wollen Anreize ausschlie-
4848 ßen, die dadurch entstehen, dass Minderjährige von ihren Eltern unter Gefährdung
4849 des Kindeswohls zukünftig auf die gefährliche Reise vorgeschickt werden.

4850

4851 Wir wollen die Zusammenarbeit mit UNHCR, IOM, Herkunfts- und Transitstaaten wei-
4852 ter ausbauen. Zur Sicherung der Freizügigkeit innerhalb Europas gehört ein wirksa-
4853 mer Schutz der europäischen Außengrenzen. Dazu wollen wir Frontex zu einer ech-
4854 ten Grenzschutzpolizei weiterentwickeln. Bis der Schutz der EU-Außengrenzen effek-
4855 tiv funktioniert, sind Binnengrenzkontrollen vertretbar.

4856

4857 Wir unterstützen europäische Beschlüsse zur Verteilung von Flüchtlingen (Relocati-
4858 on) und leisten einen angemessenen Beitrag zu Aufnahmekontingenten humanitär
4859 Schutzbedürftiger (Resettlement). Die Größenordnung dieses aus humanitären Moti-
4860 ven erfolgenden legalen Zugangs muss jedoch von der Größenordnung des Zugangs
4861 humanitär Schutzsuchender insgesamt abhängen.

4862

4863 Für die Frage des Familiennachzugs wird Bezug genommen auf das Gesetz zur Ver-
4864 längerung der Aussetzung des Familiennachzugs zu subsidiär Schutzberechtigten.
4865 Das Nähere regelt ein noch zu erlassendes Bundesgesetz.

4866

4867 Für diese Regelung zum Familiennachzug bei subsidiär Geschützten ab dem 1. Au-
4868 gust 2018 ist die Festsetzung erfolgt, dass der Zuzug auf 1000 Personen pro Monat
4869 begrenzt ist und die Härtefallregelung nach §§ 22 und 23 Aufenthaltsgesetz jenseits
4870 dieses Kontingents Anwendung findet. Die weitere Ausgestaltung des Gesetzes ob-
4871 liegt den Koalitionsparteien bzw. deren Bundestagsfraktionen.

4872

4873 1. Dieser Familiennachzug wird nur gewährt,

- 4874 • wenn es sich um Ehen handelt, die vor der Flucht geschlossen worden sind,
- 4875 • keine schwerwiegenden Straftaten begangen wurden,
- 4876 • es sich nicht um Gefährder handelt,

4877 • eine Ausreise kurzfristig nicht zu erwarten ist.

4878

4879 2. Mit der gesetzlichen Neuregelung wollen wir Anreize ausschließen, die dadurch
4880 entstehen, dass Minderjährige von ihren Eltern unter Gefährdung des Kindeswohls
4881 zukünftig auf die gefährliche Reise vorgeschickt werden.

4882

4883 3. Mit der gefundenen Lösung zum Familiennachzug werden fortan subsidiär Ge-
4884 schützte im Rahmen des Kontingents eine ungefährliche Möglichkeit auf Familien-
4885 nachzug ihrer Kernfamilie haben. Die Einstufung gemäß der GFK soll sachgerecht
4886 erfolgen

4887

4888 **2. Erwerbsmigration**

4889 Unser Land braucht geeignete und qualifizierte Fachkräfte in großer Zahl. Kein Ar-
4890beitsplatz soll unbesetzt bleiben, weil es an Fachkräften fehlt. Den Fachkräftezugang
4891 nach Deutschland haben wir in den vergangenen Jahren bereits erheblich verbessert
4892 und vereinfacht. Dieser Bedarf wird voraussichtlich in den nächsten Jahren aufgrund
4893 unserer guten wirtschaftlichen Entwicklung und wegen der rückläufigen Zahl junger
4894 Menschen, die neu ins Erwerbsleben eintreten, weiter steigen.

4895

4896 Deshalb werden wir ein Regelwerk zur Steuerung von Zuwanderung in den Arbeits-
4897 markt und das damit verbundene Recht des Aufenthalts und der Rückkehr in einem
4898 Gesetzeswerk erarbeiten, das sich am Bedarf unserer Volkswirtschaft orientiert. Ein
4899 solches Gesetz wird die bereits bestehenden Regelungen zusammenfassen, trans-
4900 parenter machen und, wo nötig, effizienter gestalten.

4901

4902 Maßgeblich zu berücksichtigen für den Zuzug nach Deutschland sind der Bedarf un-
4903 serer Volkswirtschaft, Qualifikation, Alter, Sprache sowie der Nachweis eines konkre-
4904 ten Arbeitsplatzes und die Sicherung des Lebensunterhalts.

4905

4906 Unter Fachkräften verstehen wir sowohl Hochschulabsolventen als auch Einwande-
4907 rerinnen und Einwanderer mit qualifizierter Berufsausbildung bzw. ausgeprägten be-
4908 rufspraktischen Kenntnissen. Eine Gleichwertigkeitsprüfung der beruflichen bzw.
4909 akademischen Qualifikationen der Fachkräfte soll möglichst ohne lange Wartezeiten
4910 erfolgen. Auf eine Vorrangprüfung wird verzichtet, soweit die Landesregierungen
4911 nicht in Bezirken mit hoher Arbeitslosigkeit an der Vorrangprüfung festhalten wollen.
4912 Unberührt hiervon bleibt die Prüfung der Arbeitsbedingungen auf Gleichwertigkeit
4913 durch die Bundesagentur für Arbeit.

4914

4915 Mit einer klug gesteuerten Einwanderungspolitik für Fachkräfte unterstützen wir die
4916 Schaffung von Arbeitsplätzen in Deutschland und verringern spürbar die Attraktivität
4917 von illegaler und ungesteuerter Einwanderung.

4918

4919 Um angemessen auf Entwicklungen unseres Arbeitsmarktes reagieren zu können,
4920 achten wir darauf, nationale Regelungsmöglichkeiten für Zuwanderung in den Ar-
4921beitsmarkt zu erhalten.

4922

4923 **3. Gelingende Integration**

4924 Menschen mit Migrationshintergrund gehören zu unserer Gesellschaft und prägen sie
4925 mit. Ihre Repräsentanz auf allen Ebenen in den Unternehmen, gesellschaftlichen Ein-
4926 richtungen und vor allem auch im öffentlichen Dienst gilt es weiterhin zu verbessern.

4927

4928 Die vielfältigen Integrationsmaßnahmen werden wir in einer bundesweiten Strategie
4929 nach dem Grundsatz „Fordern und Fördern“ bündeln, größere Transparenz in das
4930 Geflecht der bestehenden Integrationsmaßnahmen bringen, die Koordinierung zwi-
4931 schen Bund, Ländern und Kommunen deutlich verbessern und dadurch eine effizien-
4932 tere Wahrnehmung der bestehenden Zuständigkeiten erreichen. Wir wollen mehr
4933 Erfolgskontrolle und werden dazu Integrationsforschung und -messung im Sinne ei-
4934 nes echten Integrationsmonitorings intensivieren, um die Erfolge der Integrationspoli-
4935 tik sichtbar zu machen und Fehlentwicklungen frühzeitig zu korrigieren.

4936
4937 So wollen wir z. B. die Teilhabe an den Angeboten der Gesundheitsversorgung (ins-
4938 besondere in der Pflege) gerade für die erste Generation der Arbeitsmigranten der
4939 50er- und 60er-Jahre unabhängig von kultureller Herkunft und Status verbessern. Mit
4940 Blick auf Vorsorge- und Früherkennungsangebote sowie Rehabilitation sollen die
4941 Akteure im Gesundheitswesen verstärkt mehrsprachige gesundheitsfördernde Ange-
4942 bote unterbreiten, die die Betroffenen auch wirklich erreichen.

4943
4944 Wir stellen die weitere Finanzierung der laufenden Maßnahmen zur Entlastung von
4945 Ländern und Kommunen bei den Flüchtlingskosten (Integrationspauschale, Kosten
4946 der Unterkunft, unbegleitete minderjährige Flüchtlinge) in den Jahren bis 2021 mit
4947 insgesamt weiteren acht Milliarden Euro sicher und gestalten sie gemeinsam, wo
4948 erforderlich, effizienter neu aus. Wir prüfen zusätzliche finanzielle Anreize bei freiwil-
4949 ligem Engagement von Kommunen für erfolgreiche Integrationsarbeit.

4950
4951 Wir bekennen uns zur Integration für diejenigen mit dauerhafter Bleibeperspektive.
4952 Dazu gehören Sprache und Arbeit. Die im Jahr 2005 eingeführten Integrationskurse
4953 sind der zentrale Ausgangspunkt für alle weiteren Integrationsschritte. Qualität und
4954 Effizienz dieser Kurse wollen wir weiter verbessern, insbesondere mit Blick auf eine
4955 bessere Zielgruppenorientierung. Erforderlich ist eine stärkere Kursdifferenzierung
4956 nach Vorkenntnissen. Die Mitwirkung beim Spracherwerb werden wir stärker einfor-
4957 dern. Wir wollen für den Spracherwerb zusätzliche Anreize setzen, Hilfestellungen
4958 ausbauen und Sanktionsmöglichkeiten konsequent nutzen. Zudem wollen wir auch in
4959 der Integrationspolitik die Chancen der Digitalisierung nutzen und digitale Angebote
4960 bei Orientierungs- und Integrationskursen ermöglichen. Schließlich wollen wir die
4961 Regelungen des Integrationsgesetzes entfristen und die Wohnsitzregelung zeitnah
4962 evaluieren.

4963
4964 Die Zugangsvoraussetzungen zu den ausbildungs- und berufsvorbereitenden Lei-
4965 stungen wollen wir vereinheitlichen und für die Gruppe der Geduldeten mit dem recht-
4966 lichen Arbeitsmarktzugang harmonisieren. Gleichzeitig sollen insbesondere diejeni-
4967 gen, bei denen die Ausreise kurzfristig nicht zu erwarten ist, Angebote nach dem
4968 Grundsatz des Förderns und Forderns für Spracherwerb und Beschäftigung bekom-
4969 men. Dazu soll ein Vorschlag erarbeitet werden, wie für diese Gruppe der Zugang zu
4970 Sprachkursen und Beschäftigung gewährt werden kann, ohne dass es zu einer Ver-
4971 festigung von Aufenthaltsrechten und einer Gleichstellung mit denjenigen führt, die
4972 eine rechtliche Bleibeperspektive haben.

4973
4974 Für langjährig Geduldete, die die Integrationsanforderungen im Sinne des § 25a
4975 und b des Aufenthaltsgesetzes erfüllen, wollen wir Verbesserungen und Vereinfachungen
4976 für den Aufenthalt und bei der Ausbildung und Arbeitsmarktintegration erar-
4977 beiten. Damit wollen wir auch Klarheit für die Betroffenen hinsichtlich ihrer Zukunft in
4978 Deutschland schaffen.

4979 Die 3+2-Regelung für Auszubildende wollen wir bundesweit einheitlich anwenden.
4980 Diese Regelung zielt auf die Ermöglichung eines Zugangs zu einer qualifizierten Be-
4981 rufsausbildung mit einer Duldung. Dieses Ziel darf nicht durch eine zu enge Anwen-
4982 dung des Beschäftigungsrechts für Geduldete unterlaufen werden. Diese Regelung
4983 wollen wir auch auf staatlich anerkannte Helferausbildungen anwenden, soweit daran
4984 eine qualifizierte Ausbildung in einem Mangelberuf anschlussfähig ist. Eine Ausbil-
4985 dungszusage muss dabei vorliegen. Bei alledem wollen wir zusätzliche Belastungen
4986 für die sozialen Sicherungssysteme vermeiden.

4987

4988 **4. Effizientere Verfahren**

4989 Menschen, die in Deutschland Schutz suchen, brauchen Asylverfahren, die schnell,
4990 umfassend und rechtssicher bearbeitet werden. Deren Bearbeitung erfolgt künftig in
4991 zentralen Aufnahme-, Entscheidungs- und Rückführungseinrichtungen, in denen
4992 BAMF, BA, Jugendämter, Justiz, Ausländerbehörden und andere Hand in Hand ar-
4993 beiten. In den AnKER-Einrichtungen sollen Ankunft, Entscheidung, kommunale Ver-
4994 teilung bzw. Rückführung (AnKER) stattfinden. Eine unabhängige und flächende-
4995 ckende Asylverfahrensberatung ist zu gewährleisten. Über die Frage von Zuständig-
4996 keit und Trägerschaft wird eine Vereinbarung zwischen Bund und Ländern getroffen.

4997

4998 Die Bundesrepublik Deutschland hat sich in den vergangenen Jahren in einzigartiger
4999 Weise humanitär engagiert. Menschen, die von Krieg und Verfolgung betroffen sind,
5000 bieten wir Schutz. Wir haben das Recht zu wissen, wer in unserem Land leben will;
5001 dazu bestehen besondere Mitwirkungspflichten durch die Ankommenden. Das betrifft
5002 zuallererst die umfassende Identitätsfeststellung: Name, Herkunft, Alter, Fingerab-
5003 druck. Bei ungeklärter Identität wollen wir die behördlichen Möglichkeiten zu deren
5004 Feststellungen erweitern und Identitätstäuschungen wirksamer begegnen. Die um-
5005 fassende Identitätsfeststellung findet in den AnKER-Einrichtungen statt.

5006

5007 Nach der Altersfeststellung werden unbegleitete Minderjährige durch Jugendbehör-
5008 den in Obhut genommen, Erwachsene verbleiben in den AnKER-Einrichtungen.
5009 Steht in Zweifel, ob es sich um Jugendliche oder um Erwachsene handelt, erfolgt die
5010 Altersfeststellung durch das zuständige Jugendamt unter Beteiligung des BAMF in
5011 den AnKER-Einrichtungen.

5012

5013 Um die Chance auf eine erfolgreiche Integration zu wahren und europarechtliche
5014 Vorgaben zu erfüllen, ist die Bleibeverpflichtung in den AnKER-Einrichtungen zeit-
5015 lich und sachlich zu begrenzen. Sowohl in den Aufnahmeeinrichtungen als auch in
5016 den AnKER-Einrichtungen soll die Aufenthaltszeit in der Regel 18 Monate nicht über-
5017 schreiten (§ 47 Abs. 1a und 1b Asylgesetz bleibt davon unberührt), bei Familien mit
5018 minderjährigen Kindern in der Regel sechs Monate. Insgesamt ist eine geschlechter-
5019 und jugendgerechte Unterbringung zu gewährleisten.

5020

5021 Wir streben an, nur diejenigen auf die Kommunen zu verteilen, bei denen eine positi-
5022 ve Bleibeprognose besteht. Alle anderen sollen, wenn in angemessener Zeit möglich,
5023 aus diesen Einrichtungen in ihre Heimatländer zurückgeführt werden.

5024

5025 Spätestens drei Jahre nach einer positiven Entscheidung ist eine Überprüfung des
5026 gewährten Schutzes erforderlich. Für dieses Prüfverfahren werden verbindliche Mit-
5027 wirkungspflichten der Betroffenen gelten. Dazu sollen Belehrungen stattfinden.

5028

5029 Vollziehbar Ausreisepflichtige müssen unser Land verlassen. Freiwillige Rückkehr
5030 und konsequente Abschiebung sind dabei von wesentlicher Bedeutung. Die freiwilli-
5031 ge Rückkehr hat Vorrang. Bestehende Hindernisse (z. B. Identitätsfeststellung, Auf-
5032 nahmewillen der Herkunftsländer, Passersatzbeschaffung, Arbeit der Potsdamer
5033 Clearingstelle, ZUR) wollen wir weiter verringern. Wir starten eine Qualitätsoffensive
5034 für die Arbeit des Bundesamts für Migration und Flüchtlinge.

5035
5036 Gerade im Interesse der wirklich Schutzbedürftigen und der Akzeptanz in der Bevöl-
5037 kerung wollen wir Ausreisepflichtige stärker danach unterscheiden, ob sie unver-
5038 schuldet an der Ausreise gehindert sind oder ihnen die fehlende Möglichkeit zur
5039 Durchsetzung ihrer Ausreisepflicht zugerechnet werden muss. Diese Unterscheidung
5040 hat auch Konsequenzen, beispielsweise hinsichtlich des Bezugs von Leistungen.
5041 Entsprechendem Änderungsbedarf werden wir nachkommen.

5042
5043 Das Bundesamt für Migration und Flüchtlinge ist möglichst frühzeitig über die Einlei-
5044 tung eines Strafverfahrens zu informieren. Dazu werden wir § 8 Abs. 1a des Asylge-
5045 setzes ändern.

5046
5047 Wer sein Aufenthaltsrecht dazu missbraucht, um Straftaten zu begehen, muss unser
5048 Land verlassen. Das gilt auch bei Fällen von Sozialleistungsbetrug und Verstößen
5049 gegen das Betäubungsmittelgesetz, soweit diese zu einer Verurteilung von mindes-
5050 tens einem Jahr geführt haben.

5051
5052 Abschiebehaft und Ausreisegewahrsam, einschließlich des Beschwerdeverfahrens,
5053 werden wir praktikabler ausgestalten, die Voraussetzungen absenken und klarer be-
5054 stimmen. Ziel ist, die Zuführungsquoten zu Rückführungsmaßnahmen deutlich zu
5055 erhöhen.

5056
5057 Zum Zwecke der Verfahrensbeschleunigung werden Algerien, Marokko und Tunesi-
5058 en sowie weitere Staaten mit einer regelmäßigen Anerkennungsquote unter fünf Pro-
5059 zent zu sicheren Herkunftsstaaten bestimmt. Der Individualanspruch auf Einzelfall-
5060 prüfung bleibt unberührt. Gleichzeitig wird durch eine spezielle Rechtsberatung für
5061 besondere vulnerable Fluchtgruppen deren besondere Schutzwürdigkeit berücksich-
5062 tigt.

5063
5064 Wir werden das Ausländerzentralregister (AZR) ertüchtigen, um belastbarere Aus-
5065 künfte erhalten zu können, allen relevanten Behörden unkomplizierten Zugriff zu er-
5066 möglichen und es auch zur besseren Steuerung der Rückführung und freiwilligen
5067 Ausreise einsetzen zu können. Wir werden es in Zusammenarbeit mit den Ländern
5068 zu einem insgesamt den zeitgemäßen Anforderungen entsprechenden zentralen
5069 Ausländerdateisystem weiterentwickeln. Im Rahmen dieser Ertüchtigung werden wir
5070 auch den Bestand der tatsächlich zur Rückführung anstehenden Personen besser
5071 abbilden.

5072 **IX. Lebenswerte Städte, attraktive Regionen und bezahlbares Wohnen**

5073

5074 Unser Ziel sind gleichwertige Lebensverhältnisse im urbanen und ländlichen Raum in
5075 ganz Deutschland.

5076

5077 Der Bedarf an bezahlbarem Wohnraum gerade in wachsenden Städten und Bal-
5078 lungsräumen ist weiterhin groß. Hier belasten die steigenden Mieten und Kaufpreise
5079 die Haushalte mit unteren und mittleren Einkommen zunehmend.

5080

5081 **1. Wohnraumoffensive**

5082 Wir wollen erreichen, dass 1,5 Millionen Wohnungen und Eigenheime frei finanziert
5083 und öffentlich gefördert gebaut werden. Hierzu gehört auch, dass der Bestand an
5084 bezahlbarem Wohnraum gesichert wird.

5085

5086 Wir werden im Rahmen eines „Wohngipfels 2018“ mit Ländern, Kommunen, Vertre-
5087 tern der Bau- und Immobilienwirtschaft, der Mieter- und Vermieterverbände und der
5088 Gewerkschaften Eckpunkte eines Gesetzespaketes „Wohnraumoffensive“ vereinba-
5089 ren.

5090

5091 Das „Bündnis für bezahlbares Wohnen und Bauen“ und die im Rahmen dessen be-
5092 gründete Innovationspartnerschaft werden fortgesetzt. Beide werden bis 2021 die
5093 Umsetzung der Vereinbarungen begleiten und gegebenenfalls weitere Initiativen zur
5094 Zielerreichung beim Wohnungsneubau anstoßen. Für eine „Nachhaltige Baulandmo-
5095 bilisierung und Bodenpolitik“ werden wir eine Enquete-Kommission einsetzen.

5096

5097 Wir wollen die Gewinnung von Wohnbauland von Landwirten durch steuerlich wirk-
5098 same Reinvestitionsmöglichkeiten in den Mietwohnungsbau nach einer verfassungs-
5099 rechtlichen Prüfung verbessern.

5100

5101 Wir werden nach einer verfassungsrechtlichen Prüfung den Kommunen durch Schaf-
5102 fung der rechtlichen Grundlagen die Möglichkeit einräumen, die Baulandmobilisie-
5103 rung durch steuerliche Maßnahmen zu verbessern. Durch die Einführung einer
5104 Grundsteuer C ermöglichen wir den Städten und Gemeinden die Möglichkeit, die
5105 Verfügbarmachung von Grundstücken für Wohnzwecke zu verbessern.

5106

5107 Wir wollen ermöglichen, dass die Bundesanstalt für Immobilienaufgaben (BImA) den
5108 Ländern und Kommunen zu Zwecken der sozialen Wohnraumförderung bundeseige-
5109 ne Grundstücke rechtssicher und im beschleunigten Verfahren zu vergünstigten
5110 Konditionen zur Verfügung stellen kann. Die bestehende Erstzugriffsoption für Kom-
5111 munen soll im Haushaltsgesetz des Bundes auf alle entbehrlichen Liegenschaften
5112 des Bundes ausgeweitet werden.

5113

5114 Wir werden die Kommunen bei der Aktivierung von Bauland und Sicherung bezahl-
5115 baren Wohnens unterstützen und streben dazu weitere Verbesserungen im Baupla-
5116 nungsrecht an.

5117

5118 Weitere Verschärfungen der Eingriffsmöglichkeiten der Kommunen in Eigentums-
5119 rechte durch Gestaltung auf Bundesebene werden dabei nicht verfolgt.

5120

5121 Wir wollen das Bauplanungsrecht und die immissionsschutzrechtlichen Vorschriften
5122 besser aufeinander abstimmen, um die Kommunen in die Lage zu versetzen, mit

5123 Nutzungskonflikten vor Ort umzugehen und eine bessere Nutzungsmischung zu er-
5124 möglichen.
5125
5126 Das beschleunigte Bebauungsplanverfahren für den Wohnungsbau werden wir eva-
5127 luieren und gegebenenfalls weiterentwickeln. Ferner gehört dazu ein vielseitiger Mix
5128 qualitativ hochwertiger Ausgleichsmaßnahmen, damit Genehmigungsbehörden fle-
5129 xible Instrumente erhalten, auch bei der Schaffung von Wohnraum die Flächenin-
5130 spruchnahme gering zu halten.
5131
5132 Der soziale Wohnungsbau muss mindestens auf heutigem Niveau und langfristig
5133 verstetigt werden. Dafür ist es erforderlich, dass der Bund auch in Zukunft gemein-
5134 sam mit den Ländern Verantwortung für die soziale Wohnraumförderung überneh-
5135 men kann. Falls erforderlich wird dazu eine Grundgesetzänderung vorgenommen.
5136 Ungeachtet dessen werden wir in den Jahren 2020/2021 mindestens zwei Milliarden
5137 Euro für den sozialen Wohnungsbau zweckgebunden bereitstellen.
5138
5139 Wir schaffen insbesondere für den freifinanzierten Wohnungsneubau im bezahlbaren
5140 Mietsegment steuerliche Anreize. Dazu werden wir eine bis Ende des Jahres 2021
5141 befristete Sonderabschreibung einführen. Sie beträgt zusätzlich zur linearen Ab-
5142 schreibung über vier Jahre fünf Prozent pro Jahr.
5143
5144 Wir werden die Eigentumsbildung für Familien finanziell unterstützen. Dafür führen
5145 wir für den Ersterwerb von Neubau oder Bestand ein Baukindergeld als Zuschuss
5146 aus dem Bundeshaushalt in Höhe von 1.200 Euro je Kind und pro Jahr ein, das über
5147 einen Zeitraum von zehn Jahren gezahlt wird. Das Baukindergeld wird flächende-
5148 ckend bis zu einer Einkommensgrenze von 75.000 Euro zu versteuerndem Haus-
5149 haltseinkommen pro Jahr und zusätzlich 15.000 Euro pro Kind gewährt.
5150
5151 Wir wollen ein Bürgschaftsprogramm der KfW einführen, mit dem ein Anteil des
5152 Kaufpreises bzw. der Baukosten selbstgenutzten Wohneigentums abgesichert wird.
5153 Dadurch kann das beim Erwerb notwendige Eigenkapital gesenkt werden. Die Bürg-
5154 schaft soll für 20 Jahre gelten.
5155
5156 Wir prüfen einen Freibetrag bei der Grunderwerbsteuer beim erstmaligen Erwerb von
5157 Wohngrundstücken für Familien ohne Rückwirkung beim Länderfinanzausgleich.
5158
5159 Nach Abschluss der Prüfarbeiten durch Bund und Länder werden wir eine effektive
5160 und rechtssichere gesetzliche Regelung umsetzen, um missbräuchliche Steuerge-
5161 staltungen bei der Grunderwerbsteuer mittels Share Deals zu beenden. Die gewon-
5162 nenen Mehreinnahmen können von den Ländern zur Senkung der Steuersätze ver-
5163 wendet werden.
5164
5165 Die Wohnungsbauprämie behalten wir als Anreizinstrument insbesondere für junge
5166 Menschen, frühzeitig mit der Ansparphase zu beginnen, bei. Wir wollen sie attraktiver
5167 gestalten. Dazu wollen wir die Einkommensgrenzen an die allgemeine Einkommens-
5168 und Preisentwicklung anpassen und den Prämiensatz erhöhen.
5169
5170 Der Bund nimmt für seine Beschäftigten insbesondere in Gebieten mit angespannten
5171 Wohnungsmärkten die Wohnungsfürsorge verstärkt wahr.
5172

5173 Ältere Menschen und Menschen mit Behinderungen benötigen barrierefreie und bar-
5174 rierearme Wohnungen und ein Wohnumfeld, in dem sie möglichst lange selbstbe-
5175 stimmt leben können. Deshalb wollen wir das KfW-Programm „Altersgerecht Umbau-
5176 en“ verstetigen. Zugleich wollen wir die Wiedereinführung der Kreditvariante des
5177 KfW-Programms „Altersgerecht Umbauen“ mit Bundesmitteln ebenso prüfen wie eine
5178 finanzielle Unterstützung des KfW-Programms „Barrierearme Stadt“.

5179
5180 Das erfolgreiche KfW-Förderprogramm „Kriminalprävention durch Einbruchssiche-
5181 rung“ wollen wir ebenfalls verstetigen. Von der Förderung sollen Eigentümer, Mieter
5182 und private Kleinvermieter auch von Mehrfamilienhäusern, profitieren. Zudem wollen
5183 wir die Förderung von Maßnahmen zur Kriminalprävention auf den Neubau auswei-
5184 ten.

5185
5186 Wir werden die Regelungen des Wohnungseigentumsrechts reformieren und mit dem
5187 Mietrecht harmonisieren, um die Vorbereitung und Durchführung von Beschlüssen
5188 der Wohnungseigentümer über bauliche Maßnahmen insbesondere in den Bereichen
5189 Barrierefreiheit, energetische Sanierung, Förderung von Elektromobilität und Ein-
5190 bruchsschutz zu erleichtern.

5191
5192 Wir wollen das Engagement von Genossenschaften, kommunalen und kirchlichen
5193 Wohnungsunternehmen, nicht gewinnorientierten Initiativen und Stiftungen für den
5194 Neubau und eine sozialverträgliche Sanierung im Sinne einer Gemeinwohlorientie-
5195 rung unterstützen. Wir wollen dazu gezielt langfristige Finanzierungen
5196 und Bürgschaften über 20 Jahre durch die KfW zur Verfügung stellen. Mit Beratung,
5197 weiteren innovativen Finanzierungsmodellen und einem Austausch guter Beispiele
5198 wollen wir auch Neugründungen in diesem Feld unterstützen.

5199
5200 Wir wollen eine Anpassung des Wohngeldes an die jeweiligen allgemeinen und indi-
5201 viduellen Lebensbedingungen vornehmen. Die Veränderung der maßgeblichen Krite-
5202 rien wollen wir regelmäßig prüfen.

5203
5204 Die Einführung einer Klimakomponente beim Wohngeld erfolgt nach Vorlage eines
5205 mit den Ländern inhaltlich und finanziell abgestimmten Modells.

5206

5207 **2. Mieten**

5208 Wir werden durch gesetzliche Mindestanforderungen eine standardisierte Gestaltung
5209 qualifizierter Mietspiegel sichern. Unser Ziel ist es, eine repräsentative und differen-
5210 zierte Qualität dieses Instruments zur rechtssicheren und zuverlässigen Abbildung
5211 der Vergleichsmiete zu gewährleisten. Wir wollen erreichen, dass die tatsächlichen
5212 Marktverhältnisse auf zuverlässiger Datengrundlage differenziert dargestellt werden.

5213

5214 Die Ausgestaltung der neuen Vorgaben für qualifizierte Mietspiegel erfolgt so, dass
5215 die für die Erstellung und Fortschreibung anfallenden Kosten für die Gemeinden
5216 möglichst gering bleiben.

5217

5218 Dazu werden wir den Bindungszeitraum für einen qualifizierten Mietspiegel von zwei
5219 auf drei Jahre verlängern. Dadurch wird zugleich der Mietenanstieg gedämpft.

5220

5221 Die Verlängerung des Betrachtungszeitraums wird geprüft.

5222

5223 Der einfache Mietspiegel soll insbesondere in kleineren Städten und Gemeinden als
5224 Instrument der Orientierung und des Rechtsfriedens stärker zu Anwendung kommen.

5225
5226 Wir wollen mit einer gesetzlichen Auskunftspflicht des Vermieters bezüglich der Vor-
5227 miete – wenn sich der Vermieter bei der Begründung des Mietverhältnisses auf diese
5228 beruft – mehr Transparenz bei der Mietpreisbremse erreichen.

5229
5230 Die Mietpreisbremse wird frühzeitig bis Ende 2018 auf Geeignetheit und Wirksamkeit
5231 bewertet. Dabei werden die praktische Bedeutung und die Erkenntnisse aus der
5232 Rechtsprechung berücksichtigt.

5233
5234 Wir werden die Anforderungen an eine qualifizierte Rüge des Mieters bezüglich der
5235 Miethöhe erleichtern. Künftig soll eine einfache Rüge der Miethöhe ausreichen.

5236
5237 Wir wollen Mieter besser vor bewusstem Missbrauch bei der Ankündigung und der
5238 Durchführung von Modernisierungsmaßnahmen schützen. Das gezielte Herausmo-
5239 dernisieren wird künftig den Tatbestand einer Ordnungswidrigkeit erfüllen und für
5240 Mieter Schadensersatzansprüche begründen.

5241
5242 In Gebieten geltender Kappungsgrenze für Mieterhöhungen wird die Modernisie-
5243 rungsumlage auf acht Prozent abgesenkt. Diese Regelung wird auf fünf Jahre befris-
5244 tet und zum Laufzeitende überprüft.

5245
5246 Wir wollen verhindern, dass Mieter durch Modernisierungsmaßnahmen unverhält-
5247 nismäßig belastet werden. Die monatliche Miete darf künftig nach einer Modernisie-
5248 rung nicht um mehr als drei Euro pro Quadratmeter Wohnfläche innerhalb von sechs
5249 Jahren erhöht werden (Kappungsgrenze).

5250
5251 Für kleinere Modernisierungen werden wir ein optionales, vereinfachtes Mieterhö-
5252 hungsverfahren einführen, bei dem die formellen Anforderungen an die Ankündigung
5253 abgesenkt werden und ein maximaler Betrag von 10.000 Euro unter Berücksichti-
5254 gung eines Instandhaltungsanteils von 30 Prozent umgelegt werden kann.

5255
5256 Wir werden die neuen mietrechtlichen Regelungen innerhalb des Gesetzespaketes
5257 zur Wohnraumoffensive auf den Weg bringen.

5258
5259 **3. Stadtentwicklung und Baukultur**

5260 Wir sorgen dafür, dass zwischen Städten und ländlichen Regionen keine Kluft
5261 entsteht, dass die Menschen in diesem Land unabhängig von ihrem Wohnort
5262 gleichwertige Entwicklungschancen haben.

5263
5264 Unser Ziel ist, die ländlichen Räume weiter zu stärken und Regionen und Städte
5265 zukunftsfest zu machen. Dazu gehören Investitionen in eine moderne Infrastruktur
5266 z. B. in den Bereichen Mobilität, Energie und Digitalisierung, in ein qualitativ
5267 hochwertiges Wohnumfeld und Sicherheit in öffentlichen Räumen.

5268
5269 Die Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern und Unternehmen an den Prozessen
5270 der Stadtentwicklung wollen wir stärken und eine bessere Beteiligung von Privaten
5271 an der Städtebauförderung erreichen.

5272

5273 Dazu unterstützen wir seit Jahrzehnten die Kommunen mit der Städtebauförderung.
5274 Mit Blick auf die sich örtlich und inhaltlich stetig verändernden Aufgaben der Stadt-
5275 entwicklung ist diese Förderung auch zukünftig unverzichtbar. Wir wollen die Städte-
5276 bauförderung daher als ein eigenständiges, eng an lokalen Problemlagen orientiertes
5277 Förderinstrument neben den Gemeinschaftsaufgaben beibehalten. Wir wollen die
5278 Städtebauförderung inklusive des Investitionspaktes „Soziale Integration im Quartier“
5279 mindestens auf dem derzeitigen Niveau fortführen. Wir werden die Programme flexi-
5280 bilisieren, entbürokratisieren und weiterentwickeln.
5281
5282 Wir werden mit den Ländern die der Städtebauförderung zu Grunde liegende Grund-
5283 vereinbarung neu verhandeln und wollen dabei den Verfügungsrahmen für gewährte
5284 Mittel der Städtebauförderung verlängern.
5285
5286 Zur Vorbereitung einer Weiterentwicklung der Städtebauförderung wollen wir Modell-
5287 projekte gemeinsam mit einzelnen, unterschiedlich großen Kommunen realisieren,
5288 die beispielhaft Modernisierungs- und Anpassungsstrategien für den klimagerechten
5289 Umbau, Infrastruktur für neue Mobilitätsformen, für Nachverdichtung und Nebenei-
5290 nander von Sport, Wohnen, Freizeit und Gewerbe und den sozialen Zusammenhalt
5291 entwickeln.
5292
5293 Vor allem zur Unterstützung von Wohnungsbau prüfen wir die Sanierung und Her-
5294 richtung von Industriebrachen als eigenen Förderschwerpunkt. Unabhängig davon
5295 werden wir zur Förderung der Revitalisierung von Industrie- und Konversionsbrach-
5296 flächen das Bundesimmissionsschutzgesetz und damit in Verbindung stehende
5297 technische Anleitungen auf Anpassungsbedarfe in Bezug auf bestehende Hindernisse
5298 bei der Brachflächenaktivierung überprüfen und bis 2021 bestehende Hemmnisse
5299 beseitigen.
5300
5301 Das Programm „Nationale Projekte des Städtebaus“ wollen wir fortführen.
5302
5303 Wir werden die ressortübergreifende Zusammenarbeit ausbauen. Gemeinsam mit
5304 Ländern und Kommunen wollen wir ehrenamtliches Engagement und gemeinwohl-
5305 orientierte Initiativen stärken. Dafür wollen wir bestehende Rechtsgrundlagen sowie
5306 Finanzierungs- und Beratungsinstrumente überprüfen und wo nötig verbessern.
5307
5308 Die Nationale Stadtentwicklungspolitik wollen wir als Förderinstrument für innovative,
5309 modellhafte Lösungen in der Stadtentwicklung stärken. Wir wollen Projektförderun-
5310 gen auf dem Feld der nachhaltigen Stadtentwicklung auch im Rahmen der Internati-
5311 onalen Klimaschutzinitiative (IKI) erheblich ausweiten. Wir wollen das World Urban
5312 Forum 2022 in Deutschland ausrichten.
5313
5314 Wir wollen Städte, Kreise und Gemeinden bei der digitalen Modernisierung und Ent-
5315 wicklung zu Smart Cities aktiv begleiten. Dazu werden wir die Dialogplattform „Smart
5316 Cities“ fortsetzen und zukunftsfähige Modellprojekte in Deutschland fördern.
5317
5318 Die Bundesstiftung Baukultur wollen wir als wichtige Institution zur Förderung der
5319 Baukultur ausbauen. Mit der Wiedererrichtung der Schinkel'schen Bauakademie
5320 werden wir ein nationales und internationales Schaufenster für Architektur, Baukunst,
5321 Handwerk und Stadtentwicklung schaffen. Das zum Erhalt der „Weißen Stadt“ Tel
5322 Aviv als deutsch-israelische Kooperation in Tel Aviv eingerichtete Architektur- und
5323 Denkmalschutzzentrum unterstützen wir weiter finanziell und organisatorisch.

5324 Die Arbeit der unabhängigen Historikerkommission zur Erforschung der NS-
5325 Vergangenheit der für Stadtentwicklung, Wohnungswesen und Bauen zuständigen
5326 Institutionen werden wir unterstützen und wollen die für das Projekt notwendigen Mit-
5327 tel bereitstellen.

5328

5329 **4. Innovation und Wirtschaftlichkeit beim Bauen**

5330 Der Bausektor ist einer der größten Arbeitgeber in Deutschland und auch im interna-
5331 tionalen Vergleich leistungs- und innovationsstark. Wir wollen die internationale
5332 Wettbewerbsfähigkeit des Baubereiches stärken, die Qualifizierung und Ausbildung
5333 von Fachkräften verbessern, der Bauwirtschaft Planungssicherheit für Kapazitäts-
5334 und Beschäftigungsaufbau geben, sie unterstützen bei der Suche nach innovativen
5335 Lösungen und die Bauverwaltungen leistungsfähiger machen. Das Potenzial für
5336 wettbewerbsfähige und wirtschaftliche Lösungen insbesondere beim klimagerechten,
5337 ressourcenschonenden und bezahlbaren Bauen wollen wir erschließen.

5338

5339 Wir wollen für die Erreichung der Klimaziele und zur Beschleunigung der Energie-
5340 wende im Wärmesektor die Energieeffizienz und den Einsatz Erneuerbarer Energien
5341 im Gebäudebereich weiter voranbringen. Dabei gelten für uns weiterhin die Grund-
5342 sätze der Wirtschaftlichkeit, der Technologieoffenheit, der Vereinfachung sowie der
5343 Freiwilligkeit. Die anzustrebenden CO₂-Einsparungen können auch auf Quartiers-
5344 ebene bilanziert werden.

5345

5346 Wir werden das Ordnungsrecht entbürokratisieren und vereinfachen und die Vor-
5347 schriften der EnEV, des EnergieeinsparG und des EEWärmeG in einem modernen
5348 Gebäudeenergiegesetz zusammenführen und damit die Anforderungen des EU-
5349 Rechts zum 1. Januar 2019 für öffentliche Gebäude und zum 1. Januar 2021 für alle
5350 Gebäude umsetzen. Dabei gelten die aktuellen energetischen Anforderungen für Be-
5351 stand und Neubau fort. Wir wollen dadurch insbesondere den weiteren Kostenauf-
5352 trieb für die Mietpreise vermeiden. Zusätzlich werden wir den Quartiersansatz einfüh-
5353 ren. Mögliche Vorteile einer Umstellung künftiger gesetzlicher Anforderungen auf die
5354 CO₂-Emissionen werden wir prüfen. Die mögliche Umstellung soll spätestens bis
5355 zum 1. Januar 2023 eingeführt werden.

5356

5357 Die Förderung der energetischen Gebäudesanierung wollen wir fortführen und die
5358 bestehenden Programme überarbeiten und besser aufeinander abstimmen. Dabei
5359 wollen wir erreichen, dass jeder eingesetzte öffentliche Euro dazu beiträgt, möglichst
5360 viel CO₂ einzusparen.

5361

5362 Wir wollen das CO₂-Gebäudesanierungsprogramm fortsetzen. Der Austausch von
5363 alten, ineffizienten Heizungsanlagen gegen moderne, hocheffiziente Heizungen
5364 (auch Brennwertkessel) wird weiterhin zur Erreichung unserer Klimaziele gefördert.

5365

5366 Wir wollen die energetische Gebäudesanierung steuerlich fördern. Dabei werden wir
5367 für die Antragsteller ein Wahlrecht zwischen einer Zuschussförderung und einer Re-
5368 duzierung des zu versteuernden Einkommens vorsehen.

5369

5370 Die Vorbildfunktion der öffentlichen Hand im Gebäudebereich nehmen wir ernst. Wir
5371 wollen einen Gebäudeeffizienzerlass sowie einen energetischen Sanierungsfahrplan
5372 Bundesliegenschaften beschließen und im Rahmen der Finanzplanung konsequent
5373 umsetzen. Dabei sind die Klimaschutzziele unter Beachtung des Wirtschaftlichkeits-
5374 gebots und der Kosteneffizienz zu erreichen.

5375 Die Energieberatung wollen wir ausbauen und adressatengerechter gestalten.
5376
5377 Die Innovationen bei der Gebäudetechnik werden immer schneller. Die Technologie
5378 von morgen muss auch künftig ihre Chance im Wettbewerb haben. Deshalb wollen
5379 wir bei der Erarbeitung der Maßnahmen zur Erreichung der Klimaziele im Gebäu-
5380 debereich technologische Innovationen besonders fördern.
5381
5382 Die öffentlichen Bauleistungen sind ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Sie fördern insbe-
5383 sondere den Mittelstand. Die Vergabe- und Vertragsordnung für Bauleistungen
5384 (VOB) als faire, wettbewerbsneutrale und von allen Bauverbänden getragene Verfah-
5385 rensregelung garantiert gute Bauleistungen. Sie ist zu sichern und anwenderorien-
5386 tiert weiterzuentwickeln.
5387
5388 Die Arbeit der im Rahmen des „Bündnisses für bezahlbares Wohnen und Bauen“
5389 eingesetzten Baukostensenkungskommission wird fortgesetzt. An den zur Umset-
5390 zung ihrer Empfehlungen eingeleiteten Maßnahmen für die Begrenzung der Baukos-
5391 ten wird weitergearbeitet. Wir werden Maßnahmen vermeiden, die die Schaffung von
5392 Wohnraum verteuern. Normen müssen auf ihren Nutzen überprüft und auf ihren er-
5393 forderlichen Umfang reduziert werden. Durch Abschaffung überflüssiger Vorschriften
5394 auf allen Ebenen wollen wir Kostensenkungspotenziale erschließen. Wir setzen uns
5395 dafür ein, dass für jede neue Normung im Bereich des Bauens eine Folgeabschät-
5396 zung für die Kosten des Bauens und Wohnens vorgenommen wird, die zur Entschei-
5397 dungsgrundlage über die Einführung einer Normung gemacht und öffentlich zugäng-
5398 lich (Internetportal) dokumentiert wird. Wir streben eine stärkere Harmonisierung des
5399 Bauordnungsrechts im Einklang mit den Ländern an, insbesondere beim Brand-
5400 schutz. Das serielle und modulare Bauen soll im Rahmen des Forschungspro-
5401 gramms „Zukunft Bau“ weiterentwickelt und in Modellprojekten erprobt werden. Wir
5402 wollen die Länder dabei unterstützen, referenzielle Baugenehmigungen einzuführen.
5403
5404 Wir wollen eine gemeinsame Initiative mit der Bauwirtschaft und weiteren betroffenen
5405 Partnern anschieben, um ein Maßnahmenbündel gegen Arbeitskräftemangel zu ent-
5406 wickeln.
5407
5408 Das Reformprogramm für den Bundesbau ist zügig umzusetzen. Innerhalb der Bun-
5409 desregierung ist das Bauministerium zuständig für den Bundesbau und die für den
5410 Bund tätigen Bauverwaltungen. Das Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung
5411 (BBR) soll gestärkt und mit dem für die Qualitätssicherung des Bundesbaus notwen-
5412 digen Personal ausgestattet werden.
5413
5414 Der zunehmenden Gefährdung von In- und Auslandsliegenschaften des Bundes wol-
5415 len wir mit einem verbesserten baulichen Schutz insbesondere bei deutschen Vertre-
5416 tungen in Ländern mit hohem Gefährdungspotenzial begegnen.
5417
5418 Wir wollen die Digitalisierung des Planens und Bauens in der gesamten Wertschöp-
5419 fungskette Bau vorantreiben und dabei die Interessen des Mittelstands und kleinerer
5420 Planungsbüros berücksichtigen. Dazu gehört die Weiterentwicklung des Building In-
5421 formation Modelling (BIM) für alle Planungs- und Baudisziplinen. Bei Baumaßnah-
5422 men des Bundes wollen wir BIM verstärkt zum Einsatz bringen.
5423
5424 Die Honorarordnung für Architekten und Ingenieure (HOAI) ist ein unverzichtbares
5425 Instrument zur Sicherung von Bauqualität und Baukultur und Voraussetzung eines

5426 fairen Leistungswettbewerbs. Wir werden uns für den Erhalt in Deutschland auf eu-
5427 ropäischer Ebene einsetzen. Wir wollen die hohe Qualität der Ausbildung von Archi-
5428 tekten und Ingenieuren auch künftig sicherstellen.

5429
5430 Die Forschungsinitiative Zukunft Bau wollen wir fortsetzen und mit Blick auf die The-
5431 men Klimaschutz und CO₂-neutrale Gebäudekonzepte, studentisches Wohnen, be-
5432 zahlbares Bauen, Digitalisierung und Holzbau entsprechend weiterentwickeln. Beim
5433 Bauen mit Holz sehen wir weiteres Entwicklungspotenzial und wollen prüfen, mit wel-
5434 chen Maßnahmen bestehende Hürden und Hemmnisse abgebaut werden können.

5435 5436 **5. Heimat mit Zukunft**

5437 Kommunen sind die Heimat der Menschen und das Fundament des Staates. Der
5438 Bund setzt sich intensiv für eine Verbesserung der kommunalen Finanzlage und eine
5439 Stärkung der kommunalen Selbstverwaltung ein. In der letzten Legislaturperiode ha-
5440 ben wir die Kommunen in besonderer Weise unterstützt. Unser Ziel sind gleichwertige
5441 Lebensverhältnisse in handlungs- und leistungsfähigen Kommunen in städtischen
5442 und ländlichen Räumen, in Ost und West.

5443 5444 **Gleichwertige Lebensverhältnisse schaffen**

5445 Ein neues gesamtdeutsches Fördersystem für strukturschwache Regionen, Städte,
5446 Gemeinden und Kreise richtet sich gegen wachsende Ungleichheit zwischen Städten
5447 und Regionen und dient dem Ziel der Herstellung gleichwertiger Lebensverhältnisse
5448 in Deutschland.

5449
5450 Wir werden die Strukturschwächen in ländlichen Räumen, in Regionen, Städten und
5451 Kommunen in allen Bundesländern wirkungsvoll bekämpfen und die Kommunen bei
5452 den Herausforderungen des demografischen Wandels unterstützen, um gleichwertige
5453 Lebensverhältnisse zu schaffen. Wir wollen, dass die Menschen in allen Regionen
5454 einen guten Zugang zu Leistungen der Daseinsvorsorge einschließlich der Bildung
5455 haben. Sie sollen am Aufbau neuer, moderner Infrastrukturen teilhaben. Wir wollen,
5456 dass der Strukturwandel in den Regionen mit hoher Arbeitslosigkeit gelingt und die
5457 wirtschaftlichen Unterschiede weiter abgebaut werden. Wir richten deshalb unsere
5458 Maßnahmen zweck- und bedarfsgerecht auf ländliche und städtische Räume aus
5459 und berücksichtigen dabei die gegenseitigen Wechselbeziehungen. Im Mittelpunkt
5460 stehen Maßnahmen der Daseinsvorsorge sowie eine flächendeckende Gesundheits-
5461 und Pflegeversorgung, Infrastruktur, Mobilitätsangebote und -konzepte, Bildung und
5462 Kultur, Hochschule und Forschung, Breitband- und Mobilfunkausbau, Digitalisierung,
5463 Unternehmens- und Behördenansiedlungen, die Stärkung der regionalen Wirt-
5464 schaftsförderung und Innovationskraft und Fachkräftesicherung. Dem dienen auch eine De-
5465 zentralisierungsstrategie sowie eine Flexibilisierung im Bau-, Planungs- und Raum-
5466 ordnungsrecht.

5467
5468 Wir werden angespannte Situationen in Städten entlasten und den Auswirkungen
5469 des demografischen Wandels in ländlichen Regionen und strukturschwachen Städ-
5470 ten entgegenwirken. Hierzu gehört auch die Bekämpfung der Ursachen und Folgen
5471 europäischer Armutszuwanderung.

5472
5473 Die Bundesregierung wird zusammen mit den Ländern und den kommunalen Spit-
5474 zenverbänden eine Kommission „Gleichwertige Lebensverhältnisse“ einsetzen, die
5475 bis Mitte 2019 konkrete Vorschläge erarbeitet. Hierbei geht es um alle Aspekte der
5476 Daseinsvorsorge genauso wie gezielte Strukturverstärkungen in Ländern und Kom-

5477 munen. Maßnahmen im Sinne der Hilfe zur Selbsthilfe für Kommunen zum Beispiel
5478 mit Altschulden und hohen Kassenkrediten ebenso wie die Altschuldenproblematik
5479 kommunaler Wohnungsbauunternehmen werden in die Prüfung einbezogen.

5480

5481 **Stabile Finanzen für unsere Kommunen**

5482 Die grundgesetzlich garantierte Selbstverwaltung sichert den Kommunen die Hand-
5483 lungsfreiheit. Staatliche Leistungen müssen deshalb auch auf der kommunalen Ebe-
5484 ne auskömmlich finanziert sein. Es gilt der Grundsatz: Wer eine Leistung veranlasst,
5485 muss für ihre Finanzierung aufkommen („Wer bestellt, bezahlt“). Das ist Grundsatz
5486 allen politischen Handelns der Koalitionspartner.

5487

5488 Wir werden alle bisher kommunal entlastend wirksamen Finanzprogramme fortfüh-
5489 ren, sicherstellen und zweck- und bedarfsgerecht anpassen. Dazu gehören u. a. die
5490 Städtebauförderung sowie die bisherigen Programme im Zusammenhang mit Flucht,
5491 Zuwanderung und Integration.

5492

5493 Die kommunalen Steuerquellen werden wir sichern. Die Grundsteuer ist eine unver-
5494 zichtbare Einnahmequelle der Kommunen. Diese wird unter Beachtung der Vorga-
5495 ben des Bundesverfassungsgerichts, der Sicherung des derzeitigen Aufkommens
5496 sowie unter Beibehaltung des kommunalen Hebesatzrechtes neu geregelt.

5497 Durch Schaffung einer Grundsteuer C schaffen wir für die Gemeinden die Möglich-
5498 keit, die Verfügbarmachung von bebaubaren Grundstücken für Wohnbauzwecke zu
5499 verbessern.

5500 **Förderprogramme mit neuen Akzenten fortsetzen**

5501 Wir werden die Städtebauförderung fortsetzen und mit Blick auf die Förderung von
5502 strukturschwachen Regionen, einer Stärkung von interkommunalen Kooperationen
5503 und Stadt-/Umlandpartnerschaften weiterentwickeln. Ein Schwerpunkt liegt dabei –
5504 unter Berücksichtigung der ländlichen Regionen – auf der Belegung von Orts- und
5505 Stadtkernen.

5506

5507 Erfolgreiche Modellvorhaben zur ländlichen Entwicklung werden wir zügig in die Re-
5508 gelförderung überführen und diese auch für die Unterstützung der Akteure vor Ort
5509 öffnen. Die Übernahme dieses Verfahrens für städtische Räume werden wir prüfen.

5510

5511 Die im Programm Soziale Stadt begonnene ressortübergreifende Zusammenarbeit
5512 werden wir mit einer besseren Abstimmung von Förderprogrammen und
5513 -instrumenten fortsetzen.

5514

5515 **Kommunale Daseinsvorsorge sichern**

5516 Wir sind uns der Bedeutung des steuerlichen Querverbundes für die Finanzierung
5517 kommunaler Daseinsvorsorge bewusst. Wir werden uns deshalb weiterhin, gegebe-
5518 nenfalls auch durch Anpassung der relevanten Gesetze, für dessen dauerhaften Er-
5519 halt einsetzen.

5520

5521 Der Bund setzt sich weiterhin für die Absicherung und Stärkung der kommunalen
5522 Daseinsvorsorge sowie für Chancengleichheit gegenüber privaten Unternehmen in
5523 den Märkten zur Infrastrukturbereitstellung im Europäischen Binnenmarkt und bei
5524 Freihandelsabkommen ein.

5525

5526 **Stärkung der Zivilgesellschaft und des Ehrenamts**

5527 Ein starkes Ehrenamt und ausgeprägtes bürgerschaftliches Engagement sind Mar-
5528 kenzeichen unseres Landes. Millionen von Menschen sind freiwillig für das Gemein-
5529 wohl aktiv – vom individuellen Engagement bis zum Ehrenamt, z. B. in Sportverei-
5530 nen, Kirchen, Stiftungen, Vereinen, Migrantenorganisationen und der Wohlfahrtspfle-
5531 ge. In ländlichen Regionen ist das Ehrenamt eine tragende Säule eines lebendigen
5532 und funktionierenden Gemeinwesens. Dieses ehrenamtliche und bürgerschaftliche
5533 Engagement für alle Generationen verdient Anerkennung und Wertschätzung. Wir
5534 werden es herausgehoben in der Bundesregierung verankern und durch konkrete
5535 Maßnahmen unterstützen und stärken.

5536
5537 Um diese Kultur des zivilgesellschaftlichen Engagements und des Ehrenamts zu för-
5538 dern und zu stärken, wollen wir:

- 5539 • bestehende Regelungen entbürokratisieren, die digitalen Kompetenzen stärken
5540 und konkrete Hilfestellungen für eine entsprechende Organisationsentwicklung der
5541 Verbände, Vereine und Stiftungen leisten. Eine Ehrenamtsstiftung oder eine Ser-
5542 vice-Agentur kann dabei helfen,
- 5543 • den rechtlichen Rahmen für ehrenamtliche Betätigung und soziales Unternehme-
5544 rum weiter verbessern sowie
- 5545 • das Gemeinnützigkeitsrecht verbessern. Insbesondere streben wir im Hinblick auf
5546 die Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs zur Eintragungsfähigkeit von Verei-
5547 nen mit wirtschaftlichem Geschäftsbetrieb im Interesse von bürgerschaftlichen Ini-
5548 tiativen Verbesserungen im Vereinsrecht an. Zudem werden wir das Stiftungsrecht
5549 auf Grundlage der Vorschläge der Bund-Länder-Arbeitsgruppe „Stiftungsrecht“
5550 ändern,
- 5551 • Bundesfreiwilligendienst und Jugendfreiwilligendienste in ihrer Bandbreite aus-
5552 bauen und stärken, ehrenamtliche und gemeinnützige Organisationen mit innova-
5553 tiven und sozialen Ideen und nachweislichem gesellschaftlichen, ökologischem
5554 oder wirtschaftlichem Nutzen in ihrer Start- und Wachstumsphase unterstützen.
5555 Den Zugang für Menschen mit Behinderungen und für Benachteiligte wollen wir in
5556 den Jugendfreiwilligendiensten und dem Bundesfreiwilligendienst ausweiten,
- 5557 • initiieren, dass in Kooperation mit den Bundesländern, Wohlfahrtsverbänden und
5558 Kommunen insbesondere Grundschulkindern in Ganztagsbetreuung gezielt an eh-
5559 renamtliche Tätigkeit herangeführt werden,
- 5560 • zur besseren Förderung von bürgerschaftlichem und ehrenamtlichem Engagement
5561 Ehrenamtliche steuerlich entlasten sowie Hauptamtliche zu ihrer Entlastung ver-
5562 mehrt einsetzen.

5563
5564 Gesellschaft und Demokratie leben von Gemeinschaft. Familiäre Bindung und ein
5565 stabiles Netz mit vielfältigen sozialen Kontakten fördern das individuelle Wohlerge-
5566 hen und verhindern Einsamkeit. Angesichts einer zunehmend individualisierten, mo-
5567 bilen und digitalen Gesellschaft werden wir Strategien und Konzepte entwickeln, die
5568 Einsamkeit in allen Altersgruppen vorbeugen und Vereinsamung bekämpfen.

5569
5570 Die Kirchen, Religions- und Weltanschauungsgemeinschaften stiften Identität und
5571 vermitteln Werte. Sie leisten einen wichtigen Beitrag zum Zusammenhalt unserer
5572 Gesellschaft in Deutschland und Europa. Darüber hinaus sind sie wichtige Stützen im
5573 Bildungs- und Sozialwesen mit Kindertageseinrichtungen und Schulen, mit Kranken-
5574 häusern und Pflegeeinrichtungen.

5575

5576 Wir wollen den Dialog und die Zusammenarbeit des Staates mit den Kirchen, Religi-
5577 ons- und Weltanschauungsgemeinschaften verstärken. Dies gilt insbesondere auch
5578 mit Blick auf die Integration der Muslime in Deutschland.

5579
5580 Wir wollen eine teilhabeorientierte Gesellschaftspolitik für alle Menschen – ob mit
5581 oder ohne Migrationshintergrund. Deshalb werden wir die Jugendmigrationsdienste
5582 sowie Zugangsmöglichkeiten und Beteiligungschancen bei zivilgesellschaftlichem
5583 Engagement auch für Migrant*innenorganisationen stärken.

5584
5585 **Stärkung der Demokratie und Extremismusprävention**
5586 Die Stärkung der freiheitlichen Demokratie muss allen am Herzen liegen. Deshalb
5587 wollen wir Maßnahmen zur Stärkung der Demokratie und der Zivilgesellschaft um-
5588 setzen, um das zivilgesellschaftliche Engagement gegen jede Form von Extremismus
5589 weiter zu stärken. Dazu gehören:

- 5590
- 5591 • Nachhaltige Absicherung von qualitativ guten Programmen zur Demokratieförde-
5592 rung und Extremismusprävention.
 - 5593 • Ausbau unserer erfolgreichen Programme gegen Rechtsextremismus, gegen
5594 Linksextremismus, gegen Antisemitismus, gegen Islamismus und Salafismus.
 - 5595 • Stärkung politischer und kultureller Bildung. Darüber hinaus unterstützen wir das
5596 „Forum Recht“ als dauerhafte Einrichtung des Bundes mit Hauptsitz in Karlsruhe.
5597 Ziel ist, den Bürgerinnen und Bürgern den Rechtsstaat im Sinne einer gewachsen-
5598 en Rechtskultur als unverzichtbaren Teil unseres Zusammenlebens näherzubrin-
5599 gen.
 - 5600 • Im Jahr 2019 werden wir 100 Jahre Demokratie in Deutschland und 100 Jahre
5601 Frauenwahlrecht feiern sowie an 70 Jahre Grundgesetz und 30 Jahre Friedliche
5602 Revolution erinnern.
 - 5603 • Unsere Geschichte mahnt uns, antidemokratischem, rassistischem und nationalis-
5604 tischem Gedankengut entschieden zu begegnen. Die Empfehlungen der NSU-
5605 Untersuchungsausschüsse bleiben für die präventive Arbeit gegen Rechtsextre-
5606 mismus handlungsleitend. Das Nationale Präventionsprogramm gegen islamisti-
5607 schen Extremismus wollen wir über das Jahr 2018 hinaus fortführen.
 - 5608 • Ausbau der Koordinierung der Maßnahmen zur Extremismusprävention von Bund
5609 und Ländern und Weiterentwicklung auf Grundlage von externen Forschungs- und
5610 Evaluierungsergebnissen.
 - 5611 • Wir verurteilen Rassismus und Diskriminierung in jeder Form. Die Arbeit der Anti-
5612 diskriminierungsstelle wird fortgesetzt. Entsprechende Aktionspläne werden wir
5613 fortführen und weiterentwickeln.
 - 5614 • Wir werden eine/n Beauftragte/n der Bundesregierung für jüdisches Leben in
5615 Deutschland und den Kampf gegen Antisemitismus einsetzen. Ferner wollen wir
5616 eine Expertenkommission zum Thema Antiziganismus einsetzen.
 - 5617 • Wir wollen die Erinnerungskultur und die Rehabilitierung der Opfer des SED-
5618 Unrechtregimes weiterentwickeln und die Fristen für die Beantragung nach den
5619 Rehabilitierungsgesetzen im Einvernehmen mit den Bundesländern aufheben. Wir
5620 werden prüfen, inwieweit die bestehenden rechtlichen Grundlagen für die DDR-
5621 Heimkinder verbessert werden können.
 - 5622 • Mit einer Kampagne für den Rechtsstaat wollen wir dessen Bedeutung für jede
5623 Einzelne und jeden Einzelnen stärker in das Bewusstsein rücken.
 - 5624 • Die „Deutsche Stiftung für internationale rechtliche Zusammenarbeit e. V.“ leistet
5625 einen unverzichtbaren Beitrag für die Rechtsstaatsförderung im Ausland. Ihre Ar-
5626 beit wollen wir weiter fördern.

- 5627 • Eine Kampagne initiieren, die private und öffentliche Arbeitgeber ermuntert, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die Wahrnehmung des Ehrenamtes zu unterstützen, und dabei bei den Bundesbediensteten mit gutem Beispiel voranzugehen.
- 5628
- 5629
- 5630 • Für eine bessere Vereinbarkeit von Erwerbs- und Familienarbeit sowie Ehrenamt
- 5631 speziell im Katastrophenschutz Hürden abbauen.
- 5632

5633 Der Gewalt gegen Polizeibeamtinnen und -beamte, Rettungskräfte und anderen Re-

5634 präsentantinnen und Repräsentanten des Staates sowie gegen ehrenamtliche Enga-

5635 gierte muss auf allen Ebenen konsequent entgegengewirkt werden.

5636

5637 **6. Lärmschutz und Bürgerbeteiligung**

5638 Lärm ist in unserem dichtbevölkerten Land ein großes Problem. Den durch Mobilität

5639 verursachten Lärm wollen wir deutlich reduzieren. Wir werden die Bürger frühzeitiger

5640 bei Verkehrsprojekten beteiligen und eine Gesamtlärbetrachtung einführen. Wir

5641 werden ein verkehrsträgerübergreifendes Lärmkonzept erstellen.

5642

5643 Wir wollen die ausreichende Finanzausstattung des Lärmsanierungsprogramms an

5644 Bundesfernstraßen in der Baulast des Bundes sicherstellen.

5645

5646 Wir wollen bei deutlicher Verkehrszunahme auch an Bestandsstrecken der Schiene

5647 und an Fernstraßen in Baulastträgerschaft des Bundes flexibel erhöhte Lärmschutz-

5648 maßnahmen ergreifen.

5649

5650 Der Schienenlärm soll bis 2020 halbiert werden. Wir setzen uns für das Verbot lauter

5651 Güterwagen auch auf EU-Ebene ein. Das lärmabhängige Trassenpreissystem werden

5652 wir weiterentwickeln. Wir wollen die Forschung, Entwicklung und Markteinfüh-

5653 rung von innovativen Lärmvermeidungstechniken sowie von lärmarmen Güterwagen

5654 fördern. In Ergänzung zur Umrüstung von Waggons soll ein Innovationsbonus für die

5655 Neuanschaffung und den Umbau von Triebwagen und Lokomotiven gewährt werden.

5656

5657 Bei der Gestaltung von Lärmschutzmaßnahmen im Schienenverkehr sollen insbe-

5658 sondere die jeweiligen Anforderungen an Sanierungsabschnitte mit besonderer Be-

5659 deutung für die Tourismus- oder Gesundheitswirtschaft berücksichtigt werden. Wir

5660 prüfen zudem, ob das freiwillige Lärmsanierungsprogramm und die Lärmaktionspla-

5661 nung nach der EU-Umgebungslärmrichtlinie stärker miteinander verschränkt werden

5662 können. Wir wollen die Förderung für freiwilligen Lärmschutz an der Schiene erhö-

5663 hen. An Bahnstrecken werden weitere Messstationen für ein umfassendes Lärmmo-

5664 nitoring eingerichtet.

5665

5666 Wir wollen beim Ausbau des Schienennetzes die Bürger frühzeitig beteiligen und ein

5667 strukturiertes Verfahren entwickeln, mit dem das Ergebnis der Bürgerbeteiligung au-

5668 tomatisch dem Deutschen Bundestag vorgelegt wird und der Gesetzgeber die Mög-

5669 lichkeit erhält, im Einzelfall für das weitere Planungsverfahren über begründete alter-

5670 native Trassierungen und über das gesetzliche Maß hinausgehende Lärmschutz-

5671 maßnahmen entscheiden zu können.

5672

5673 Die Verschärfung der Lärmzulassungsgrenzwerte für neue Flugzeuge auf internatio-

5674 naler Ebene (ICAO) befürworten wir.

5675

5676 Wir wollen zusätzliche Mittel für die Forschung und Entwicklung neuer lärmarmer

5677 Technologien wie für emissionsarme Flugzeugtriebwerke bereitstellen. Für die Fest-

5678 legung der Flugrouten setzen wir auf eine verbesserte Transparenz in den Verfahren.
5679 Dabei ist entscheidend, frühzeitig die betroffenen Menschen zu informieren und in
5680 einen Dialogprozess mit allen Beteiligten einzubinden. Die Fluglärnkommisionen
5681 werden wir in ihrer Arbeit unterstützen. Die bestehenden Nachtflugverbote bleiben
5682 erhalten.

5683
5684 Wir wollen im Luftverkehr die zügige Umsetzung lärmarmen Flugverfahren vorantrei-
5685 ben und Anreize für den Einsatz leiserer Flugzeuge setzen. Bei allen Planungen an
5686 Flughafenstandorten müssen die Bürger frühzeitig einbezogen werden. Dabei ist auf
5687 die Nachtruhe für die Bevölkerung rund um den Flughafen in den Verfahren nach
5688 dem Luftverkehrsgesetz weiterhin in besonderem Maße Rücksicht zu nehmen.

5689
5690 Die Lärmgrenzwerte für den Schutz der Menschen rund um die Flughäfen werden wir
5691 nach den gesetzlichen Vorgaben des Fluglärmschutzgesetzes unter Berücksichti-
5692 gung des Standes der Lärmwirkungsforschung und der Luftfahrttechnik überprüfen
5693 und weiterentwickeln.

5694
5695 **7. Personenbeförderungsrecht, ÖPNV und Mobilität im ländlichen Raum**
5696 Wir wollen die individuelle Mobilität der Menschen stärken, neue Angebotsformen zur
5697 Verbesserung des Mobilitätsangebots im ländlichen Raum unterstützen und diese mit
5698 Pilotprojekten erproben.

5699
5700 Wir werden das Personenbeförderungsrecht modernisieren und die Rahmenbedin-
5701 gungen für den öffentlichen Verkehr und neue Bedienformen im Bereich geteilter
5702 Nutzungen (Ride Pooling) an die sich ändernden Mobilitätsbedürfnisse der Men-
5703 schen und neue technischen Entwicklungen anpassen. Neue plattformbasierte digita-
5704 le Mobilitätsangebote brauchen eine rechtssichere Grundlage für ihre Zulassung.
5705 Dabei achten wir darauf, dass ein fairer Ausgleich (level playing field) zwischen den
5706 unterschiedlichen Beförderungsformen gewahrt bleibt. Kommunen müssen entspre-
5707 chende Steuerungsmöglichkeiten erhalten. Gute soziale Rahmenbedingungen zum
5708 Schutz der Beschäftigten sind für uns dabei zentrale Voraussetzung. Sowohl der Ta-
5709 xi- wie auch der Mietwagenbetrieb soll von regulatorischen Entlastungen profitieren.

5710
5711 Für einen attraktiven und in die Zukunft gerichteten ÖPNV wollen wir digitale Informa-
5712 tions- und Vertriebssysteme fördern. Neue Mobilitätsangebote sowie moderne Be-
5713 dienformen und der ÖPNV müssen sich bestmöglich ergänzen.

5714
5715 Wir wollen den erfolgreichen Förderfonds mFUND für die frühe Entwicklung digitaler
5716 Innovationen im Bereich Mobilität fortschreiben und weiterentwickeln. Die mCLOUD
5717 zur offenen Bereitstellung öffentlicher Mobilitäts-, Geo- und Wetterdaten wollen wir
5718 ausbauen und bieten damit Start-ups und Mobilitätsanbietern eine zentrale Plattform.

5719
5720 An den Festlegungen im Personenbeförderungsgesetz für den Vorrang von eigen-
5721 wirtschaftlichen Verkehren im Personennahverkehr halten wir fest.

5722
5723 Im Personenbeförderungsgesetz werden wir klarstellen, dass über die Nahverkehrs-
5724 pläne soziale Standards zum Schutz der Beschäftigten sowie qualitative und ökolo-
5725 gische Standards auch für eigenwirtschaftliche Verkehre gelten.

5726
5727 Wir wollen die Mittel für den Radverkehr als Testlauf aufstocken. Wir wollen damit in
5728 den Radwegebau investieren und die gesetzliche Grundlage schaffen, damit die

5729 Radwege unabhängig vom Verlauf der Bundesstraßen geführt werden können. Zu-
5730 dem wollen wir das Programm für den Bau von Radschnellwegen praxisnaher aus-
5731 gestalten und weitere innovative Projekte fördern, die den Radverkehr in Deutsch-
5732 land verbessern.

5733

5734 Wir werden die Straßenverkehrsordnung mit dem Ziel der Radverkehrsförderung
5735 überprüfen und gegebenenfalls fahrradgerecht fortschreiben einschließlich einer In-
5736novationsklausel für örtlich und zeitlich begrenzte Pilotprojekte. Wir wollen den Nati-
5737onalen Radverkehrsplan 2020 fortschreiben.

5738

5739 Unser Ziel ist eine selbstbestimmte sichere Mobilität von Seniorinnen und Senioren.
5740 Dies wollen wir mit der Förderung freiwilliger Angebote noch stärker unterstützen.

5741 **X. Ein handlungsfähiger und starker Staat für eine freie Gesellschaft**

5742

5743 **1. Pakt für den Rechtsstaat**

5744 Wir werden den Rechtsstaat handlungsfähig erhalten. Dies stärkt auch das Vertrauen
5745 in die rechtsstaatliche Demokratie. Wir werden einen Pakt für den Rechtsstaat auf
5746 Ebene der Regierungschefinnen und -chefs von Bund und Ländern schließen.

5747

5748 **Justiz**

5749 Bestandteil dieses Paktes sind 2000 neue Richterstellen bei den Gerichten der Län-
5750 der und des Bundes sowie entsprechendes Folgepersonal. Die Länder haben mit der
5751 Ausweitung des Justizpersonals bereits begonnen. Die Personalausstattung des Ge-
5752 neralbundesanwalts wird verbessert. Wir werden die Digitalisierung der Justiz in allen
5753 Bereichen konsequent und einheitlich vorantreiben. Wir stärken die digitale und in-
5754 terkulturelle Kompetenz.

5755

5756 Wir wollen das historische Bewusstsein für das nationalsozialistische Unrecht schär-
5757 fen, um aus den dunklen Kapiteln unserer Vergangenheit lernen zu können. Wir sind
5758 uns einig, dass die Auseinandersetzung mit dem nationalsozialistischen Justizun-
5759 recht auch Teil der Juristenausbildung ist.

5760

5761 **Sicherheitsbehörden**

5762 Bund und Länder haben die personelle Ausstattung der Sicherheitsbehörden bereits
5763 vorangebracht. Am Ende dieser Ausbauphase werden insgesamt 15 000 Stellen ge-
5764 schaffen worden sein. Der Bund wird 7 500 zusätzliche Stellen schaffen. Wir wollen
5765 das Bundeskriminalamt als zentrales Datenhaus im polizeilichen Informationsver-
5766 bund etablieren und einen gemeinsamen Investitionsfonds für die IT der deutschen
5767 Polizei schaffen. Im Bereich der Strafverfolgung werden wir den Datenaustausch
5768 zwischen Polizei und Justiz verbessern.

5769

5770 Der Gewalt gegen Polizeibeamtinnen und -beamte, Rettungskräfte und anderen Re-
5771 präsentantinnen und Repräsentanten des Staates muss auf allen Ebenen konse-
5772 quent entgegengewirkt werden.

5773

5774 **Verfahrensrecht**

5775 Wir stärken das Vertrauen in den Rechtsstaat, indem wir die Strafprozessordnung
5776 (StPO) modernisieren und Strafverfahren beschleunigen mit folgenden Maßnahmen:
5777 Wir modernisieren das Selbstleseverfahren. Wir ermöglichen in besonders umfang-
5778 reichen Strafverfahren die gebündelte Vertretung der Interessen von Nebenklägern
5779 durch das Gericht. Wir prüfen die systematische Kodifizierung der Regeln zur Zuläs-
5780 sigkeit von Beweiserhebung und -verwertung. Wir prüfen gesetzgeberischen Hand-
5781 lungsbedarf einer Rechtsgrundlage für die Tatprovokation. Wir unterstützen Einrich-
5782 tungen, in denen Opfer von Gewalttaten ihre Verletzungen anonym dokumentieren
5783 lassen können. Wir vereinfachen weiter die Ablehnungsmöglichkeiten von miss-
5784 bräuchlichen Befangenheits- und Beweisanträgen. Besetzungsrügen sollen künftig in
5785 einem Vorab-Entscheidungsverfahren entschieden werden. Die DNA-Analyse wird im
5786 Strafverfahren auf äußerliche Merkmale (Haar, Augen, Hautfarbe) sowie Alter aus-
5787 geweitet (§ 81e StPO). Wir führen gesetzliche bundeseinheitliche Qualitätsstandards
5788 für Gerichtsdolmetscherinnen und -dolmetscher ein.

5789

5790 **Musterfeststellungsklage**

5791 Durch die Einführung einer Musterfeststellungsklage werden wir die Rechtsdurchset-
5792 zung für die Verbraucherinnen und Verbraucher verbessern.

5793
5794 Wir wollen die Klagebefugnis auf festgelegte qualifizierte Einrichtungen beschränken,
5795 um eine ausufernde Klageindustrie zu vermeiden. Bewährte wirtschaftliche Struktu-
5796 ren sollen nicht zerschlagen werden.

5797
5798 Wir werden drohende Verjährungen zum Jahresende 2018 verhindern und deshalb
5799 das Gesetz (spätestens) zum 1. November 2018 in Kraft treten lassen.

5800
5801 Wir werden für die Einleitung des Verfahrens die schlüssige Darlegung und Glaub-
5802 haftmachung einer Mindestzahl von zehn individualisierten Betroffenen sowie für die
5803 Durchführung des Verfahrens von 50 Anmelderinnen und Anmeldern zum Klagereg-
5804 ister in einer Frist von zwei Monaten festsetzen, um die Effektivität des Verfahrens
5805 für Gerichte und Parteien zu gewährleisten.

5806
5807 Die Feststellungen des Urteils sind für die Beklagte oder den Beklagten und die im
5808 Klageregister angemeldeten Betroffenen bindend. Die Bindungswirkung entfällt nur,
5809 wenn die Anmeldung bis zum Beginn der ersten mündlichen Verhandlung zurückge-
5810 nommen ist.

5811
5812 Mit Blick auf kleine „Streuschäden“ prüfen wir einen Ausschluss von Abtretungsver-
5813 boten für Forderungen in AGB.

5814
5815 **Rechtsdurchsetzung und Schlichtung im Verbraucherschutz**

5816 Wir wollen die vorhandenen Marktwächter durch eine finanzielle Förderung versteti-
5817 gen und auf eine rechtliche Grundlage stellen.

5818
5819 Wir wollen den Missbrauch des bewährten Abmahnrechts verhindern, z. B. durch die
5820 Einschränkung des fliegenden Gerichtsstandes, und so kleine und mittlere Unter-
5821 nehmen sowie Verbraucherinnen und Verbraucher schützen. Zudem wollen wir die
5822 Aufsicht über die Inkassounternehmen verstärken und die Regelungen zum Inkasso-
5823 recht verbraucherfreundlich weiterentwickeln.

5824
5825 Wir erleichtern Verbraucherinnen und Verbrauchern die Rechtsdurchsetzung durch
5826 Digitalisierung, insbesondere bei smart contracts. Deshalb werden wir die Entwick-
5827 lung der automatischen Vertragsentschädigung fördern und rechtssicher gestalten.

5828
5829 Die allgemeine Verbraucherschlichtungsstelle wird dauerhaft zentral vom Bund ge-
5830 tragen werden. Mit den Ländern sollen Gespräche über eine Beteiligung geführt wer-
5831 den.

5832
5833 Wir wollen Verbraucherinnen und Verbraucher besser vor telefonisch untergescho-
5834 benen Verträgen und Kostenfallen schützen.

5835
5836 Wir wollen von der Möglichkeit Gebrauch machen, eine Reparaturklausel im Design-
5837 recht einzuführen und Verbraucherinnen und Verbraucher besser gegen Tachomani-
5838 pulationen schützen.

5839

5840 Im Bauträgerrecht wollen wir vorhandene Schutzlücken durch wirksame Absicherung
5841 des Erwerbers eines Bauträgerobjekts für den Fall der Insolvenz des Bauträgers und
5842 eine Erleichterung der Abnahme bei Gemeinschaftseigentum schließen.

5843

5844 **Weitere Verfahren**

5845 Damit Asylverfahren bei den Verwaltungsgerichten künftig zügiger durchgeführt wer-
5846 den können, werden wir Gesetzesänderungen zur weiteren Verfahrensbeschleuni-
5847 gung, -vereinfachung und -vereinheitlichung prüfen.

5848

5849 Wir wollen Genehmigungsverfahren beschleunigen. Wir werden deshalb das Verwal-
5850 tungsverfahrenrecht auf Möglichkeiten zur Beschleunigung von Genehmigungsver-
5851 fahren prüfen.

5852

5853 Wir erweitern die Wiederaufnahmemöglichkeiten zuungunsten der oder des freige-
5854 sprochenen Angeklagten in Bezug auf die nicht verjähmbaren Straftaten.

5855

5856 Wir werden uns dafür einsetzen, dass der EU Rechtsrahmen für „Justice in Cyber-
5857 space/E-Evidence“, sowohl die schützenswerten Interessen der Dateninhaberinnen
5858 und -inhaber, der Netzgemeinde und der Provider berücksichtigt als auch dem Be-
5859 dürfnis der Strafverfolgungspraxis nach Beschleunigung Rechnung trägt. Insbeson-
5860 dere werden wir uns für die Transparenz der Verfahren und dafür einsetzen, dass
5861 hohe rechtsstaatliche Standards gewährleistet sind.

5862

5863 Wir schaffen eine ausdrückliche gesetzliche Regelung, dass Verfahrensbeteiligte in
5864 Gerichtsverhandlungen ihr Gesicht weder ganz noch teilweise verdecken dürfen, au-
5865 ßer medizinische Gründe sprechen dem entgegen, wenn es zur Identitätsfeststellung
5866 oder zur Beurteilung des Aussageverhaltens notwendig ist.

5867

5868 **Digitales/Cybersicherheit**

5869 Eine erfolgreiche Digitalisierungsstrategie setzt Datensicherheit voraus. Wir wollen,
5870 dass gemeinsam zwischen Bund und Ländern, möglichst sogar in ganz Europa, Si-
5871 cherheitsstandards für die IT-Strukturen und den Schutz der kritischen Infrastruktur
5872 entwickelt werden. Den mit dem IT-Sicherheitsgesetz eingeführten Ordnungsrahmen
5873 werden wir in einem IT-Sicherheitsgesetz 2.0 weiterentwickeln und ausbauen. In die-
5874 sem Zusammenhang werden wir die Herstellerinnen und Hersteller sowie Anbieterin-
5875 nen und Anbieter von IT-Produkten, die neben den kritischen Infrastrukturen von be-
5876 sonderem nationalem Interesse sind, stärker in die Pflicht nehmen.

5877

5878 **Keine Toleranz bei Wirtschaftskriminalität, Einbruchdiebstahl und Organisier- 5879 ter Kriminalität.**

5880 Wir bekämpfen konsequent jede Form von Kriminalität, insbesondere die Organisier-
5881 te Kriminalität. Wohnungseinbrüche führen nicht nur zu materiellen Schäden, son-
5882 dern häufig zu einer Traumatisierung der Opfer. Unseren Kampf gegen Einbrecher
5883 intensivieren wir deshalb weiter, indem wir unseren Sicherheitsbehörden die notwen-
5884 digen Ermittlungsinstrumente zur Verfügung stellen und die in der vergangenen Le-
5885 gislaturperiode beschlossenen Maßnahmen zur Ahndung und Bekämpfung von Ein-
5886 bruchskriminalität konsequent anwenden. Darüber hinaus unterstützen wir die Bürger
5887 dabei, Einbrüche in ihre Wohnungen oder Häuser zu verhindern.

5888

5889 Das KfW-Förderprogramm „Kriminalprävention durch Einbruchsicherung“ ist ein Bei-
5890 spiel für gelungene Prävention. Diese Förderung wollen wir aufstocken und auf Mehr-

5891 familienhäuser erweitern, um flächendeckend Einbruchsschutz von Wohnungen und
5892 Häusern zu erreichen. Wir werden in Abstimmung mit den Ländern Möglichkeiten
5893 prüfen, um den Einbau von Einbruchschutz bei Neubauten zu fördern.
5894

5895 **Unternehmenssanktionen**

5896 Wir wollen sicherstellen, dass Wirtschaftskriminalität wirksam verfolgt und angemessen
5897 geahndet wird. Deshalb regeln wir das Sanktionsrecht für Unternehmen neu. Wir
5898 werden sicherstellen, dass bei Wirtschaftskriminalität grundsätzlich auch die von
5899 Fehlverhalten von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern profitierenden Unternehmen
5900 stärker sanktioniert werden. Bislang liegt es im Ermessen der zuständigen Behörde,
5901 ob auch das betreffende Unternehmen verfolgt wird. Durch die Abkehr vom Opportu-
5902 nitätsprinzip des bislang einschlägigen Ordnungswidrigkeitenrechts sorgen wir für
5903 eine bundesweit einheitliche Rechtsanwendung. Durch klare Verfahrensregelungen
5904 erhöhen wir zudem die Rechtssicherheit der betroffenen Unternehmen. Zugleich
5905 werden wir spezifische Regelungen über Verfahrenseinstellungen schaffen, um der
5906 Justizpraxis die notwendige Flexibilität in der Verfolgung einzuräumen. Wir werden
5907 das Sanktionsinstrumentarium erweitern: Die geltende Bußgeldobergrenze von bis
5908 zu zehn Millionen Euro ist für kleinere Unternehmen zu hoch und für große Konzerne
5909 zu niedrig. Wir werden sicherstellen, dass sich die Höhe der Geldsanktion künftig an
5910 der Wirtschaftskraft des Unternehmens orientiert. Bei Unternehmen mit mehr als
5911 100 Millionen Euro Umsatz soll die Höchstgrenze bei zehn Prozent des Umsatzes
5912 liegen. Zudem schaffen wir weitere Sanktionsinstrumente. Weiterhin schaffen wir
5913 konkrete und nachvollziehbare Zumessungsregeln für Unternehmensgeldsanktionen.
5914 Die Sanktionen sollen auf geeignetem Weg öffentlich bekannt gemacht werden.
5915

5916 Um Rechtssicherheit für alle Beteiligten zu schaffen, werden wir gesetzliche Vorga-
5917 ben für „Internal Investigations“ schaffen, insbesondere mit Blick auf beschlagnahmte
5918 Unterlagen und Durchsuchungsmöglichkeiten. Wir werden gesetzliche Anreize zur
5919 Aufklärungshilfe durch „Internal Investigations“ und zur anschließenden Offenlegung
5920 der hieraus gewonnenen Erkenntnisse setzen.
5921

5922 **Sicherheitsarchitektur/Operative Fähigkeiten**

5923 Wir wollen keine Zonen unterschiedlicher Sicherheit in Deutschland. Dazu gehört die
5924 Erarbeitung eines gemeinsamen Musterpolizeigesetzes (gemäß Innenministerkonfe-
5925 renz-Beschluss).
5926

5927 Wir werden uns dafür einsetzen, dass die Bundespolizei bundesweit im Rahmen der
5928 bestehenden Zuständigkeiten und Aufgaben eingesetzt wird, so auch zur Bekämp-
5929 fung von Straftaten an Kriminalitätsschwerpunkten wie z. B. Bahnhöfen, insbesonde-
5930 re von Alltagskriminalität. Die Bereitschaftspolizeien der Länder sowie des Bundes
5931 sind eine tragende Säule der inneren Sicherheit und sehen sich einer erhöhten Ein-
5932 satzbelastung flächendeckend ausgesetzt. Die erforderliche Verbesserung der Aus-
5933 stattung wird intensiviert.
5934

5935 Die Menschen sollen sich auf unseren Straßen und Plätzen sicher bewegen können.
5936 Deshalb wollen wir die Videoüberwachung an Brennpunkten einsetzen, sie verhält-
5937 nismäßig und mit Augenmaß effektiv ausbauen und dabei auch technisch verbesser-
5938 n. Intelligente Videoüberwachung kann dabei eine Weiterentwicklung sein. Des-
5939 wegen werden wir den laufenden Modellversuch abwarten, prüfen und bewerten.
5940

5941 Private Sicherheitsbetriebe leisten einen wichtigen Beitrag zur Sicherheit. Durch die
5942 Neuordnung der Regelungen für das private Sicherheitsgewerbe in einem eigen-
5943 ständigen Gesetz werden wir die Sicherheitsstandards in diesem Gewerbebereich ver-
5944 bessern und so für noch mehr Sicherheit und Verlässlichkeit sorgen.

5945
5946 Bei der Bekämpfung des Terrorismus wollen wir im Rahmen eines zeitgemäßen und
5947 effektiven Rechts gemeinsame Standards, verbindlichen Umgang, einheitliche Praxis
5948 und klare Zuständigkeitsregelungen. Die Standorte der Bundessicherheitsbehörden
5949 sollen bestehen bleiben. Das Gemeinsame Terrorismusabwehrzentrum (GTAZ) wer-
5950 den wir gemeinsam mit den Ländern als Kooperations- und Kommunikationsplattform
5951 so weiterentwickeln, dass dort Informationen reibungsloser ausgetauscht und ver-
5952 bindliche Absprachen auch zur Bearbeitung des Einzelfalls getroffen werden.

5953
5954 Zur Verbesserung der Sicherheit in unserem Land wird das Bundesamt für Verfas-
5955 sungsschutz (BfV) im Bereich der zentralen Auswertung und Analyse in Angelegen-
5956 heiten des islamistischen Terrorismus sowie bei länderübergreifenden extremisti-
5957 schen Phänomenen von bundesweiter Bedeutung seine Steuerungsfunktion ver-
5958 stärkt wahrnehmen, auch bei solchen, die zunächst keinen unmittelbaren Gewaltbe-
5959 zug aufweisen. Aufgrund des ständigen technischen Fortschrittes und des damit ein-
5960 hergehenden personellen und finanziellen Ressourceneinsatzes soll das BfV als
5961 zentrale Servicedienststelle für den Einsatz operativer Technik im Verbund gestärkt
5962 werden. Zudem wollen wir die Befugnisse des Verfassungsschutzes des Bundes und
5963 der Länder vereinheitlichen, insbesondere bei der Datenerhebung und Datenspei-
5964 cherung. Zu diesem Zwecke werden wir das Bundesverfassungsschutzgesetz auf
5965 Grundlage eines einheitlichen Rechtsrahmens der Innenministerkonferenz novellie-
5966 ren. Wir sind uns bewusst, dass auch maßvolle und sachgerechte Kompetenzerwei-
5967 terungen des BfV eine gleichzeitige und entsprechende Ausweitung der parlamenta-
5968 rischen Kontrolle erfordern.

5969
5970 Wir haben in der vergangenen Wahlperiode die gesetzliche Grundlage für eine effek-
5971 tivere Kontrolle der Nachrichtendienste geschaffen. Die Bundesregierung wird diese
5972 Kontrolle durch eine umfassende Wahrnehmung der Unterrichts- und Vorlage-
5973 pflichten gegenüber den gesetzlich vorgesehenen Kontrollorganen unterstützen.

5974
5975 Wir werden die europäische Sicherheitskooperation unter Einbeziehung und Stär-
5976 kung internationaler und europäischer Organisationen (Europol, Interpol, Europäi-
5977 sche Staatsanwaltschaft) verbessern und vertiefen. Ziel muss es sein, durch struktu-
5978 relle Maßnahmen und mit einer leistungsfähigen IT-Struktur sicherzustellen, dass
5979 Straftäterinnen und Straftäter sowie Gefährderinnen und Gefährder überall in Europa
5980 identifiziert und relevante Erkenntnisse ausgetauscht werden können. Zu diesem
5981 Zwecke werden wir auf eine effektive Vernetzung und Verbesserung der für die Si-
5982 cherheitsbehörden relevanten Datenbanken hinwirken. Den Informationsaustausch
5983 und die Koordinierung von präventiven und operativen Maßnahmen zwischen den
5984 EU-Mitgliedstaaten bei Europol im Rahmen des „European Counter Terrorism Cen-
5985 ter“ und auch die internationale Zusammenarbeit, u. a. im Rahmen von Interpol, wol-
5986 len wir intensivieren und verbessern. Wir wollen dabei in Absprache mit den Ländern
5987 auch die europäische und internationale Zusammenarbeit bei der Bekämpfung der
5988 Organisierten Kriminalität intensivieren und ebenso die Bekämpfung der Organisier-
5989 ten Kriminalität beim Bundeskriminalamt stärken, um etwa organisierten Einbrecher-
5990 banden noch besser zu begegnen.

5991

5992 Wir bekennen uns zum deutschen Engagement in internationalen Polizeieinsätzen.
5993 Wir werden Möglichkeiten finden, dies auszubauen, etwa durch Einrichtung eines
5994 Stellenpools für Auslandsverwendungen und Polizeieinsätzen.
5995

5996 **Befugnisse**

5997 Die Sicherheitsbehörden brauchen gleichwertige Befugnisse im Umgang mit dem
5998 Internet wie außerhalb des Internets. Das bedeutet im Einzelnen: Es darf für die Be-
5999 fugnisse der Polizei zu Eingriffen in das Fernmeldegeheimnis zum Schutz der Bevöl-
6000 kerung keinen Unterschied machen, ob die Nutzer sich zur Kommunikation der klas-
6001 sischen Telefonie oder klassischer SMS bedienen oder ob sie auf internetbasierte
6002 Messenger-Dienste ausweichen. Die Zusammenarbeit von Bund und Ländern bei der
6003 Cyberabwehr soll ausgebaut, verbessert und strukturell neu geordnet werden. Die
6004 Rolle des Bundesamts für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) wird gestärkt.
6005

6006 Wo Strafbarkeitslücken bestehen, werden wir eine Strafbarkeit für das Betreiben kri-
6007 mineller Infrastrukturen einführen, um speziell im Internet eine Ahndung von Delikten
6008 wie z. B. das Betreiben eines Darknet-Handelsplatzes für kriminelle Waren und
6009 Dienstleistungen einzuführen.
6010

6011 Wir wollen Angriffe aus dem Cyberraum gegen unsere kritischen Infrastrukturen ab-
6012 wehren und verhindern.
6013

6014 Wir wollen die Sicherheitsbehörden bei der Verfolgung und Prävention von Cyber-
6015 kriminalität durch die Schaffung notwendiger rechtlicher, organisatorischer sowie
6016 technischer Rahmenbedingungen stärken.
6017

6018 Wir wollen, dass die Sicherheitsbehörden ihre bestehenden Befugnisse auch in der
6019 digitalen Welt anwenden und tatsächlich durchsetzen können.
6020

6021 Wir werden einen neuen Verlusttatbestand in das Staatsangehörigkeitsgesetz einfü-
6022 gen, wonach Deutsche, die eine weitere Staatsangehörigkeit besitzen, die deutsche
6023 Staatsangehörigkeit verlieren können, wenn ihnen die konkrete Beteiligung an
6024 Kampfhandlungen einer Terrormiliz im Ausland nachgewiesen werden kann.
6025

6026 **2. Moderner Staat**

6027 **Öffentlicher Dienst**

6028 Wir bekennen uns zu einem modernen öffentlichen Dienst, der mit bestens ausgebil-
6029 deten und hochmotivierten Beschäftigten seine Aufgabe gut, zuverlässig und effizient
6030 erledigt. Wir werden uns um die Nachwuchsgewinnung kümmern. Der öffentliche
6031 Dienst muss unter Beibehaltung seiner Qualifikationsanforderungen attraktiv sein,
6032 damit der Staat im Wettbewerb um die besten Köpfe bestehen kann. Tarifabschlüsse
6033 (TVöD) wollen wir grundsätzlich gleich auf die Bundesbeamtenbesoldung übertragen.
6034 Das Bundespersonalvertretungsrecht wird novelliert.
6035

6036 Wir wollen Arbeitszeitkontenmodelle im öffentlichen Dienst einführen, die einen plan-
6037 baren Überstunden- und Mehrarbeitsabbau unter Berücksichtigung besonders belas-
6038 teter Bereiche ermöglichen.
6039

6040 Der Bund nimmt für seine Beschäftigten, insbesondere auch für die Beamtinnen und
6041 Beamten der Bundespolizei, in Gebieten mit angespannten Wohnungsmärkten die
6042

6043 Wohnungsfürsorge verstärkt wahr. Dazu soll der Wohnungsbestand der Bundesanstalt für Immobilienaufgaben genutzt und weiterentwickelt werden.

6044
6045
6046 Wir stehen zum Bonn-Berlin-Gesetz. Bonn bleibt das zweite bundespolitische Zentrum. Der Bund wird mit der Region Bonn sowie den Bundesländern Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz eine vertragliche Zusatzvereinbarung („Bonn-Vertrag“) schließen.

6050 6051 **Digitale Verwaltung**

6052 Der digitale Zugang zu Verwaltungsleistungen soll zur Regel, Schriftform und das persönliche Erscheinen soweit möglich durch gleichwertige digitale Lösungen ersetzt werden (Digital First).

6053
6054
6055
6056 Wir wollen ein digitales „Bürgerportal“ für Bürgerinnen und Bürger und Unternehmen schaffen, indem wir zentrale und dezentrale Verwaltungsportale miteinander vernetzen.

6057
6058
6059
6060 Bürgerinnen und Bürger und Unternehmen sollen ihre Daten grundsätzlich nur einmal angeben müssen. Mit ihrer Zustimmung sollen bestimmte zur Verfügung gestellte Daten unter den Behörden weitergegeben werden. Wir wollen damit auch erreichen, dass berechnete Leistungsansprüche, wie z. B. das Kindergeld nach der Meldung einer Geburt, künftig antragslos und proaktiv gewährt werden können. Dabei sorgen wir für sichere Kommunikationswege, sowie vollständige Transparenz und Kontrolle der Bürgerinnen und Bürger über ihre Daten.

6061
6062
6063
6064
6065
6066
6067
6068 Wir stehen zu unseren Verpflichtungen aus dem internationalen Open Government Partnership. Im Bereich Open Data wollen wir erreichen, dass die Bundesregierung internationaler Vorreiter wird. Die entsprechende Veröffentlichung von Daten soll entsprechend dem Prinzip „Open by default“ Teil des täglichen Verwaltungshandelns werden. Der digitale Wandel der öffentlichen Verwaltung wird auch in der Aus- und Fortbildung und der Organisationsentwicklung vorangetrieben.

6074 6075 **Datenschutz**

6076 Bei der Plattformregulierung soll ein sektorspezifischer Ansatz verfolgt werden.

6077
6078 Die Mitte 2020 anstehende Evaluierung der Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO) wollen wir intensiv begleiten und dabei alle Regelungen auf ihre Zukunftsfähigkeit und Effektivität überprüfen. Wir wollen eine sichere, mobile, digitale Authentifizierung.

6081
6082
6083 Wir wollen die Arbeit der Stiftung Datenschutz fördern.

6084
6085 Die Frage, ob und wie ein Eigentum an Daten ausgestaltet sein kann, müssen wir zügig angehen. Wir wollen die Öffnungsklausel in Artikel 88 der EU-Datenschutz-Grundverordnung nutzen und prüfen die Schaffung eines eigenständigen Gesetzes zum Beschäftigtendatenschutz, das die Persönlichkeitsrechte der Beschäftigten am Arbeitsplatz schützt und Rechtssicherheit für den Arbeitgeber schafft.

6090 6091 **Zivil- und Katastrophenschutz**

6092 Wir wollen den Zivil- und Katastrophenschutz sachgemäß und den heutigen Anforderungen entsprechend strukturieren und ausstatten.

6094 Einen wichtigen Beitrag für unser funktionierendes Hilfeleistungssystem für Katastrophen leisten die vielen ehren- und hauptamtlichen Helferinnen und Helfer bei den
6095 Feuerwehren, den Hilfsorganisationen und dem Technischen Hilfswerk (THW). Wir
6096 wollen das ehrenamtliche Engagement nachhaltig stärken. Wir wollen die Arbeit der
6097 80 000 ehrenamtlichen Helferinnen und Helfer des THW durch einen weiteren Aus-
6098 bau des hauptamtlichen Personals unterstützen – auch beim Bundesamt für Bevölke-
6099 rungsschutz und Katastrophenhilfe (BBK) – und entlasten sowie weiter darin fortfah-
6100 ren, den Investitionsstau bei der Fahrzeugbeschaffung und den Liegenschaften des
6101 THW abzubauen. Der Bund wird seiner Verpflichtung im Rahmen des ergänzenden
6102 Katastrophenschutzes gerecht werden.
6103

6104
6105 Um Anerkennung und Wertschätzung für ehrenamtlich Tätige zu erhöhen und die
6106 Nachwuchsgewinnung zu stärken, wollen wir bei öffentlichen wie privaten Arbeitge-
6107 bern dafür werben, bei gleicher Qualifizierung ehrenamtlich Tätige (z. B. aktive Mit-
6108 glieder Freiwilliger Feuerwehren oder des THW) bevorzugt einzustellen.
6109

6110 **3. Modernes Recht für eine moderne Gesellschaft**

6111 Eine moderne Gesellschaft braucht modernes Recht.

6112 **Opferschutz**

6113 Wir werden den Opferschutz weiter stärken. Die Empfehlungen des Opferbeauftrag-
6114 ten für die Opfer und Hinterbliebenen des Anschlags auf dem Breitscheidplatz wer-
6115 den wir zügig umsetzen, die Erfahrungen nach den Morden und Sprengstoffanschlä-
6116 gen der Terrorgruppe NSU berücksichtigen und zentrale Strukturen auf Bundesebe-
6117 ne schaffen. Dazu werden wir innerhalb der Bundesregierung als dauerhafte Struktur
6118 eine/n ständige/n Opferbeauftragte/n einrichten, um Opfern sofort einen direkten An-
6119 sprechpartner an die Seite zu stellen.
6120

6121
6122 Wir werden die Opferentschädigung neu regeln, erhöhen die Härteleistungen des
6123 Bundes signifikant und stellen die für die Betreuung der Opfer und Abwicklung der
6124 Hilfeleistungen erforderlichen personellen und finanziellen Mittel zur Verfügung.
6125

6126 Mit einer Informations-Kampagne werden wir die Angebote der Opferhilfe und des
6127 Opferschutzes in der Öffentlichkeit bekannter machen.
6128

6129 Wir werden alles Notwendige tun, um Kindesmissbrauch und Kinderpornografie mög-
6130 lichst zu verhindern und entschieden zu bekämpfen. Präventionsprogramme wie
6131 „Kein Täter werden“ sind dabei ein wichtiges Element. Wir führen eine Strafbarkeit
6132 für den Versuch des Cybergroomings ein, um Kinder im Internet besser zu schützen
6133 und die Effektivität der Strafverfolgung pädophiler Täter, die im Netz Jagd auf Kinder
6134 machen, zu erhöhen.
6135

6136 Die Befugnis der Bewährungshelferinnen und -helfer sowie Führungsaufsichtsstellen,
6137 zur Gefahrenabwehr in Eilfällen unmittelbar die zuständigen Behörden zu informie-
6138 ren, wird im Gesetz unmissverständlich klargestellt. Zudem wird eine eindeutige und
6139 umfassende gesetzliche Grundlage für die Zusammenarbeit mit Polizei und anderen
6140 Verwaltungsbehörden im Rahmen runder Tische geschaffen.
6141

6142 Wir prüfen, wie kindliche Zeuginnen und Zeugen in Verfahren wegen sexuellen Miss-
6143 brauchs außerhalb des Gerichtssaals durch die Vorsitzende oder den Vorsitzenden
6144 vernommen und diese Vernehmung in den Sitzungssaal übertragen werden kann.

6145 Die Schutzlücken des § 201a Strafgesetzbuch (StGB) hinsichtlich bloßstellender
6146 Bildaufnahmen (Herstellung und Verbreitung) von verstorbenen Personen werden wir
6147 schließen. Wir erweitern den veralteten Schriftenbegriff in § 11 Abs. 3 StGB hin zu
6148 einem modernen Medienbegriff.

6149

6150 **Rechtsfolgen der Digitalisierung**

6151 Wir setzen uns für eine europäische Harmonisierung der Regelungen über die
6152 grenzüberschreitende Sitzverlegung von Kapitalgesellschaften („Sitzverlegungs-
6153 Richtlinie“) und die Europäische Privatgesellschaft (SPE) unter Wahrung der Rechte
6154 der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer einschließlich der Unternehmensmitbe-
6155 stimmung, der Gläubiger und der Minderheitsgesellschafter ein.

6156

6157 Bei Onlineregistrierungen von Gesellschaften setzen wir uns – auch auf europäischer
6158 Ebene – für effektive präventive Kontrollen und zuverlässige Identitätsprüfungen ein,
6159 um die Richtigkeit der Eintragungen und den Vertrauensschutz öffentlicher Register
6160 zu gewährleisten; einfache Online-Anmeldungen lehnen wir ab.

6161

6162 Wir werden das Personengesellschaftsrecht reformieren und an die Anforderungen
6163 eines modernen, vielfältigen Wirtschaftslebens anpassen; wir werden eine Experten-
6164 kommission einsetzen, die gesetzliche Vorschläge für eine grundlegende Reform
6165 erarbeitet.

6166

6167 Im aktienrechtlichen Beschlussmängelrecht werden wir im Interesse des Minderhei-
6168 tenschutzes und der Rechtssicherheit Brüche und Wertungswidersprüche beseitigen.
6169 Ferner werden wir das langwierige und teure Spruchverfahren unter besonderer Be-
6170 rücksichtigung der Interessen von Minderheitsaktionärinnen und -aktionären sowie
6171 Kleinanlegerinnen und -anlegern evaluieren. Wir prüfen, ob zur Erleichterung von
6172 Forschungsoperationen eine neue Rechtsform für diese Art der Zusammenarbeit
6173 eingeführt werden sollte.

6174

6175 Wir werden die Vererbbarkeit des digitalen Eigentums (z. B. Nutzer Accounts, Da-
6176 tenbestände) rechtssicher gesetzlich regeln.

6177

6178 Das Netzwerkdurchsetzungsgesetz ist ein richtiger und wichtiger Schritt zur Bekämp-
6179 fung von Hasskriminalität und strafbaren Äußerungen in sozialen Netzwerken. Wir
6180 werden auch weiterhin den Schutz der Meinungsfreiheit sowie der Persönlichkeits-
6181 rechte der Opfer von Hasskriminalität und strafbaren Äußerungen sicherstellen. Die
6182 Berichte, zu denen die Plattformbetreiber verpflichtet sind, werden wir sorgfältig aus-
6183 werten und zum Anlass nehmen, um das Netzwerkdurchsetzungsgesetz insbesonde-
6184 re im Hinblick auf die freiwillige Selbstregulierung weiterzuentwickeln.

6185

6186 Wir werden das AGB-Recht für Verträge zwischen Unternehmen auf den Prüfstand
6187 stellen mit dem Ziel, die Rechtssicherheit für innovative Geschäftsmodelle zu verbes-
6188 sern. Kleine und mittelständische Unternehmen, die Vertragsbedingungen ihres Ver-
6189 tragspartners aufgrund der wirtschaftlichen Kräfteverhältnisse faktisch akzeptieren
6190 müssen, sollen im bisherigen Umfang durch das AGB-Recht geschützt bleiben. Sozi-
6191 alen Netzwerken kommt eine immer größere Bedeutung in unserer Gesellschaft zu,
6192 sie behalten sich aber einseitig alle Rechte und Nutzungseinschränkungen vor. Wir
6193 wollen die vertraglichen Rechte der Nutzer stärken, z. B. gegen unberechtigte Lö-
6194 schungen und Sperrungen. Im Insolvenzrecht werden wir den Grundsatz der Gleich-
6195 behandlung aller Gläubiger ohne Einschränkung bewahren. Wir werden gesetzliche

6196 Rahmenbedingungen für die Berufszulassung und -ausübung von Insolvenzverwalte-
6197 rinnen und Insolvenzverwaltern sowie Sachwalterinnen und Sachwaltern regeln, um
6198 im Interesse der Verfahrensbeteiligten eine qualifizierte und zuverlässige Wahrneh-
6199 mung der Aufgaben sowie effektive Aufsicht zu gewährleisten. Zudem werden wir die
6200 Digitalisierung des Insolvenzverfahrens konsequent vorantreiben.

6201
6202 Zur Stärkung des Wirtschafts- und Forschungsstandorts Deutschland wollen wir die
6203 Rechte des Lizenznehmers im Insolvenzfall des Lizenzgebers besser schützen.
6204 Wir werden die Insolvenzantragspflichten im Lichte der europäischen Vorgaben zum
6205 Restrukturierungs- und Insolvenzrecht sowie unter Berücksichtigung der besonderen
6206 Bedingungen bei Naturkatastrophen reformieren.

6207 **Urheberrecht**

6209 Im Urheberrecht unterstützen wir nachdrücklich eine zeitnahe Regelung zur Verle-
6210 gerbeteiligung bei den Verwertungsgesellschaften und stärken die Position der Ver-
6211 leger auf europäischer Ebene durch eine eigene Rechtsposition. Wir werden die
6212 Rechtsposition der Urheberinnen und Urheber stärken und uns hierbei für einen ge-
6213 rechten Interessenausgleich zwischen Kreativen und den Unternehmen der Kultur-
6214 wirtschaft, Plattformen und Nutzern einsetzen. Zudem wollen wir die Stellung von
6215 Rechteinhabern gegenüber Internet Providern verbessern, die sich an der öffentlichen
6216 Zugänglichmachung von Werken beteiligen. Den Vertrag von Marrakesch zugunsten
6217 blinder und sehbehinderter Menschen setzen wir zügig um.

6218
6219 Wir wollen das System der Vergütung für gesetzlich erlaubte Nutzungen auf eine
6220 neue Grundlage stellen, indem moderne Nutzungsformen einbezogen werden und
6221 die an Urheberinnen und Urheber sowie Leistungsschutzberechtigte zu zahlende
6222 angemessene Vergütung effizient, berechenbar und zeitnah bestimmt wird. Wo im-
6223 mer möglich soll die Vergütung direkt bei der nutzenden Einrichtung erhoben wer-
6224 den. Wir streben an, das gegenwärtig zeitaufwändige Schiedsstellenverfahren in ei-
6225 nen schnelleren Entscheidungsprozess zu überführen.

6226
6227 Wir greifen den Wunsch des Deutschen Bundestages auf und werden einen struktu-
6228 rierten Dialog führen, wie möglichst rasch innerhalb der nächsten fünf Jahre der Zu-
6229 gang zu wissenschaftlichen Publikationen im Interesse aller Beteiligten – der Auto-
6230 rinnen und Autoren, der vielfältigen deutschen Verlagslandschaft und der nutzenden
6231 Wissenschaft – über eine Lizenzierungsplattform praktisch verbessert werden kann.

6232 **Familien- und Abstammungsrecht**

6234 Im Hinblick auf die zunehmenden Möglichkeiten der Reproduktionsmedizin und Ver-
6235 änderungen in der Gesellschaft werden wir Anpassungen des Abstammungsrechts
6236 unter Berücksichtigung der Empfehlungen des Arbeitskreises Abstammungsrecht
6237 prüfen.

6238
6239 Wir werden unter Berücksichtigung europäischer und internationaler Vorgaben prü-
6240 fen, ob sich das anwendbare Recht insbesondere im Bereich des Familienrechts
6241 stärker nach dem gewöhnlichen Aufenthalt der Beteiligten bestimmen sollte.

6242
6243 Zumeist wollen beide Elternteile nach Trennung und Scheidung intensiv in die Erzie-
6244 hungsverantwortung für ihre Kinder eingebunden bleiben. Dies wollen wir bei Um-
6245 gang und Unterhalt stärker berücksichtigen, wenn die Eltern sich einig sind oder
6246 Gründe des Kindeswohls vorliegen. Dabei muss das Kindeswohl stets im Mittelpunkt

6247 stehen. Wir prüfen, inwieweit Unterhaltsbedarf und Selbstbehalt verbindlich geregelt
6248 werden könnten.

6249
6250 Wir befürworten Fortbildungen für Richterinnen und Richter insbesondere an Famili-
6251 engerichten und streben verbindliche Regelungen in Abstimmung mit den Ländern
6252 an. Wir wollen Ehepartnern ermöglichen, im Betreuungsfall füreinander Entscheidun-
6253 gen über medizinische Behandlungen zu treffen, ohne dass es hierfür der Bestellung
6254 einer Betreuerin bzw. eines Betreuers oder der Erteilung einer Vorsorgevollmacht
6255 bedarf.

6256 6257 **Betreuungsrecht und Selbstbestimmung**

6258 Wir werden das Vormundschaftsrecht modernisieren und das Betreuungsrecht unter
6259 Berücksichtigung der Ergebnisse der jüngst durchgeführten Forschungsvorhaben in
6260 struktureller Hinsicht verbessern. Im Einzelnen wollen wir den Vorrang sozialrechtli-
6261 cher Hilfen vor rechtlicher Betreuung, die Qualität der Betreuung sowie Auswahl und
6262 Kontrolle von Betreuerinnen und Betreuern, das Selbstbestimmungsrecht der Be-
6263 troffenen („Unterstützen vor Vertreten“), sowie die Finanzierung der unverzichtbaren
6264 Arbeit der Betreuungsvereine in Zusammenarbeit mit den Ländern stärken. Für eine
6265 angemessene Vergütung der Berufsbetreuerinnen und -betreuer wollen wir ebenfalls
6266 zeitnah Sorge tragen.

6267 6268 **Gleichberechtigung und Vielfalt**

6269 Wir werden die erforderlichen Anpassungen und Ergänzungen, die sich durch die
6270 Öffnung der Ehe für Personen gleichen Geschlechts ergeben, zügig vornehmen.

6271
6272 Menschen sollen unabhängig von ihrer sexuellen Identität frei und sicher leben kön-
6273 nen – mit gleichen Rechten und Pflichten.

6274
6275 Die Arbeit der Bundesstiftung Magnus Hirschfeld ist für die Förderung der Akzeptanz
6276 sexueller und geschlechtlicher Vielfalt in Deutschland unverzichtbar. Wir wollen die
6277 Bundesstiftung daher weiterhin über eine institutionelle Förderung in ihrer Aufgaben-
6278 wahrnehmung absichern.

6279
6280 Illegale Paralleljustiz werden wir nicht dulden.

6281 6282 **4. Prävention**

6283 Wir betonen die Bedeutung der sozialwissenschaftlichen und kriminologischen Si-
6284 cherheitsforschung, u. a. die hohe Relevanz von Dunkelfeldstudien und anderer em-
6285 pirischer Forschung z. B. zu Organisierter Kriminalität, und wollen diese wissen-
6286 schaftlichen Bereiche beim Bundeskriminalamt und in der wissenschaftlichen For-
6287 schung durch Universitäten und Dritte stärken.

6288
6289 Wir treten für eine evidenzbasierte Kriminalpolitik ein. Wir wollen, dass kriminologi-
6290 sche Evidenzen sowohl bei der Erarbeitung von Gesetzentwürfen als auch bei deren
6291 Evaluation berücksichtigt werden. Wir unterstützen das unabhängige Deutsche Fo-
6292 rum für Kriminalprävention. Um ein Gesamtbild der langfristigen Kriminalitätsentwick-
6293 lung zu bekommen, streben wir eine zügige Aktualisierung des Periodischen Sicher-
6294 heitsberichts an. Um die Aussagekraft der Strafrechtspflegestatistiken zu erhöhen,
6295 werden wir in Zusammenarbeit mit den Ländern ein Strafrechtspflegestatistikgesetz
6296 schaffen. Die Kriminal- und Strafrechtspflegestatistiken sollen langfristig zu einer Ver-

6297 laufsstatistik zusammengeführt werden. Hierzu soll eine Machbarkeitsstudie in Auf-
6298 trag gegeben werden.

6299

6300 Gerade im weiter wachsenden Bereich des islamistischen Extremismus und Terro-
6301 rismus wollen wir Prävention und Deradikalisierung weiter stärken, national und auf
6302 EU-Ebene.

6303

6304 Wir werden den radikalen Islam in Deutschland zurückdrängen. Wir erwarten, dass
6305 Imame aus dem Ausland Deutsch sprechen. Radikalisierte Moscheen werden wir
6306 beobachten und gegebenenfalls schließen. Hierzu werden wir die Praxis zwischen
6307 Bund und Ländern abstimmen.

6308

6309 Wir stellen sicher, dass öffentliche Gelder des Bundes nicht an Einrichtungen und
6310 Initiativen vergeben werden, die verfassungsfeindliche Tendenzen aufweisen.

6311

6312 Wir werden die Deutsche Islam Konferenz fortsetzen. Die in dem Vertrag zwischen
6313 der Bundesrepublik Deutschland und dem Zentralrat der Juden in Deutschland vor-
6314 gesehene Staatsleistungen werden angepasst.

6315

6316 Wir bekennen uns weiterhin zur besonderen Verpflichtung gegenüber den Deutschen
6317 in Mitteleuropa und den Nachfolgestaaten der Sowjetunion, die als Aussiedler und
6318 Spätaussiedler zu uns kamen oder als deutsche Minderheiten in den Herkunftsgebie-
6319 ten leben. Wir wollen die nationalen Minderheiten in Deutschland und die deutschen
6320 Minderheiten in Dänemark, in Mittelost- und Südosteuropa und den Nachfolgestaa-
6321 ten der Sowjetunion weiter fördern. Wir wollen die Maßnahmen zum Erhalt des kultu-
6322 rellen Erbes der Heimatvertriebenen, der Aussiedler und der deutschen Minderheiten
6323 unter ihrer Einbeziehung – gegebenenfalls auch strukturell – weiterentwickeln.

6324

6325 **5. Verbraucherschutz**

6326 Die Bundesregierung wird zur leichteren und schnelleren Auffindbarkeit von Verbrau-
6327 cherinformation und -beratung ein einheitliches bundesweites Portal Verbraucherlot-
6328 se anbieten. Mit bestehenden Einrichtungen und Behörden wird kooperiert.

6329

6330 Gemeinsam mit Bundesländern und ehrenamtlichen Akteurinnen und Akteuren wol-
6331 len wir die Unterstützungsangebote für Verbraucherinnen und Verbraucher in ländli-
6332 chen Räumen ausbauen und verbessern. Zudem werden wir die Initiative des „auf-
6333 suchenden Verbraucherschutzes“ im Rahmen des Projekts soziale Stadt weiterent-
6334 wickeln.

6335

6336 Die Grundversorger von Strom, Gas, Wärme und Wasser werden verpflichtet, säu-
6337 migen Kundinnen und Kunden eine Versorgung auf Basis von Vorauszahlungen an-
6338 zubieten, wenn die Kundin oder der Kunde Ratenzahlungen auf Altschulden leistet
6339 oder eine eidesstattliche Versicherung abgegeben hat.

6340

6341 Wir werden die Verbraucherrechte bei ambulanten Pflegeverträgen stärken. Wir wol-
6342 len eine bessere Kooperation von Unabhängiger Patientenberatung, Verbraucher-
6343 zentralen und Stiftung Warentest.

6344

6345 Vorfälligkeitsentschädigungen bei Immobilienkrediten müssen angemessen, nach-
6346 vollziehbar und objektiv überprüfbar sein.

6347

6348 Wir werden zur Herstellung einer einheitlichen und qualitativ hochwertigen Finanz-
6349 aufsicht die Aufsicht über die freien Finanzanlagevermittler schrittweise auf die Bun-
6350 desanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht übertragen. Dabei wollen wir sicherstel-
6351 len, dass die dadurch bei den Ländern freiwerdenden Aufsichtskapazitäten zur Stär-
6352 kung der Geldwäscheaufsicht im Nichtfinanzbereich verwendet werden.
6353
6354 Wir wollen zum Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher Algorithmen- und KI-
6355 basierte Entscheidungen, Dienstleistungen und Produkte überprüfbar machen, ins-
6356 besondere im Hinblick auf mögliche unzulässige Diskriminierungen, Benachteiligun-
6357 gen und Betrügereien. Wir werden Mechanismen entwickeln, um bei bedenklichen
6358 Entwicklungen tätig werden zu können.
6359
6360 Dynamische Preisbildung muss Verbraucherinnen und Verbrauchern nach klaren
6361 Regeln transparent dargestellt werden.
6362
6363 Wir wollen Anbieter digitaler Kommunikationssysteme mit hohem Verbreitungsgrad
6364 dazu verpflichten, den verlustfreien Wechsel in andere Systeme zu ermöglichen.
6365
6366 Anbieter des öffentlichen Nah- und Fernverkehrs werden dazu verpflichtet, eine
6367 Schnittstelle für Portale bereitzustellen, die Information und Buchung integrierter Mo-
6368 bilität (wie z. B. Tickets) deutschlandweit ermöglicht. Diese soll auch anderen Anbie-
6369 tern offenstehen.
6370
6371 Wir werden das Produktsicherheitsrecht novellieren, um die IT-Sicherheit in verbrau-
6372 chernahen Produkten zu erhöhen. Dazu werden wir u. a. das Produkthaftungsrecht
6373 anpassen, Mindeststandards vorschreiben und die Einführung einer gewährleis-
6374 tungsähnlichen Herstellerhaftung prüfen. Darüber hinaus werden wir ein europaweit
6375 gültiges IT-Sicherheits-Gütesiegel etablieren.
6376
6377 Auf Vermittlungs-, Buchungs- und Vergleichsplattformen wollen wir die Transparenz
6378 hinsichtlich ihrer Bewertungssysteme, der Gewichtung ihrer Ergebnisse, der Provisi-
6379 onen und Marktabdeckung sowie der Zusammenhänge zwischen Portalen und wirt-
6380 schaftlichen Verflechtungen erhöhen. Verbraucherinnen und Verbraucher sollen bes-
6381 ser vor gefälschten Bewertungen, Datenmissbrauch und elementaren Risiken abge-
6382 sichert werden. Vermittlungsplattformen sollen den Nutzerinnen und Nutzern gegen-
6383 über transparent machen müssen, ob Angebote privat oder gewerblich sind.
6384
6385 Die Verbraucherzentralen werden mit der Fortsetzung der Bereitstellung von Materi-
6386 alkompassen in den Bereichen Verbraucherschutz, Verbraucherbildung, digitale
6387 Kompetenzen und nachhaltiger Konsum für die Bildungscloud beauftragt.
6388
6389 Die Arbeit des Sachverständigenrats für Verbraucherfragen wird fortgesetzt, um rele-
6390 vante und praxisnahe Politikberatung sowie Impulse für die Verbraucherpolitik zu
6391 gewährleisten.
6392
6393 Wir wollen den Verbraucherschutz auch in der digitalen Welt sicherstellen. Gleiches
6394 Recht für alle muss durch Netzneutralität und diskriminierungsfreien Netzzugang ge-
6395 währleistet werden.
6396

6397 **6. Sport**

6398 Wir wissen um die überragende Bedeutung des Sports gerade für die Integration, die
6399 Inklusion und den sozialen Zusammenhalt in der Gesellschaft. Der Sport erhält auf-
6400 grund seiner gesellschaftlichen Kraft auch in Zukunft unsere Unterstützung, sowohl
6401 im Breiten- wie auch im Leistungssport.

6402
6403 Die beschlossene Reform zur Förderung des Leistungssports werden wir im Dialog
6404 mit allen Beteiligten umsetzen und wollen dafür deutlich mehr Mittel bereitstellen. Die
6405 Förderung und die Absicherung der Bedürfnisse der Athletinnen und Athleten, insbe-
6406 sondere im Hinblick auf die Altersversorgung und die Duale Karriere, sollten dabei
6407 besonders im Mittelpunkt stehen.

6408
6409 Der Aufbau und die Umsetzung einer langfristig angelegten Strategie für Sportgroß-
6410 veranstaltungen, insbesondere olympische und paralympische Spiele sowie Univer-
6411 siaden, wird die Spitzensportreform begleiten. Hierfür wollen wir übergeordnete Leit-
6412 linien entwickeln. Darüber hinaus werden wir dem Modernisierungs- und Sanierungs-
6413 stau in der Infrastruktur der Sportanlagen, die dem Spitzensport dienen, entgegen-
6414 wirken. Insbesondere wollen wir uns stärker an den Unterhaltskosten der Spitzen-
6415 sportanlagen, die in kommunaler Trägerschaft liegen, beteiligen.

6416
6417 Zugleich setzen wir uns für eine insgesamt moderne und bedarfsgerechte Sportstät-
6418 teninfrastruktur in Deutschland ein.

6419
6420 Die effektive Bekämpfung von Doping im Sport ist die Grundlage für die Zukunft und
6421 den Erfolg des Sports. Die wichtige Arbeit der Nationalen Anti Doping Agentur
6422 (NADA) wollen wir weiterhin unterstützen und fördern, sowohl von öffentlicher Seite
6423 als auch vom Sport selbst.

6424
6425 Wir sind uns darin einig, Gewalt jeglicher Art bei und im Umfeld von Sportereignissen
6426 zu verurteilen und zu verfolgen. Der Bund wird sich in diesem Zusammenhang mit
6427 den Sportverbänden, den Ländern und anderen Akteuren für eine zielgerichtete Prä-
6428 ventionsarbeit einsetzen. Die Integrität des Sports und seiner Spitzenorganisationen
6429 ist unabdingbare Voraussetzung für öffentliche Förderung. Darauf werden wir unter
6430 Achtung der Autonomie des Sports in seinem Interesse achten.

6431
6432 Sport leistet einen wichtigen gesamtgesellschaftlichen Beitrag, er verbindet Men-
6433 schen mit und ohne Behinderung und trägt dazu bei, Barrieren und Vorurteile abzu-
6434 bauen. Bei jeder von Deutschland unterstützten Bewerbung um Austragung olympi-
6435 scher und paralympischer Spiele sowie anderer internationaler Sportveranstaltungen
6436 soll der paralympische Sport gleichberechtigt berücksichtigt und gefördert werden.

6437
6438 Neben der wichtigen Aufgabe des Breitensports werden wir die beschlossene Re-
6439 form der Förderung des Leistungssports mit allen Beteiligten umsetzen und wollen
6440 dafür deutlich mehr Mittel bereitstellen.

6441 **XI. Verantwortungsvoller Umgang mit unseren Ressourcen**

6442

6443 **1. Umwelt und Klima**

6444 Wir wollen für unsere Kinder und Enkelkinder eine intakte Natur bewahren. Eine saubere Umwelt und der Schutz der Biodiversität sind unser Ziel. Dafür werden wir das Prinzip der Nachhaltigkeit umfassend beachten und wirksame Maßnahmen ergreifen, um den Artenschwund zu stoppen, die Landnutzung umweltgerechter zu gestalten, Wasser und Böden besser zu schützen, die Luft sauberer zu halten und unsere Ressourcen im Kreislauf zu führen.

6450

6451 Wir stehen für eine Umwelt- und Klimapolitik, die die Bewahrung der Schöpfung und den Schutz natürlicher Ressourcen mit wirtschaftlichem Erfolg und sozialer Verantwortung erfolgreich verbindet. Wir treten für eine effiziente, technologieoffene und innovationsfördernde Umweltpolitik ein, die wir gemeinsam mit den gesellschaftlichen Partnern gestalten. EU-Recht setzen wir 1:1 um.

6456

6457 Wir werden zeigen, dass anspruchsvoller Klimaschutz, wirtschaftliche Prosperität und sozialer Ausgleich erfolgreich vereinbar sind. Mit dem weiteren Ausbau der Erneuerbaren Energien und dem bereits weit fortgeschrittenen Ausstieg aus der Kernenergie haben wir wichtige Grundlagen für die Zukunft gelegt. Wir werden nun ein neues integriertes Energiesystem schaffen aus Erneuerbaren, Energieeffizienz, einem beschleunigten Ausbau der Stromnetze, einer schrittweisen Reduzierung der Stromerzeugung aus fossilen Energieträgern und einer forcierten Nutzung der Digitalisierung. Klima- und Umweltverträglichkeit, Versorgungssicherheit und Bezahlbarkeit sind die Eckpfeiler dieser Energiepolitik. Die Wahrung der Wettbewerbsfähigkeit unseres Wirtschaftsstandortes ist Grundbedingung einer erfolgreichen Energiewende und dafür, dass sie auch international zum Erfolgsmodell wird.

6468

6469 **Umwelt**

6470 Umweltschutz ist Teil einer umfassenden Nachhaltigkeitspolitik.

6471

6472 Die Umsetzung der Agenda 2030 und die Förderung einer nachhaltigen Entwicklung sind Maßstab des Regierungshandelns. Die nationale Nachhaltigkeitsstrategie wollen wir kontinuierlich und ambitioniert weiterentwickeln.

6475

6476 Wir wollen das Nationale Programm für nachhaltigen Konsum weiterentwickeln sowie das „Kompetenzzentrum Nachhaltiger Konsum“ weiter stärken. Wir werden auf die Stärkung der ökologischen Standards in der EU-Öko-Design-Richtlinie hinwirken.

6478

6479 Um der Vorbildwirkung der öffentlichen Verwaltung gerecht zu werden, soll die Bundesregierung ihr „Maßnahmenprogramm Nachhaltigkeit“ umsetzen und weiterentwickeln.

6483

6484 Wir werden alle Subventionen – neue und alte – gemäß den subventionspolitischen Leitlinien und dem Prinzip der Nachhaltigkeit einer stetigen Überprüfung unterziehen.

6486

6487 **Internationaler und europäischer Umweltschutz**

6488 Die globalen Umweltbedrohungen brauchen eine starke internationale Umweltpolitik. Deshalb werden wir uns – in besonderer und enger Zusammenarbeit mit Frankreich – für eine Stärkung der internationalen Umweltinstitutionen einsetzen. Wir wollen die Mittel für die internationale Umweltpolitik aufstocken. Wir setzen uns gegen den fort-

6491

6492 schreitenden Verlust an biologischer Vielfalt, die Zerstörung von Wäldern und den
6493 zunehmenden Verlust an fruchtbaren Böden ein. Unser Engagement im internationa-
6494 len Artenschutz und gegen die Wilderei sowie den illegalen Wildtierhandel werden
6495 wir ausweiten. Sauberes Wasser ist die wichtigste Lebensgrundlage aller Menschen.
6496 Zur Krisenprävention und Bekämpfung der Fluchtursachen wollen wir insbesondere
6497 in Afrika in einer gemeinsamen Initiative mit der deutschen Wasserwirtschaft Maß-
6498 nahmen zur Verbesserung der Versorgung mit Wasser auf lokaler Ebene ermögli-
6499 chen.

6500
6501 Wir werden die EU-Präsidentschaft im Jahr 2020 nutzen, um das Ambitionsniveau
6502 des europäischen Umweltschutzes weiter zu steigern. Dabei bekennen wir uns zum
6503 europäischen Vorsorgeprinzip. Wir wollen Europa auf dem Weg zu einem nachhalti-
6504 gen Wirtschaften voranbringen.

6505

6506 **Internationaler Meeresschutz**

6507 Wir werden der übermäßigen Nutzung der Ozeane entgegenwirken und den Schutz
6508 der Meere insbesondere vor Vermüllung verbessern. Wir setzen uns für ein Schutz-
6509 gebietsnetz für Hochseegebiete und für ein internationales Durchführungsüberein-
6510 kommen zum Schutz der biologischen Vielfalt im Bereich der Hohen See ein und un-
6511 terstützen die Einrichtung von Schutzgebieten in Arktis und Antarktis. Um Nord- und
6512 Ostsee besser zu schützen, werden wir ein wirksames Management der Freizeitfi-
6513 scherei in den Schutzgebieten in Kraft setzen und uns für wirksame Fischereirege-
6514 lungen auf EU-Ebene sowie eine bessere Förderung ökosystemgerechter Fangtech-
6515 niken und -methoden einsetzen. Für einen umweltverträglichen Tiefseebergbau sol-
6516 len internationale Regeln entwickelt werden.

6517

6518 **Hochwasserschutz, Gewässerschutz**

6519 Wir werden das Nationale Hochwasserschutzprogramm umsetzen und stärken es,
6520 indem wir es über die derzeit vorgesehenen zehn Jahre hinaus dauerhaft ausstatten.
6521 Zudem werden wir dieses Programm zum vorbeugenden Hochwasserschutz aus-
6522 bauen und den Küstenschutz sicherstellen. Die Interessen der Flächeneigentümer
6523 werden wir wie bisher berücksichtigen.

6524

6525 Wir werden für einen verbesserten Hochwasserschutz bis 2021 länderübergreifende
6526 Raumordnungspläne zum Schutz der Menschen und Umwelt entlang unserer Ge-
6527 wässer entwickeln.

6528

6529 Im Dialog mit der Landwirtschaft werden wir auf eine gewässerschonende Bewirt-
6530 schaftung hinwirken. Die Abwasserabgabenregelung wollen wir mit dem Ziel der Re-
6531 duzierung von Gewässerverunreinigungen weiter entwickeln. Wir wollen mit einer
6532 Öffentlichkeitskampagne auf die Gefahren einer falschen Entsorgung von Arzneimit-
6533 teln über das Abwasser hinweisen, auf eine sachgerechte Handhabung abzielen und
6534 damit insbesondere den Schutz unserer Wasserressourcen vor Chemikalieneinträ-
6535 gen verbessern.

6536

6537 Wir wollen die Deutsche Anpassungsstrategie an den Klimawandel fortentwickeln
6538 und dafür die notwendigen Ressourcen zur Verfügung stellen.

6539

6540 **Schutz der biologischen Vielfalt**

6541 Den Schutz der biologischen Vielfalt werden wir als Querschnittsaufgabe zu einem
6542 starken Pfeiler unserer Umweltpolitik machen. Dazu wollen wir die Umsetzung der
6543 Nationalen Strategie zur biologischen Vielfalt forcieren.

6544
6545 Das erfolgreiche Programm „Nationales Naturerbe“ werden wir mit einer vierten
6546 Tranche über 30 000 Hektar, darunter 20 000 Hektar von der Bodenverwertungs-
6547 und -verwaltungs GmbH, fortsetzen.

6548
6549 Wir wollen das Bundesprogramm „Biologische Vielfalt“ fortführen und werden die Mit-
6550 tel für „chance.natur – Bundesförderung Naturschutz“ erhöhen. In Zusammenarbeit
6551 mit den Ländern werden wir einen Aktionsplan Schutzgebiete erstellen. Wir werden
6552 einen „Wildnisfonds“ zur Verfügung stellen mit dem Ziel, die Länder bei der Umset-
6553 zung des Zwei-Prozent-Ziels Wildnis zu unterstützen. Das Bundesprogramm „Blaues
6554 Band Deutschland“ werden wir weiter umsetzen. Wir wollen eine Moorschutzstrategie
6555 erarbeiten und die ersten Maßnahmen noch in dieser Legislaturperiode umsetzen.
6556 Zur Erhöhung der Arten- und Biotopvielfalt in den Städten wollen wir einen Master-
6557 plan zur Umsetzung des Weißbuchs „Grün in der Stadt“ entwickeln und umsetzen.

6558
6559 Wir werden das Insektensterben umfassend bekämpfen. Mit einem „Aktionspro-
6560 gramm Insektenschutz“ wollen wir die Lebensbedingungen für Insekten verbessern.
6561 Wir wollen ein wissenschaftliches Monitoringzentrum zur Biodiversität unter Einbe-
6562 ziehung des Bundesumwelt- sowie des Bundeslandwirtschaftsministeriums aufbau-
6563 en.

6564
6565 Wir werden uns in der EU für mehr Mittel für den Naturschutz, die sich am Bedarf von
6566 Natura 2000 orientieren, und einen eigenständigen EU-Naturschutzfonds einsetzen.

6567
6568 Wir initiieren einen Dialog zwischen Landwirten, Jägern, Fischern, den Naturschutz-
6569 verbänden und der Wissenschaft, um den Schutz der heimischen Flora und Fauna
6570 vor sich zunehmend ausbreitenden nicht-heimischen Tier- und Pflanzenarten zu ver-
6571 bessern.

6572
6573 Unser Ziel ist, Eingriffe in Natur und Landschaft möglichst zu vermeiden. Dort, wo
6574 dies nicht möglich ist, sind entstandene Beeinträchtigungen wieder auszugleichen,
6575 um die Funktionsfähigkeit des Naturhaushaltes auf Dauer zu sichern. Wir wollen eine
6576 Bundeskompensationsverordnung mit einem vielseitigen Mix qualitativ hochwertiger
6577 Maßnahmen schaffen, damit Genehmigungsbehörden Spielraum erhalten, auch bei
6578 der Errichtung Erneuerbarer-Energien-Anlagen und beim Netzausbau die Flächenin-
6579 anspruchnahme möglichst gering zu halten.

6580
6581 Land-, Forst- und Fischereiwirtschaft haben große Potenziale für den Klimaschutz
6582 und die Bewahrung der Biodiversität. Schutzmaßnahmen wollen wir deshalb ver-
6583 stärkt in Zusammenarbeit mit diesen Sektoren voranbringen und die vorhandenen
6584 Instrumente verstärkt nutzen. Wir wollen international Schutz, Erhaltung und Wieder-
6585 aufbau von Wäldern und die Finanzierung dafür voranbringen.

6586
6587 **Kreislaufwirtschaft**

6588 Wir stehen für eine Weiterentwicklung des erfolgreichen deutschen Modells der
6589 Kreislaufwirtschaft. Anspruchsvolle Recyclingquoten, Wettbewerb und Produktver-
6590 antwortung sollen dabei auch künftig die Leitplanken sein. Wir wollen, auch im Rah-

6591 men des europäischen Kreislaufwirtschaftspakets und der weiteren Arbeiten an der
6592 europäischen Plastikstrategie, Abfallvermeidung und Recycling stärken, die Einsatz-
6593 möglichkeiten für recycelte Materialien verbessern und entsprechende Anreize sowie
6594 mögliche gesetzliche Pflichten prüfen. Daneben wollen wir die Produktverantwortung
6595 weiterentwickeln, d.h. Hersteller müssen Langlebigkeit, Reparierbarkeit und Wieder-
6596 verwendbarkeit stärker berücksichtigen.

6597
6598 Wir werden die Recyclingpotenziale weiterer relevanter Abfallströme wie Altholz, Alt-
6599 textilien oder Altreifen evaluieren und verstärkt nutzen. Bei der Einweg-Mehrweg-
6600 Diskussion setzen wir auf Wissenschaftlichkeit und den größten ökologischen Nut-
6601 zen. Deshalb werden wir für Ökobilanzen als Entscheidungsgrundlage zügig die ein-
6602 heitliche Methodik weiterentwickeln. Wir werden eine „Nationale Forschungs- und
6603 Innovationsstrategie für Ressourcenschutztechnologie“ gemeinsam mit der Wirt-
6604 schaft erarbeiten.

6605
6606 Wir wollen den Bodenschutz in der Praxis voranbringen und einen bundeseinheitli-
6607 chen und rechtsverbindlichen Rahmen für die Verwertung mineralischer Abfälle
6608 schaffen. Die Mantelverordnung für Ersatzbaustoffe und Bodenschutz muss ein ho-
6609 hes Schutzniveau für Mensch, Boden und Grundwasser gewährleisten, gleichzeitig
6610 aber praxistauglich und kosteneffizient ausgestaltet sein sowie Entsorgungspäs-
6611 se vermeiden. Wir wollen den Ländern bei entsprechenden Änderungsanträgen des
6612 Bunderates mit der Aufnahme einer Öffnungsklausel die Möglichkeit einräumen, be-
6613 reits bestehende und bewährte länderspezifische Regelungen bei der Verfüllung von
6614 Gruben, Brüchen und Tagebauen gesetzlich abzusichern.

6615
6616 **Luftreinhaltung**
6617 Wir werden die Novelle der Technischen Anleitung zur Reinhaltung der Luft (TA Luft)
6618 zügig verabschieden und damit an den Stand der Technik anpassen.

6619
6620 **Umwelt und Gesundheit**
6621 Wir werden auch aus Wettbewerbsgründen auf EU-Ebene dafür eintreten, dass Er-
6622 zeugnisse, die besonders besorgniserregende Stoffe enthalten und freisetzen kön-
6623 nen, im Rahmen der bestehenden Chemikalienverordnung REACH geregelt werden,
6624 wenn sie nicht in der EU hergestellt werden. Eine geeignete und bewährte Maßnah-
6625 me zur Regelung von Stoffen in Erzeugnissen ist das REACH-Beschränkungsver-
6626 fahren. Die Regulierung dieser Erzeugnisse soll beschleunigt und erleichtert werden.
6627 Regelungslücken, die europäische Unternehmen benachteiligen, sollen bei künftigen
6628 Anpassungen der bestehenden REACH-Vorschriften geschlossen werden.

6629
6630 Wir wollen das ressortübergreifende „Aktionsprogramm Umwelt und Gesundheit“
6631 weiterentwickeln, um den Schutz der Menschen vor umweltbedingten Gesundheitsri-
6632 siken weiter zu verbessern.

6633
6634 Wir wollen zur Verbesserung des Schutzes der Gesundheit vor ionisierender Strah-
6635 lung das Strahlenschutzgesetz 2017 auf der Verordnungsebene konkretisieren. Im
6636 Bundesamt für Strahlenschutz wollen wir ein Kompetenzzentrum „Strahlenschutz und
6637 Stromnetze“ einrichten. Wir wollen den Schutz vor elektromagnetischen Feldern bei
6638 der Digitalisierung, insbesondere auch bei dem Aufbau des zukünftigen Mobilfunk-
6639 standards, sicherstellen.

6640

6641 **Atompolitik**

6642 Wir werden den beschlossenen Ausstieg aus der Nutzung der Kernenergie bis Ende
6643 2022 zielgerichtet vorantreiben. Auch für den verbleibenden Nutzungszeitraum bleibt
6644 bestmögliche Sicherheit das oberste Gebot und muss von den Betreibern jederzeit
6645 gewährleistet werden.

6646
6647 Wir wollen ein In-camera-Verfahren im Hauptsacheverfahren einführen, so dass ge-
6648 heimhaltungsbedürftige Unterlagen zum Zwecke des Nachweises der Genehmi-
6649 gungsvoraussetzungen in ein verwaltungsgerichtliches Hauptsacheverfahren bei
6650 gleichzeitiger Wahrung des Geheimsschutzes eingeführt werden können.

6651
6652 In der EU werden wir uns dafür einsetzen, dass die Zielbestimmungen des EU-
6653 RATOM-Vertrages hinsichtlich der Nutzung der Atomenergie an die Herausforderun-
6654 gen der Zukunft angepasst werden. Wir wollen keine EU-Förderung für neue Atom-
6655 kraftwerke. Wir wollen eine konsequente Beendigung aller Beteiligungen staatlicher
6656 Fonds an AKWs im Ausland umsetzen.

6657
6658 Wir stehen für eine zügige Umsetzung bei der Suche nach einem Endlager für hoch-
6659 radioaktive Abfälle gemäß Standortauswahlgesetz. An dem gesetzlich festgelegten
6660 Ziel, bis 2031 den Standort für ein Endlager festzulegen, halten wir fest. Dafür ist als
6661 nächster Schritt die schnellstmögliche Festlegung der übertägigen Erkundungs-
6662 standorte erforderlich. Die Zugänglichkeit und Veröffentlichung der hierfür benötigten
6663 wissenschaftlichen Daten ist durch die rasche Verabschiedung des Geowissen-
6664 schaftsdatingesetzes zu ermöglichen. Ein zügiges Verfahren ist auch im Interesse
6665 der Bürgerinnen und Bürger in den Kommunen, in denen sich derzeit atomare Zwi-
6666 schenlager befinden. Diese dürfen nicht zu faktischen Endlagern werden.

6667
6668 Um die sichere Entsorgung der bereits angefallenen erheblichen Mengen schwach-
6669 und mittelradioaktiver Abfälle und einen zügigen Rückbau der Atomkraftwerke zu
6670 ermöglichen, wollen wir eine möglichst rasche Fertigstellung und Inbetriebnahme von
6671 Schacht Konrad als Endlager für schwach- und mittelradioaktive Abfälle wie auch die
6672 zuvor erforderliche Produktkontrolle vorantreiben. Für einen zügigen Einlagerungsbe-
6673 trieb ist die Errichtung eines Bereitstellungslagers unverzichtbar. Wir wollen deshalb
6674 ein solches Bereitstellungslager einrichten und mit den Planungen dafür unverzüglich
6675 beginnen.

6676
6677 Wir werden ein Konzept zum perspektivischen Erhalt von Fachwissen und -personal
6678 für Betrieb, Rückbau und zu Sicherheitsfragen bei Nuklearanlagen sowie für Zwi-
6679 schen- und Endlagerung erarbeiten.

6680
6681 Wir wollen, dass Deutschland bei der Reaktorsicherheit in Europa dauerhaft Einfluss
6682 ausübt – auch nach dem Ausstieg aus der nationalen Nutzung der Kernenergie. Etli-
6683 che Nachbarländer nutzen die Kernenergie weiter. Angesichts des alternden Be-
6684 stands der Atomkraftwerke in Europa wollen wir uns weiterhin für umfassende Si-
6685 cherheitsüberprüfungen, ambitionierte verbindliche Sicherheitsziele in der EU und ein
6686 System wechselseitiger Kontrolle bei fortbestehender nationaler Verantwortung für
6687 die Sicherheit einsetzen. Wer in Sicherheitsfragen mitreden will, der muss das auch
6688 können. Dafür ist der Know-how-Erhalt unverzichtbar.

6689

6690 Die Arbeiten zur Rückholung der Abfälle aus dem Forschungsbergwerk Asse sind mit
6691 hoher Priorität fortzusetzen. Auch die sichere Stilllegung des Endlagers Morsleben
6692 muss schnellstmöglich vorangebracht werden.

6693
6694 Wir wollen verhindern, dass Kernbrennstoffe aus deutscher Produktion in Anlagen im
6695 Ausland, deren Sicherheit aus deutscher Sicht zweifelhaft ist, zum Einsatz kommen.
6696 Wir werden deshalb prüfen, auf welchem Wege wir dieses Ziel rechtssicher errei-
6697 chen.

6698
6699 **Biodiversitätsschutz**

6700 Wir werden mit einer systematischen Minderungsstrategie den Einsatz von gly-
6701 phosathaltigen Pflanzenschutzmitteln deutlich einschränken mit dem Ziel, die An-
6702 wendung so schnell wie möglich grundsätzlich zu beenden. Dazu werden wir ge-
6703 meinsam mit der Landwirtschaft Alternativen im Rahmen einer Ackerbaustrategie
6704 entwickeln und u. a. umwelt- und naturverträgliche Anwendungen von Pflanzen-
6705 schutzmitteln regeln. Die dazu notwendigen rechtlichen Maßnahmen werden wir in
6706 einem EU-konformen Rahmen verankern.

6707
6708 **Klima**

6709 Wir bekennen uns zu den national, europäisch und im Rahmen des Pariser Klima-
6710 schutzabkommens vereinbarten Klimazielen 2020, 2030 und 2050 für alle Sektoren.
6711 Deutschland setzt sich gemäß dem Pariser Klimaschutzabkommen dafür ein, die
6712 Erderwärmung auf deutlich unter zwei Grad Celsius und möglichst auf 1,5 Grad Cel-
6713 sius zu begrenzen und spätestens in der zweiten Hälfte des Jahrhunderts weltweit
6714 weitgehende Treibhausgasneutralität zu erreichen.

6715
6716 Wir setzen das Aktionsprogramm Klimaschutz 2020 und den Klimaschutzplan 2050
6717 mit den für alle Sektoren vereinbarten Maßnahmenpaketen und Zielen vollständig
6718 um und werden Ergänzungen vornehmen, um die Handlungslücke zur Erreichung
6719 des Klimaziels 2020 so schnell wie möglich zu schließen. Das Minderungsziel 2030
6720 wollen wir auf jeden Fall erreichen. Dies soll unter Beachtung des Zieldreiecks Ver-
6721 sorgungssicherheit, Sauberkeit und Wirtschaftlichkeit sowie ohne Strukturbrüche
6722 und mithilfe einer deutlichen Steigerung des Ausbaus der Erneuerbaren Energien
6723 und der Energieeffizienz realisiert werden. Wir stehen weiterhin für eine wissen-
6724 schaftlich fundierte, technologieoffene und effiziente Klimapolitik.

6725
6726 Wir werden eine Kommission „Wachstum, Strukturwandel und Beschäftigung“ unter
6727 Einbeziehung der unterschiedlichen Akteure aus Politik, Wirtschaft, Umweltverbän-
6728 den, Gewerkschaften sowie betroffenen Ländern und Regionen einsetzen, die auf
6729 Basis des Aktionsprogramms Klimaschutz 2020 und des Klimaschutzplans 2050 bis
6730 Ende 2018 ein Aktionsprogramm mit folgenden Elementen erarbeiten soll:

- 6731
- 6732 • Maßnahmen, um die Lücke zur Erreichung des 40 Prozent-Reduktionsziels bis
6733 2020 so weit wie möglich zu reduzieren,
 - 6734 • Maßnahmen, die das 2030-Ziel für den Energiesektor zuverlässig erreichen, ein-
6735 schließlich einer umfassenden Folgenabschätzung,
 - 6736 • einen Plan zur schrittweisen Reduzierung und Beendigung der Kohleverstromung,
6737 einschließlich eines Abschlussdatums und der notwendigen rechtlichen, wirt-
6738 schaftlichen, sozialen und strukturpolitischen Begleitmaßnahmen und
 - 6739 • die finanzielle Absicherung für den notwendigen Strukturwandel in den betroffe-
6740 nen Regionen und einen Fonds für Strukturwandel aus Mitteln des Bundes.

6741 Ein zeitlich paralleles Vorgehen soll für den Bau- und Verkehrssektor erfolgen. Damit
6742 schaffen wir die Grundlagen dafür, dass die Sektorziele 2030 erreicht werden. Auf
6743 dieser Grundlage wollen wir ein Gesetz verabschieden, das die Einhaltung der Kli-
6744 maschutzziele 2030 gewährleistet. Wir werden 2019 eine rechtlich verbindliche Um-
6745 setzung verabschieden.

6746
6747 Der Bund wird sich mit den betroffenen Regionen auch über die Fortführung der
6748 Braunkohlesanierung nach 2022 abstimmen.

6749
6750 Die Nationale Klimaschutzinitiative wird fortgesetzt.

6751
6752 Den EU-Emissionshandel wollen wir als Leitinstrument weiter stärken. Unser Ziel ist
6753 ein CO₂-Bepreisungssystem, das nach Möglichkeit global ausgerichtet ist, jedenfalls
6754 aber die G20-Staaten umfasst. Wir werden die Impulse der gemeinsamen Resolu-
6755 tion von Assemblée nationale und Deutschem Bundestag zum 55. Jahrestag des
6756 Élysée-Vertrags am 22. Januar 2018 aufgreifen und im Rahmen der deutsch-franzö-
6757 sischen Freundschaft die enge Zusammenarbeit bei der Umsetzung des Pariser
6758 Klimaschutzabkommens von 2015 und der Verpflichtungen des „One Planet
6759 Summit“ von 2017 fortsetzen.

6760
6761 Wir gewährleisten die internationale Wettbewerbsfähigkeit insbesondere energiein-
6762 tensiver Industrien, sichern damit unsere integrierten Wertschöpfungsketten und
6763 sorgen für einen umfassenden Schutz vor carbon leakage.

6764
6765 Wir bekennen uns zur deutschen Verantwortung für den internationalen Klimaschutz
6766 und sorgen für einen weiteren Aufwuchs der internationalen Klimaschutzfinanzierung
6767 durch Deutschland im Rahmen der Erhöhung der ODA-Mittel.

6768
6769 **2. Raumordnung**

6770 Bis 2021 werden wir auch die Raumordnungspläne für die Außenwirtschaftszonen in
6771 Nord- und Ostsee anpassen, um vor dem Hintergrund der zu erwartenden klimati-
6772 schen Veränderungen die nachhaltige Nutzung der Meere sicherzustellen.

6773 **XII. Deutschlands Verantwortung für Frieden, Freiheit und Sicherheit in der**
6774 **Welt**

6775

6776 Deutsche Außenpolitik ist dem Frieden verpflichtet und fest in den Vereinten Natio-
6777 nen und der Europäischen Union verankert. Wir setzen uns für eine dauerhaft friedli-
6778 che, stabile und gerechte Ordnung in der Welt ein. Gemeinsam mit unseren Partnern
6779 verfolgen wir einen umfassenden und vernetzten Ansatz. Dabei setzen wir auf Dip-
6780 lomatie, Dialog und Kooperation sowie Entwicklungszusammenarbeit. In diesem
6781 Rahmen bleibt die Bundeswehr – wie im Weißbuch von 2016 dargelegt – ein unver-
6782 zichtbarer Bestandteil deutscher Sicherheitspolitik. Unsere Politik basiert auf unseren
6783 Werten und dient unseren Interessen.

6784

6785 In den vergangenen Jahren ist die Welt unberechenbarer und unsicherer geworden –
6786 auch für Deutschland und Europa. Internationale Ordnungen und fundamentale Prin-
6787 zipien wie Multilateralismus, das Völkerrecht und die universelle Gültigkeit von Men-
6788 schenrechten sind unter Druck und drohen zu erodieren. Die Folgen des Klimawan-
6789 dels, Risiken von Handelskriegen, Rüstungswettläufen und bewaffneten Konflikten,
6790 Instabilität im Nahen und Mittleren Osten, Fluchtbewegungen, sowie neue aggressive
6791 Nationalismen innerhalb und außerhalb Europas fordern uns heraus und wirken bis
6792 in unsere Gesellschaften hinein.

6793

6794 In dieser Lage ist es die überragende Aufgabe deutscher Politik, auf Regeln basie-
6795 rende internationale Kooperationen, Institutionen und Organisationen als Grundlage
6796 von Frieden, Sicherheit und Stabilität zu stärken und weiterzuentwickeln. Unser Ziel
6797 ist eine gerechte Gestaltung der Globalisierung im Sinne der Agenda 2030, die allen
6798 Menschen ein Leben in Würde und Sicherheit bietet. Wir setzen auf starke Partner-
6799 schaften und Allianzen. Dabei steht die Stärkung gemeinsamen europäischen Han-
6800 delns und der Gestaltungskraft der EU im Mittelpunkt.

6801

6802 Europa wird nur dann politisch und wirtschaftlich erfolgreich sein, wenn es seiner
6803 Verantwortung in der Welt gerecht wird. Europa nutzt heute sein politisches und wirt-
6804 schaftliches Potenzial zu wenig und mit zu geringem Selbstbewusstsein. Wir brau-
6805 chen eine neue Kultur der Verantwortung, die die Glaubwürdigkeit Europas als Part-
6806 ner in der westlichen Welt erhöht und unsere Position gegenüber aufstrebenden
6807 Mächten stärkt.

6808

6809 In dieser Lage verfolgt Deutschland zwei zentrale Ziele: Europa muss international
6810 eigenständiger und handlungsfähiger werden. Gleichzeitig wollen wir die Bindung an
6811 die USA festigen. Wir wollen transatlantisch bleiben und europäischer werden.

6812

6813 Wir brauchen eine entschlossene und substanzielle Außen-, Sicherheits-, Entwick-
6814 lungs- und Menschenrechtspolitik aus einem Guss. Wir wollen die dafür zur Verfü-
6815 gung stehenden Mittel deutlich stärken, um die immensen internationalen Herausfor-
6816 derungen zu bewältigen.

6817

6818 Die Zunahme von weltweiten Krisen stellt auch Deutschland vor enorme Herausfor-
6819 derungen – sowohl in der Außen- und Verteidigungspolitik wie in der Entwick-
6820 lungszusammenarbeit. Unser Land wird gemeinsam mit unseren Nachbarn in Europa in
6821 Zukunft mehr eigene Verantwortung für seine Sicherheit und Verteidigungsfähigkeit
6822 übernehmen müssen. Zugleich werden wir noch mehr als bisher bei gemeinsamen
6823 Initiativen in den Vereinten Nationen, in der EU oder auch im bilateralen Verhältnis zu

6824 anderen Staaten gefordert werden. Humanitäre Hilfe zu leisten bei Krieg, Bürger-
6825 krieg, Hunger und Not gehört zu unserem politischen Selbstverständnis. Aber wir
6826 verfolgen dabei auch ein umfassendes Konzept für Sicherheit. Wir wissen, dass mili-
6827 tärliche Mittel zur Abwehr von Gewalt und Terror notwendig sein können. Zugleich
6828 wissen wir aber auch, dass für eine Befriedung von Konflikten insbesondere die
6829 nachhaltige Schaffung von Lebensperspektiven in den betroffenen Ländern von zen-
6830 traler Bedeutung ist. Dies gilt insbesondere für junge Menschen. Deshalb will
6831 Deutschland die für diese Aufgaben bereitgestellten Mittel angemessen erhöhen.

6832
6833 Im Rahmen der jährlichen Haushaltsaufstellung ab 2018 bis 2021 wird die Koalition
6834 zusätzlich entstehende Haushaltsspielräume prioritär dazu nutzen, neben den Ver-
6835 teidigungsausgaben zugleich die Mittel für Krisenprävention, humanitäre Hilfe, aus-
6836 wärtige Kultur- und Bildungspolitik und Entwicklungszusammenarbeit ausgehend von
6837 der Grundlage des 51. Finanzplans angemessen zu erhöhen im Verhältnis von 1:1
6838 beim Verteidigungshaushalt zu Ausgaben im Rahmen der ODA-Quote (Krisenprä-
6839 vention, humanitäre Hilfe, Auswärtige Kultur- und Bildungspolitik und Entwick-
6840 lungszusammenarbeit). Diese Erhöhungen dienen der Schließung von Fähigkeitslücken
6841 der Bundeswehr und der Stärkung der europäischen Zusammenarbeit im Verteidi-
6842 gungsbereich wie auch gleichermaßen der Stärkung der zivilen Instrumente der Au-
6843 ßenpolitik und Entwicklungszusammenarbeit im Rahmen einer umfassenden ge-
6844 meinsamen Friedens- und Sicherheitspolitik. Deutschland wird verbindlich mit dieser
6845 Haushaltspolitik und der Koppelung von Verteidigungsausgaben und ODA-
6846 quotenfähigen Ausgaben sowohl dem Zielkorridor der Vereinbarungen in der NATO
6847 folgen als auch den internationalen Verpflichtungen zur weiteren Steigerung der
6848 ODA-Quote nachkommen, deren beider Absinken bereits 2018 verhindert werden
6849 muss.

6850
6851 Die weitere (nicht ODA-quotenfähige) angemessene Mittelausstattung des Auswärti-
6852 gen Dienstes einschließlich des Konsularwesens, z. B. zum Schutz der Auslandsver-
6853 tretungen, zur vollständigen Umsetzung des Gesetzes über den Auswärtigen Dienst,
6854 sowie für den Aufbau einer einheitlichen Auslands-IT für alle Bundesbehörden, ins-
6855 besondere die diplomatischen Auslandsvertretungen, bleibt davon unberührt.

6856 **1. Europäische Außen- und Sicherheitspolitik**

6857 Wir wollen eine Europäische Union, die nach innen erfolgreich ist und zugleich in der
6858 globalisierten Welt unsere Interessen wahrt und mit unseren Werten überzeugt. Hier-
6859 zu braucht sie eine kraftvolle gemeinsame Außen-, Sicherheits-, Verteidigungs- und
6860 Entwicklungspolitik, die weit intensiver als bisher mit einer Stimme spricht und mit gut
6861 ausgestatteten und aufeinander abgestimmten zivilen und militärischen Instrumenten
6862 arbeitet.

6863
6864
6865 Dafür müssen die außenpolitischen Entscheidungsmechanismen innerhalb der EU
6866 fortentwickelt werden. Analog zur Ständigen Strukturierten Zusammenarbeit im mili-
6867 tärischen Bereich (PESCO) wollen wir auch im zivilen Bereich eine vergleichbare
6868 Struktur schaffen und werden hierzu eine Initiative anstoßen. Ebenso notwendig ist
6869 auch die Weiterentwicklung der Strukturen der EU-Entwicklungspolitik.

6870
6871 Wir werden die Europäische Verteidigungsunion mit Leben füllen. Dabei werden wir
6872 die in die PESCO eingebrachten Projekte vorantreiben und das neue Instrument des
6873 Europäischen Verteidigungsfonds nutzen. Wir setzen uns für ein angemessen aus-
6874 gestattetes Hauptquartier der EU zur Führung der zivilen und militärischen Missionen

6875 ein. Wir wollen, dass die Planungsprozesse innerhalb der EU effizienter abgestimmt
6876 und mit denen der NATO harmonisiert werden. Auch im Rahmen dieser Kooperation
6877 bleibt die Bundeswehr eine Parlamentsarmee. Wir werden weitere Schritte auf dem
6878 Weg zu einer „Armee der Europäer“ unternehmen.

6879
6880 Gemeinsam mit Frankreich werden wir die vereinbarten Projekte des deutsch-
6881 französischen Arbeitsplans („Feuille de Route“) engagiert fortsetzen. Gleiches gilt für
6882 die deutsch-niederländische und die deutsch-norwegische Kooperationen, die wir
6883 ausbauen wollen.

6884
6885 Damit die Fähigkeits- und Rüstungskoooperation innerhalb Europas künftig effizienter
6886 wird, wollen wir in Zukunft militärische Fähigkeiten stärker gemeinsam planen, entwi-
6887 ckeln, beschaffen und betreiben. Dabei soll ein einheitliches Design auf Basis ein-
6888 heitlicher Fähigkeitsforderungen entwickelt werden und ein Staat die Federführung
6889 der Umsetzung des Projektes übernehmen. Ferner soll die Wertschöpfung dort erfol-
6890 gen, wo die beste unternehmerische und technologische Kompetenz in Industrie und
6891 Mittelstand liegt.

6892
6893 **Außen-, sicherheits- und entwicklungspolitische Handlungs- und Strategiefä-**
6894 **higkeit sicherstellen**

6895 Angesichts der internationalen Herausforderungen muss Deutschland seine Kapazi-
6896 täten zur strategischen Analyse stärken und seine strategische Kommunikation in-
6897 tensivieren. Deshalb wird die Bundesregierung in den Ausbau des außen-, sicher-
6898 heits- und entwicklungspolitischen Sachverständigen investieren und bestehende Ein-
6899 richtungen wie die Bundesakademie für Sicherheitspolitik (BAKS), das Deutsche
6900 Institut für Entwicklungspolitik (DIE), die Deutsche Gesellschaft für Auswärtige Politik
6901 (DGAP), die Deutsche Stiftung Friedensforschung (DSF), das German Institute of
6902 Global and Area Studies (GIGA), die Hessische Stiftung Friedens- und Konfliktfor-
6903 schung (HSFK), das Institut für Friedensforschung und Sicherheitspolitik Hamburg
6904 (IFSH), die Münchner Sicherheitskonferenz (MSC), das Zentrum für Osteuropa- und
6905 internationale Studien (ZOIS) und die Stiftung Wissenschaft und Politik (SWP) stär-
6906 ken.

6907
6908 Zur Stärkung europäischer Handlungsfähigkeit wollen wir die Idee eines „European
6909 Council on Global Responsibilities“ unterstützen, die in EU-Mitgliedstaaten wie
6910 Frankreich und Polen diskutiert wird. Der Council soll als unabhängige Institution Ini-
6911 tiativen formulieren, die Europas Wettbewerbs- und Innovationsfähigkeit ermutigen
6912 und dazu beitragen, unsere Interessen bei der Gestaltung einer neuen Weltordnung
6913 selbstbewusster zur Geltung zu bringen.

6914
6915 Die Ertüchtigung von Partnern in fragilen Regionen ist ein zentrales Ziel deutscher
6916 Sicherheitspolitik. Wir wollen darum den nationalen, von Auswärtigem Amt und Bun-
6917 desministerium der Verteidigung verantworteten Mittelansatz ausbauen und auch
6918 weiterhin den Bedarf unserer Partner an Beratung, Ausbildung und Ausstattung ab-
6919 decken. Wir setzen uns dafür ein, dass für Ertüchtigungsprojekte im Sicherheitsbe-
6920 reich auf EU-Ebene (CBSD) rasch ein gesondertes Finanzinstrument außerhalb der
6921 EU-Entwicklungsfinanzierung eingerichtet wird.

6922 **2. Internationale und europäische Bündnisse und Partnerschaften**

6923

6924 **Vereinte Nationen stärken**

6925 Die Vereinten Nationen (VN) sind Fundament einer regelbasierten Internationalen
6926 Ordnung. Deutschland will mehr Verantwortung für Frieden und Sicherheit überneh-
6927 men, auch mit Übernahme eines ständigen Sitzes im Sicherheitsrat. Für die Jahre
6928 2019/2020 streben wir einen nicht-ständigen Sitz im Sicherheitsrat an. Für die Zu-
6929 kunft streben wir einen ständigen Sitz der Europäischen Union an.

6930

6931 Wir sind bereit, unsere freiwilligen VN-Beiträge strategischer auszurichten und zu
6932 erhöhen. Wir werden die Vereinten Nationen weiterhin in der Friedenssicherung en-
6933 gagierte und verlässlich unterstützen, indem wir insbesondere Hochwertfähigkeiten für
6934 Friedensmissionen nach dem Rotationsprinzip bereitstellen. Zudem wollen wir den
6935 VN-Standort Bonn auf Grundlage eines neuen Gaststaatsgesetzes stärken.

6936

6937 **Transatlantische Partnerschaft als Werte- und Interessengemeinschaft festigen**

6938 Mit den USA und Kanada verbindet uns eine starke Werte- und Interessengemein-
6939 schaft. Nur gemeinsam können wir die Herausforderungen in unserer Nachbarschaft
6940 und die der Globalisierung bewältigen. Davon lassen wir uns in unseren Beziehun-
6941 gen leiten. Diese bleiben auch wirtschaftlich von herausragender Bedeutung für
6942 Wohlstand und Wettbewerbsfähigkeit für Deutschland und Europa.

6943

6944 Die USA durchlaufen einen tiefgreifenden Wandel, der uns vor große Herausforde-
6945 rungen stellt. Darauf werden wir unsere Politik entsprechend ausrichten. Wir wollen
6946 darauf mit Dialog und verstärkten Kooperationsangeboten reagieren. Wir setzen uns
6947 für einen offenen, intensiven Dialog mit der US-Administration, dem Kongress und
6948 Vertretern der US-Bundesstaaten ein und intensivieren unsere Anstrengungen, deut-
6949 schen und europäischen Positionen in Washington Gehör zu verschaffen. Hierzu ge-
6950 hört eine stärkere, regelmäßige Präsenz deutscher und europäischer Entscheidungs-
6951 trägerinnen und Entscheidungsträger in den USA.

6952

6953 Um das gegenseitige Verständnis und Vertrauen der kommenden Generationen in-
6954 einander zu festigen, streben wir einen intensiveren Austausch mit der amerikani-
6955 schen Bevölkerung auch außerhalb der politischen und wirtschaftlichen Zentren der
6956 USA an, und wir wollen gezielt Institutionen fördern, die eine Plattform für diesen Dia-
6957 log bieten.

6958

6959 Wir werden das Deutschlandjahr in den USA in den Jahren 2018/2019 nutzen, um
6960 den gesellschaftlichen Dialog in aller Breite zu verstärken und die Kontaktmöglichkei-
6961 ten auszubauen.

6962

6963 Wir wollen faire und belastbare Handelsbeziehungen zu den USA. Protektionismus
6964 ist nicht der richtige Weg.

6965

6966 **Deutschland als verlässlicher Partner in NATO, OSZE und Europarat**

6967 Die NATO bleibt unverzichtbarer Garant und ist Fundament unserer Sicherheit.
6968 Deutschland ist und bleibt ein verlässlicher Partner in der Allianz.

6969

6970 Wir wollen den europäischen Beitrag zur transatlantischen Partnerschaft stärken und
6971 setzen uns für eine engere Zusammenarbeit der NATO und der EU ein. Wir wollen
6972 die vereinbarten NATO-Fähigkeitsziele erreichen und Fähigkeitslücken schließen.

6973 Deutschland wird auch künftig einen angemessenen Beitrag zum Erhalt der Ab-
6974 Abschreckungs- und Verteidigungsfähigkeit des Bündnisses und zu einer starken euro-
6975 päischen Verteidigung leisten. Zugleich bleibt die NATO dialogbereit.
6976

6977 Wir begrüßen die Wiederaufnahme von regelmäßigen Konsultationen im Rahmen
6978 des NATO-Russland-Rats und werden uns auch künftig dafür einsetzen, dieses In-
6979 strument verstärkt zur Vertrauensbildung und Konfliktreduzierung zu nutzen.
6980

6981 **OSZE**

6982 Wir bekräftigen die zentrale Rolle der Organisation für Sicherheit und Zusammenar-
6983 beit in Europa (OSZE) für die gesamteuropäische Sicherheit und Vertrauensbildung
6984 und für die Beilegung bewaffneter Konflikte in Europa. Wir setzen uns für eine Stär-
6985 kung der Sonderbeobachtermission SMM als zentrales Element zur Umsetzung der
6986 Minsker Vereinbarungen in der Ukraine ein.
6987

6988 **Europarat**

6989 Gerade in einer Zeit neuer Herausforderungen wollen wir, dass der Europarat Hüter
6990 und Bewahrer elementarer Grund- und Menschenrechte bleibt. Für die effiziente Be-
6991 wältigung der Aufgaben benötigt er eine ausreichende finanzielle Grundlage, zu der
6992 wir beitragen wollen. Wir wirken daran mit, dass eine klare wertebasierte Arbeit des
6993 Europarats stets möglich ist. Die gleichberechtigte Mitarbeit aller Mitglieder ist lang-
6994 fristig unser Ziel.
6995

6996 **3. Abrüstung und restriktive Rüstungsexportpolitik**

6997 Rüstungskontrolle und Abrüstung bleiben prioritäre Ziele deutscher Außen- und Si-
6998 cherheitspolitik. Wir wollen ein neues konventionelles und nukleares Wettrüsten auf
6999 unserem Kontinent vermeiden. Deutschland wird deshalb neue Initiativen für Rüs-
7000 tungskontrolle und Abrüstung ergreifen. Wir setzen uns entschlossen für die weltwei-
7001 te verifizierbare Abrüstung von allen Massenvernichtungswaffen ein.
7002

7003 Ziel unserer Politik ist eine nuklearwaffenfreie Welt. Wir unterstützen daher regionale
7004 Initiativen für Zonen, die frei von Massenvernichtungswaffen sind. Wir setzen auf die
7005 Einhaltung und einen stetigen und verantwortlichen Ausbau der Nichtverbreitungs-
7006 und Kontrollregime.
7007

7008 Im nuklearen Bereich setzen wir uns für die strikte Einhaltung des INF-Vertrages (In-
7009 termediate Range Nuclear Forces) ein. Eine vollständige Überprüfbarkeit ist essenzi-
7010 ell. Ein russischer Vertragsbruch, für den es begründete Sorgen gibt, hätte erhebliche
7011 Auswirkungen, weil derartige Waffen jedes Ziel in Europa erreichen könnten.
7012

7013 Solange Kernwaffen als Instrument der Abschreckung im Strategischen Konzept der
7014 NATO eine Rolle spielen, hat Deutschland ein Interesse daran, an den strategischen
7015 Diskussionen und Planungsprozessen teilzuhaben. Erfolgreiche Abrüstungsgesprä-
7016 che schaffen die Voraussetzung für einen Abzug der in Deutschland und Europa sta-
7017 tionierten taktischen Nuklearwaffen.
7018

7019 Wir wollen den „Strukturierten Dialog“ der OSZE intensivieren, um Bedrohungs-
7020 perceptionen zu erörtern, Sicherheitskooperation wiederzubeleben und die konventi-
7021 onelle Rüstungskontrolle zu stärken.
7022

7023 Wir setzen uns dafür ein, dass der Einsatz von Explosivwaffen in dicht besiedelten
7024 Gebieten, wie wir ihn mit der grausamen Kriegsführung mit Fassbomben in Syrien
7025 erleben mussten, in aller Deutlichkeit geächtet wird.

7026
7027 Autonome Waffensysteme, die der Verfügung des Menschen entzogen sind, lehnen
7028 wir ab. Wir wollen sie weltweit ächten.

7029
7030 Deutschland wird auch künftig für die Einbeziehung bewaffneter unbemannter Luft-
7031 fahrzeuge in internationale Abrüstungs- und Rüstungskontrollregime eintreten.

7032 7033 **Für eine restriktive Rüstungsexportpolitik**

7034 Wir schränken die Rüstungsexporte für Drittländer weiter ein, die weder NATO noch
7035 EU-Mitgliedsländer sind, noch diesen gleichgestellt. Ergänzend zu den Kleinwaffen-
7036 grundsätzen vom Mai 2015 sollen Kleinwaffen grundsätzlich nicht mehr in Drittländer
7037 exportiert werden. Wir schärfen noch im Jahr 2018 die Rüstungsexportrichtlinien
7038 aus dem Jahr 2000 und reagieren damit auf die veränderten Gegebenheiten.

7039
7040 Wir werden ab sofort keine Ausfuhren an Länder genehmigen, solange diese unmit-
7041 telbar am Jemen-Krieg beteiligt sind. Firmen erhalten Vertrauensschutz, sofern sie
7042 nachweisen, dass bereits genehmigte Lieferungen ausschließlich im Empfängerland
7043 verbleiben. Wir wollen diese restriktive Exportpolitik mit Blick auf den Jemen auch mit
7044 unseren Partnern im Bereich der europäischen Gemeinschaftsprojekte verabreden.

7045
7046 Auf dieser Basis streben wir ebenfalls eine gemeinsame europäische Rüstungsex-
7047 portpolitik an und wollen den gemeinsamen Standpunkt der EU fortentwickeln.

7048 7049 **4. Bilaterale und regionale Zusammenarbeit in Europa und der Welt**

7050 7051 **Westlicher Balkan**

7052 Wir stehen zur EU-Beitrittsperspektive der Staaten des westlichen Balkans. Es ist
7053 Voraussetzung für die Aufnahme von Beitrittsverhandlungen bzw. einen EU-Beitritt,
7054 dass die Staaten der Region die dafür vorgesehenen Kriterien vollständig erfüllen.
7055 Dazu gehören insbesondere umfassende, nachhaltige und unumkehrbare Reformen
7056 beim Aufbau von Rechtsstaatlichkeit und bei der Bekämpfung von Organisierter Kri-
7057 minalität und Korruption.

7058
7059 Wir setzen uns dafür ein, die Reformbemühungen der Westbalkan-Staaten noch
7060 stärker als bisher zu unterstützen. Darüber hinaus wird die Bundesregierung die Zu-
7061 sammenarbeit innerhalb der Region, insbesondere im Rahmen des „Berliner Prozes-
7062 ses“, auch in Zukunft entschieden unterstützen.

7063 7064 **Russland**

7065 Deutschland hat ein nachdrückliches Interesse an guten Beziehungen zu Russland
7066 und an enger Zusammenarbeit zur Sicherung von Frieden und zur Regelung wichti-
7067 ger internationaler Herausforderungen.

7068
7069 Russland ist unser größter europäischer Nachbar, mit dem wir Frieden in Europa, die
7070 Integrität nationaler Grenzen und die Souveränität aller Staaten nur auf Grundlage
7071 der OSZE-Prinzipien garantieren wollen. Es besteht im wirtschaftlichen Austausch
7072 ein großes Potenzial und im zivilgesellschaftlichen Bereich ein starkes Kooperations-
7073 interesse.

7074 Deshalb bedauern wir, dass Russlands Politik, einschließlich der Menschenrechtsla-
7075 ge, einen erheblichen Rückschritt bedeutet. Russland verletzt durch seine völker-
7076 rechtswidrige Krim-Annexion und das Eingreifen im Osten der Ukraine die europäi-
7077 sche Friedensordnung. Diese gegenwärtige russische Außenpolitik verlangt von uns
7078 besondere Achtsamkeit und Resilienz.

7079
7080 Deutschland und Frankreich werden sich weiter intensiv für die Lösung des Konflikts
7081 in der Ostukraine und die Umsetzung der Minsker Vereinbarungen einsetzen. Im Mit-
7082 telpunkt dieser Anstrengungen stehen zunächst die Einhaltung des Waffenstillstands
7083 im Osten der Ukraine und der Rückzug aller schweren Waffen und aller bewaffneten
7084 Einheiten aus diesem Gebiet. Diese Entwicklungen sollen durch eine Mission der
7085 Vereinten Nationen abgesichert werden. Sowohl Russland als auch die Ukraine
7086 müssen ihre Verpflichtungen aus den Minsker Vereinbarungen erfüllen.

7087
7088 Bei Umsetzung der Minsker Vereinbarungen sind wir zu einem Abbau der Sanktio-
7089 nen bereit und werden darüber einen Dialog mit unseren europäischen Partnern füh-
7090 ren.

7091
7092 Wir halten an der Vision eines gemeinsamen Wirtschaftsraums von Lissabon bis
7093 Wladiwostok fest. Beide Seiten und ganz Europa können davon profitieren.

7094
7095 Ziel unserer Politik gegenüber Russland bleibt eine Rückkehr zu auf gegenseitigem
7096 Vertrauen und friedlichem Interessenausgleich basierenden Beziehungen, die wieder
7097 eine enge Partnerschaft ermöglichen.

7098
7099 Wir werden die zivilgesellschaftliche Zusammenarbeit mit den Ländern der Östlichen
7100 Partnerschaft und mit Russland, u. a. im Petersburger Dialog, stärken und wollen die
7101 Mittel dafür erhöhen.

7102
7103 **Ukraine**
7104 Wir werden die Ukraine bei der Wiederherstellung voller territorialer Integrität sowie
7105 Stärkung der Stabilität und gesellschaftlicher Fortentwicklung engagiert unterstützen.
7106 Wir erwarten und fördern die konsequente Implementierung der Reformagenda in der
7107 Ukraine, insbesondere die Bekämpfung der Korruption, mit dem Ziel einer umfassen-
7108 den Modernisierung des Landes. Unsere Finanztransfers werden wir nur unter strik-
7109 ten Konditionalitäten gewähren.

7110
7111 Deutschland ist bereit, sich substanziell am Wiederaufbau des Donbass zu betei-
7112 gen, sobald wesentliche Fortschritte bei der Umsetzung der Minsker Vereinbarungen
7113 dies ermöglichen.

7114
7115 **Türkei**
7116 Die Türkei ist ein wichtiger Partner Deutschlands und Nachbar der EU, zu dem wir
7117 vielfältige Beziehungen haben. Deshalb haben wir ein besonderes Interesse an ei-
7118 nem guten Verhältnis zur Türkei.

7119
7120 Die Lage der Demokratie, von Rechtsstaatlichkeit und Menschenrechten in der Tür-
7121 kei hat sich seit längerem verschlechtert. Deshalb wollen wir bei den Beitrittsverhand-
7122 lungen keine Kapitel schließen und keine neuen öffnen.

7123

7124 Visa-Liberalisierung oder eine Erweiterung der Zollunion sind erst dann möglich,
7125 wenn die Türkei die notwendigen Voraussetzungen erfüllt.

7126

7127 **Region des Nahen und Mittleren Ostens, Golfregion und Nordafrika**

7128 Wir bekennen uns zu der besonderen Verantwortung Deutschlands gegenüber Israel
7129 als jüdischem und demokratischem Staat und dessen Sicherheit. Das Existenzrecht
7130 Israels ist für uns unumstößlich und ein Pfeiler deutscher Politik. Unser Ziel ist ein
7131 Leben aller Menschen im Nahen und Mittleren Osten ohne Angst und in Würde.

7132

7133 Deutschland wird sich weiter für eine Lösung des Nahostkonflikts auf Basis einer
7134 Zweistaatenlösung einsetzen. Der Status von Jerusalem wird genauso wie andere
7135 abschließende Statusthemen erst im Zuge von Verhandlungen geklärt werden, um
7136 dauerhaft akzeptiert und haltbar zu sein. Die aktuelle Siedlungspolitik Israels wider-
7137 spricht geltendem Völkerrecht und findet nicht unsere Unterstützung, weil sie eine
7138 Zwei-Staatenlösung erschwert.

7139

7140 Wir werden in der EU eine Initiative sowohl zur ausreichenden und nachhaltigen Fi-
7141 nanzierung als auch der Reform des Hilfswerks der Vereinten Nationen für Palästina-
7142 Flüchtlinge im Nahen Osten (UNRWA) ergreifen. Zugleich verurteilen wir jegliche
7143 Aufrufe zu Gewalt und Hetze. Das Existenzrecht Israels darf nicht in Frage gestellt
7144 werden. Wir fordern, dass Handlungen, egal von welcher Seite, die einer endgültigen
7145 Friedenslösung entgegenstehen, sofort beendet werden. In den palästinensischen
7146 Gebieten sind auf allen Ebenen demokratische Fortschritte nötig.

7147

7148 Der Nahe und Mittlere Osten ist von politischer Instabilität, innerstaatlichen Konflikten
7149 und regionalen Spannungen geprägt. Der Krieg in Syrien ist nicht beendet, der Terror
7150 des IS ist nicht überwunden. Diese Krisen betreffen Deutschland und Europa direkt
7151 durch Fluchtbewegungen sowie durch Terroranschläge.

7152

7153 Es ist unser zentrales Interesse, den politischen Prozess zur Überwindung des syri-
7154 schen Konflikts in Zusammenarbeit mit den internationalen Partnern mitzugestalten.
7155 Dabei halten wir am Prinzip der territorialen Integrität Syriens und des Iraks fest. Wir
7156 sind bereit, unser stabilisierendes, humanitäres und entwicklungspolitisches Enga-
7157 gement in beiden Staaten weiter zu intensivieren. Deutschland wird sich u. a. auch
7158 durch den Ausbau freiwilliger Rückkehrprogramme dafür engagieren, dass die Men-
7159 schen wieder in ihre Heimat zurückkehren können.

7160

7161 Wir werden in diesem Rahmen auch unser Engagement im Rahmen der Anti-IS-
7162 Koalition fortsetzen und anpassen.

7163

7164 Wir werden unsere Anstrengungen fortsetzen, Spannungen und Rivalitäten innerhalb
7165 der Region abzubauen. Dort, wo unsere Partner in der Region Reformen zur Moder-
7166 nisierung und Öffnung voranbringen (z. B. „Vision 2030“ in Saudi-Arabien), begrüßen
7167 wir dies. Gleichzeitig erwarten wir insbesondere die Verbesserung der besorgniser-
7168 regenden Menschenrechtsslage.

7169

7170 Wir setzen uns dafür ein, dass die Nuklearvereinbarung mit Iran (JCPOA) bewahrt
7171 und vollständig umgesetzt wird. Dazu gehört u. a. die strikte Beachtung ihrer nuklear-
7172 technischen Bestimmungen ebenso wie der Abbau spezifischer Hindernisse, die die
7173 wirtschaftliche Aktivität Irans belasten.

7174

7175 Die Rolle Irans im Nahen- und Mittleren Osten bleibt problematisch. Wir haben Sorge
7176 wegen des ballistischen Raketenprogramms und Irans Aktivitäten in seiner Nachbar-
7177 schaft. Hierzu wollen wir gemeinsam mit unseren Partnern Politikansätze entwickeln.
7178

7179 In Ländern wie Jordanien, Libanon, Ägypten und Tunesien werden wir die wirtschaft-
7180 liche und politische Stabilisierung fördern und die Resilienz gegen Gefahren terroris-
7181 tischer Strukturen stärken. Zudem werden wir die Einheitsregierung Libyens und den
7182 dortigen VN-Prozess und Institutionenaufbau auch im Rechtsbereich unterstützen.
7183

7184 **Afrika**

7185 In keiner Region der Welt zeigen sich die Veränderungen der internationalen Politik
7186 so drastisch wie in Afrika. Die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit den Staaten
7187 Afrikas ist eine zentrale Aufgabe unserer Zeit. Es liegt in unserem eigenen wirt-
7188 schaftspolitischen, sicherheitspolitischen und migrationspolitischen Interesse, zu ei-
7189 nem Abbau des Entwicklungs- und Wohlstandsgefälles beizutragen.
7190

7191 Unsere Afrika-Politik folgt inzwischen einem breiten Ansatz, an dem mehrere Res-
7192 sorts beteiligt sind. Das wird seinen Ausdruck auch in der Fortschreibung und Wei-
7193 terentwicklung unserer afrikapolitischen Leitlinien finden, an der alle betroffenen
7194 Ressorts unter Federführung des Auswärtigen Amtes beteiligt werden.
7195

7196 Aufbauend auf den Weichenstellungen der vergangenen Legislaturperiode müssen
7197 wir durch entschlossene, weitreichende Maßnahmen in zentralen Bereichen unsere –
7198 deutschen wie europäischen – Handlungsansätze ausbauen: mit neuen Ansätzen für
7199 gute Regierungsführung, für den Auf- und Ausbau der afrikanischen Friedens- und
7200 Sicherheitsarchitektur, bei der Förderung von nachhaltigen und entwicklungsfördernden
7201 Privatinvestitionen, dem Aufbau der Infrastruktur, unserer Unterstützung im Bil-
7202 dungssektor und bei der Schaffung menschenwürdiger Arbeit sowie bei der Förde-
7203 rung im Bereich der Sicherheitssektoren.
7204

7205 Anstrengungen der Afrikanischen Union (AU) und regionaler Organisationen zur ver-
7206 stärkten Integration wollen wir, auch finanziell, unterstützen.
7207

7208 Gemeinsam mit unseren europäischen Partnern werden wir die Zusammenarbeit mit
7209 der Region der G5 Sahel im Rahmen eines umfassenden Politikansatzes die zivile
7210 und sicherheitspolitische Zusammenarbeit intensivieren. Wir unterstützen den Aufbau
7211 der neu gegründeten Eingreiftruppe der G5-Sahel-Staaten.
7212

7213 **Lateinamerika**

7214 Lateinamerika und Europa haben vieles gemeinsam und teilen strategische Interes-
7215 sen. Wir wollen insbesondere unsere Handelsbeziehungen intensivieren und dabei
7216 die laufenden Verhandlungen der EU mit Mexiko und dem MERCOSUR zu einem
7217 baldigen Abschluss bringen. Neben Handelsfragen sind für uns Klimapolitik, Umwelt-
7218 schutz, soziale Gerechtigkeit, eine faire Globalisierung sowie Sicherheit und Frieden
7219 zentrale Punkte unserer Kooperation.
7220

7221 **Asien**

7222 Die ungebrochene Dynamik Asiens bietet weiterhin große Chancen für Deutschland
7223 und Europa. Gleichzeitig zeichnen sich in der Region massive Veränderungen der
7224 internationalen Ordnung ab. Asien birgt durch eine Vielzahl ungelöster Konflikte gro-

7225 ßes Konfliktpotenzial. Wir setzen uns daher ein für ein starkes wirtschafts-, gesell-
7226 schafts- und sicherheitspolitisches Engagement Deutschlands und Europas in Asien.

7227
7228 Wir wollen unsere seit Jahrzehnten mit Japan bestehende enge und bewährte
7229 Freundschaft und Wertepartnerschaft pflegen und weiterentwickeln. Dies gilt auch für
7230 Südkorea.

7231
7232 Aufgrund Indiens geostrategischer Lage, seiner Größe und seiner dynamischen Ent-
7233 wicklung haben wir ein herausragendes Interesse an der Vertiefung unserer strategi-
7234 schen Partnerschaft.

7235
7236 Chinas Politik und künftige Entwicklung ist auch für uns von großer Bedeutung. Seine
7237 geostrategische Rolle wird weiter wachsen. Dazu werden wir unsere strategische
7238 Partnerschaft ausbauen. Chinas ökonomische Entwicklung ist besonders für die
7239 deutsche Wirtschaft eine große Chance. Zugleich verlangt die Gestaltung unserer
7240 Beziehungen große Aufmerksamkeit. Deutschland und Europa müssen bei der Öff-
7241 nung ihrer Märkte auf das Prinzip der Gegenseitigkeit setzen und definieren, wo un-
7242 sere gemeinsamen strategischen Interessen liegen und wie sie gesichert werden
7243 können. Exemplarisch für Chancen und Risiken steht die Seidenstraßen-Initiative
7244 Chinas. Wir wollen hierzu eine europäische Antwort entwickeln, um unsere Interes-
7245 sen zu wahren, und deutsche und europäische Finanzinstrumente besser ausstatten
7246 und bündeln.

7247
7248 Zugleich werden wir im Dialog mit China angesichts der vielfältigen chinesischen
7249 Macht- und Einflussprojektionen die Bedeutung einer regelbasierten internationalen
7250 Ordnung für Stabilität und eine funktionierende Weltwirtschaft betonen. Dabei wer-
7251 den wir ebenso auf Wahrung von Menschenrechten und Rechtsstaatlichkeit behar-
7252 ren.

7253
7254 Nordkoreas militärisches Nuklearprogramm ist aktuell eine der größten Gefahren für
7255 den Weltfrieden. Deshalb ist das Land zu Recht mit Sanktionen belegt. Wir sind da-
7256 von überzeugt, dass es nur eine diplomatische Lösung geben kann.

7257
7258 **Afghanistan**

7259 Wir sind überzeugt, dass Afghanistan weiter unterstützt werden muss, damit es zu-
7260 künftig mit funktionierenden Sicherheitsstrukturen selbst für Sicherheit im eigenen
7261 Land sorgen kann. Unser Ziel ist ein afghanisch geführter Friedens- und Versöh-
7262 nungsprozess und eine konstruktive Einbindung der regionalen Akteure, insbesonde-
7263 re Pakistans. Wir sind bereit, gemeinsam und in Abstimmung mit unseren Verbünde-
7264 ten unser ziviles und auch unser militärisches Engagement insbesondere im Norden
7265 des Landes fortsetzen.

7266
7267 **5. Außenwirtschaftspolitik sowie Auswärtige Kultur- und Bildungspolitik**
7268 Deutschlands Wirtschaftskraft ist die Grundlage für unseren Wohlstand und zugleich
7269 Voraussetzung für unser außenpolitisches Gewicht. Die Stärke der deutschen Wirt-
7270 schaft beruht auf ihrer hohen Wettbewerbsfähigkeit und internationalen Verflechtung.

7271
7272 In den nächsten Jahren wird sich entscheiden, welche Standards und Regeln in
7273 Handel, Klima- und Energiepolitik die internationale Ordnung prägen werden. Inter-
7274 nationale Handels- und Wirtschaftspolitik hat in Zeiten von zunehmendem Protektio-
7275 nismus eine gestiegene außenpolitische Bedeutung. Deshalb wollen wir die zentra-

7276 len Institutionen eines regelbasierten, multilateralen Wirtschafts- und Handelssys-
7277 tems wie Welthandelsorganisation, OECD und Internationale Energieagentur, Inter-
7278 nationaler Währungsfonds und die Weltbank stärken und weitere Freihandelsab-
7279 kommen mit hohen, verbindlichen Standards und unter Einbeziehung der Zivilgesell-
7280 schaft schließen.

7281

7282 **Politische Stiftungen unterstützen**

7283 Die politischen Stiftungen leisten einen unverzichtbaren Beitrag zum internationalen
7284 Dialog und stärken damit auch das Ansehen der Bundesrepublik Deutschland. Wir
7285 wollen die internationale Arbeit der politischen Stiftungen auch in Zukunft unterstüt-
7286 zen und rechtlich sichern.

7287

7288 **Auswärtige Kultur- und Bildungspolitik ausbauen**

7289 Der härter werdende globale Wettbewerb um Köpfe, Ideen und Werte verdeutlicht die
7290 wichtige Aufgabe der Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik (AKBP) für Deutsch-
7291 lands Ansehen und Einfluss in der Welt. Sie ist integraler Bestandteil unserer Außen-
7292 politik. Wir wollen in dieser Legislaturperiode die Mittel für die Auswärtige Kultur- und
7293 Bildungspolitik erhöhen.

7294

7295 Wir wollen die Chancen der AKBP noch besser nutzen, indem wir den internationalen
7296 Austausch, insbesondere im Bereich Wissenschaft, Kultur, Bildung, Sprache und
7297 Sport ausbauen. Das Netzwerk des Goethe-Instituts soll insbesondere in deutsch-
7298 französischer Zusammenarbeit ausgebaut, im digitalen Bereich modernisiert und
7299 durch eine Öffnung gegenüber neuen Kooperationsformen weiterentwickelt werden.
7300 Das Netzwerk deutscher Auslandsschulen und internationaler Schulpartnerschaften
7301 soll ausgebaut und gestärkt werden. Unsere Mittler, wie etwa den Deutschen Aka-
7302 demischen Austauschdienst (DAAD), die Alexander von Humboldt-Stiftung und das
7303 Institut für Auslandsbeziehungen, unterstützen wir in ihrem Wirken.

7304

7305 Europa ist auch ein kulturelles Projekt. Deshalb soll die europäische Dimension der
7306 AKBP auf allen Ebenen auch mit Blick auf die deutsche Ratspräsidentschaft 2020
7307 noch stärker berücksichtigt werden.

7308

7309 Gerade in Krisengebieten werden wir unseren Einsatz für Kulturgüterschutz und den
7310 Erhalt kulturellen Erbes insbesondere durch das Deutsche Archäologische Institut,
7311 sowie Programme zum Schutz von verfolgten Künstlern, Wissenschaftlern und Jour-
7312 nalist*innen verstärken.

7313

7314 Wir wollen die strategische Auslandskommunikation und insbesondere die Zusam-
7315 menarbeit mit der Deutschen Welle verstärken und auf die digitale Zukunft ausrich-
7316 ten, um ein realistisches Bild von Deutschland zu befördern. Dies ist auch notwendig,
7317 um im Wettbewerb der Narrative und Werte zu bestehen und in verschiedenen Regi-
7318 onen der Welt gegen hybride Informationsverfälschung vorgehen zu können.

7319

7320 Wir wollen die kulturelle Zusammenarbeit mit Afrika verstärken und einen stärkeren
7321 Kulturaustausch befördern, insbesondere durch die Aufarbeitung des Kolonialismus
7322 sowie den Aufbau von Museen und Kultureinrichtungen in Afrika.

7323

7324 Wir wollen Mittel bereitstellen u. a. für die Ausstellung des Flugzeugs „Landshut“ im
7325 Gedenken an die Entführung im Jahr 1977 und für die dringend notwendige Sanie-
7326 rung der Abtei Dormitio in Jerusalem.

7327 Wir wollen die notwendigen Reformen der UNESCO aktiv unterstützen. Dazu werden
7328 wir die Arbeit der Deutschen UNESCO-Kommission weiterentwickeln und sie adä-
7329 quat ausstatten.

7330

7331 **Deutsche Volksgruppen und Minderheiten**

7332 Die deutschen Volksgruppen und Minderheiten sind Teil unserer kulturellen und his-
7333 torischen Identität, bereichern die kulturelle Vielfalt in ihren Ländern und stellen ein
7334 wichtiges Band der Verbindung zwischen Deutschland und seinen Partnerländern
7335 dar. Wir wollen sie weiter fördern und unterstützen.

7336

7337 **6. Menschenrechte, Krisenprävention und humanitäre Hilfe**

7338 Die Menschenrechte sind universell und unteilbar.

7339

7340 Wir wenden uns entschlossen gegen die zunehmende und gezielte Einschränkung
7341 von Zivilgesellschaften („Shrinking Spaces“), die sich für Demokratie, Rechtsstaat-
7342 lichkeit und die Einhaltung der Menschenrechte einsetzen.

7343

7344 Wir treten weiterhin konsequent ein für die Abschaffung der Todesstrafe und das
7345 Verbot von Folter, die Stärkung der Rechte von Frauen insbesondere in gewaltsa-
7346 men Konflikten, den Schutz und die Stärkung von Kinderrechten, für Arbeitnehmerin-
7347 nen und Arbeitnehmer sowie Gewerkschaftsrechte. Wir kämpfen gegen Menschen-
7348 handel, illegalen Organhandel sowie Ausgrenzung und Gewalt aufgrund sexueller
7349 Orientierung.

7350

7351 Die Menschenrechtsschutzmechanismen auf der Ebene der Vereinten Nationen, der
7352 Europäischen Union sowie des Europarates wollen wir konsequent stärken. Wir en-
7353 gagieren uns mit Nachdruck für die Arbeit des Internationalen Strafgerichtshofes und
7354 der Ad-hoc-Tribunale der Vereinten Nationen sowie deren Unterstützung durch die
7355 internationale Staatengemeinschaft und beteiligen uns an der Weiterentwicklung des
7356 humanitären Völkerrechts. Wir bekennen uns zur Europäischen Menschenrechtskon-
7357 vention. Darüber hinaus werden wir die menschenrechtliche Kohärenz zwischen den
7358 einzelnen Politikfeldern verbessern und die Menschenrechtsarchitektur in Deutsch-
7359 land stärken.

7360

7361 Zum Schutz von verfolgten Parlamentarierinnen und Parlamentariern sowie Men-
7362 schenrechtsverteidigerinnen und -verteidigern wollen wir das erfolgreiche parlamen-
7363 tarische Patenschaftsprogramm „Parlamentarier schützen Parlamentarier“ des Deut-
7364 schen Bundestags stärken.

7365

7366 Wir streben die Ratifikation des Zusatzprotokolls zum Sozialpakt der Vereinten Nati-
7367 onen sowie der ILO-Konvention 169 zum Schutz der indigenen Völker an.

7368

7369 Religionsfreiheit ist ein zentrales Menschenrecht, das weltweit zunehmend einge-
7370 schränkt oder komplett infrage gestellt wird. Das gilt für zahlreiche religiöse Minder-
7371 heiten weltweit. Unsere Solidarität gilt allen benachteiligten religiösen Minderheiten.
7372 Dazu zählt der beharrliche Einsatz für viele Millionen verfolgter Christinnen und
7373 Christen.

7374

7375 Wir werden das Amt der/des Beauftragten der Bundesregierung für weltweite Religi-
7376 onsfreiheit schaffen. Wir werden den Bericht der Bundesregierung zur weltweiten

7377 Lage der Religionsfreiheit im zweijährigen Rhythmus und systematischen Länderan-
7378 satz fortschreiben.

7379

7380 Wir setzen uns für eine konsequente Umsetzung des Nationalen Aktionsplans Wirt-
7381 schaft und Menschenrechte (NAP) ein, einschließlich des öffentlichen Beschaffungs-
7382 wesens. Falls die wirksame und umfassende Überprüfung des NAP 2020 zu dem
7383 Ergebnis kommt, dass die freiwillige Selbstverpflichtung der Unternehmen nicht aus-
7384 reicht, werden wir national gesetzlich tätig und uns für eine EU-weite Regelung ein-
7385 setzen.

7386

7387 **Krisenprävention und humanitäre Hilfe**

7388 Wir werden die im Jahr 2017 beschlossenen Leitlinien für Krisenprävention, Konflikt-
7389 bearbeitung und Friedensförderung als Referenzrahmen für Deutschlands Engage-
7390 ment zur Krisenverhütung und Friedensförderung konsequent umsetzen.

7391

7392 Wir setzen den zweiten Nationalen Aktionsplan zur VN-Resolution 1325 für eine
7393 gleichberechtigte Mitwirkung von Frauen in der Krisenprävention, Konfliktbewältigung
7394 und Friedenskonsolidierung um.

7395

7396 Wir werden den Zivilen Friedensdienst und das Zentrum für Internationale Friedens-
7397 einsätze (ZIF) als Kompetenzzentrum für Friedenseinsätze stärken. Mittelfristig stre-
7398 ben wir an, das ZIF auch für Aufbau und Unterhaltung einer kurzfristig verfügbaren
7399 zivilen Einsatzreserve zu befähigen.

7400

7401 Wir werden uns entsprechend der wachsenden Bedeutung humanitärer Hilfe enga-
7402 gieren und diese weiter ausbauen sowie die Wahrung der internationalen humanitä-
7403 ren Prinzipien und das VN-System stärken. Dieses ist sowohl im Sinne der konkreten
7404 Hilfe zum Überleben von Menschen als auch der Konfliktminimierung. Wir werden die
7405 humanitäre Hilfe stärker und effizienter mit den Aufgaben der Krisenprävention, der
7406 Stabilisierung, der Katastrophenrisikovorsorge sowie der Friedensförderung abstim-
7407 men und in Umsetzung der Beschlüsse des Humanitären Weltgipfels 2016 stärker
7408 mit der strukturbildenden Entwicklungszusammenarbeit vernetzen.

7409

7410 **7. Moderne Bundeswehr**

7411 Die Bundeswehr ist Garant unserer Sicherheit. Gemeinsam mit unseren Partnern
7412 leistet sie entscheidende Beiträge zum Schutz und zur Verteidigung unseres Landes
7413 und unserer Verbündeten. Innerhalb des umfassenden und vernetzten Ansatzes en-
7414 gagiert sie sich weltweit für Frieden und Sicherheit.

7415

7416 Wir betonen den Charakter der Bundeswehr als Parlamentsarmee. Sie unterliegt der
7417 Kontrolle des Deutschen Bundestages, der damit eine besondere Verantwortung für
7418 unsere Soldatinnen und Soldaten trägt. Damit die Bundeswehr die ihr erteilten Auf-
7419 träge in allen Dimensionen sachgerecht erfüllen kann, werden wir den Soldatinnen
7420 und Soldaten die bestmögliche Ausrüstung, Ausbildung und Betreuung zur Verfü-
7421 gung stellen – dies gilt insbesondere auch für den Bereich der persönlichen Ausstat-
7422 tung.

7423

7424 Hierzu werden wir die in der Bundeswehr eingeleiteten Trendwenden Personal, Ma-
7425 terial und Finanzen konsequent fortführen. Dabei erfordert die sicherheitspolitische
7426 Lage eine stärkere Akzentuierung der Landes- und Bündnisverteidigung. Die Grund-
7427 aufstellung der Bundeswehr muss dem Rechnung tragen.

7428 **Aktuelle Auslandseinsätze der Bundeswehr anpassen**

7429 Auslandseinsätze der Bundeswehr erfolgen stets im Rahmen eines politischen Kon-
7430 zepts, das fortlaufender Evaluierung unterliegt.

7431
7432 Die Bundeswehrmission im Nordirak war erfolgreich, der IS ist dort weitgehend militä-
7433 risch zurückgedrängt. Deshalb können wir das Ausbildungsmandat im Nordirak aus-
7434 laufen lassen und beenden. Die Obergrenze des Anti-IS-Mandats zur Unterstützung
7435 und Entlastung unserer Verbündeten, insbesondere Frankreichs, kann deutlich ab-
7436 gesenkt werden. In einem weiteren Schritt wollen wir dieses Mandat zur umfassen-
7437 den Stabilisierung und zur nachhaltigen Bekämpfung des IS-Terrors insbesondere
7438 durch capacity building weiterentwickeln.

7439
7440 Unsere Beteiligung am RSM-Mandat (Resolute Support Mission) in Afghanistan wol-
7441 len wir bei unverändertem Auftrag fortsetzen. Im Rahmen des multilateral vereinbar-
7442 ten Schutzkonzepts für Nordafghanistan werden wir die Zahl der eingesetzten Solda-
7443 tinnen und Soldaten zum Schutz der Ausbilder erhöhen.

7444
7445 Die UN-mandatierte Mission MINUSMA in Mali wird fortgesetzt. Zur Übernahme der
7446 Feldlagerverantwortung von den Niederländern werden wir die Obergrenze im gerin-
7447 gen Umfang heraufsetzen.

7448
7449 **Für die Menschen in der Bundeswehr – ein attraktiver Arbeitgeber**

7450 Das zentrale Leitbild der Inneren Führung und der Soldatin und des Soldaten als
7451 „Staatsbürger in Uniform“ ist und bleibt Maßstab. Diese Fundamente wollen wir mit
7452 dem Prozess „Innere Führung heute“ stärken. Die politische Bildung ist dabei von
7453 entscheidender Bedeutung. Ein zukunftsweisender Traditionserlass wird vornehmlich
7454 die eigene Geschichte der Bundeswehr in den Mittelpunkt stellen.

7455
7456 Kern der Einsatzbereitschaft und aller Fähigkeiten der Bundeswehr ist ausreichen-
7457 des, qualifiziertes und hochmotiviertes militärisches und ziviles Personal. Deswegen
7458 muss die Bundeswehr auch in den kommenden Jahren ein moderner, wettbewerbs-
7459 fähiger, demografiefester und attraktiver Arbeitgeber bleiben, der jederzeit über ent-
7460 sprechende Kräfte verfügt. Gute Arbeitsbedingungen sind Grundvoraussetzung für
7461 arbeitszufriedene und leistungsstarke Soldatinnen und Soldaten sowie zivile Mitarbei-
7462 terinnen und Mitarbeiter.

7463
7464 Wir werden dazu die Gedanken der Agenda Attraktivität und die Personalstrategie
7465 der Bundeswehr weiterentwickeln und ihre Wettbewerbsfähigkeit steigern.

7466
7467 Wo dies gesetzgeberisches Handeln erfordert, werden wir noch in diesem Jahr einen
7468 Gesetzentwurf zur nachhaltigen Stärkung der personellen Einsatzbereitschaft der
7469 Bundeswehr mit dem Ziel vorlegen, die Gehalts- und Besoldungsstrukturen wettbe-
7470 werbsgerecht zu gestalten, das Dienstrecht zu flexibilisieren, die mit den hohen Mobi-
7471 litätsanforderungen verbundenen hohen Belastungen besser auszugleichen und eine
7472 bessere soziale Absicherung von Bundeswehrangehörigen, insbesondere auch beim
7473 Zugang zur Gesetzlichen Krankenversicherung nach Ende der Dienstzeit von Solda-
7474 tinnen und Soldaten auf Zeit zu erreichen und dadurch Versorgungslücken zu schlie-
7475 ßen und die Berufsförderung zu stärken.

7476
7477 Unterkünfte müssen bedarfsgerecht auch für nicht unterkunftspflichtige Soldatinnen
7478 und Soldaten bereitgestellt werden.

7479 Wir werden die Ausbildungsstrukturen der Bundeswehr sowie ihre Führungs- und
7480 Ausbildungskultur in einer „Trendwende Ausbildung“ evaluieren, überprüfen und wei-
7481 terentwickeln. Dort, wo es sinnvoll ist, wollen wir die Strukturen der bisher in weiten
7482 Teilen zentralen Ausbildung wieder in die Truppe zurückführen. Dabei wird der Ver-
7483 teidigungsausschuss eingebunden.

7484
7485 Die Verantwortung des Dienstherrn, dem die Soldatinnen und Soldaten durch einen
7486 Dienst ein Leben lang verbunden sind, endet nicht mit ihrem Ausscheiden aus der
7487 Bundeswehr. Dies gilt gleichermaßen für die engsten Angehörigen der Soldatinnen
7488 und Soldaten, die im Einsatz für unser Land zu Schaden gekommen sind. Dazu ge-
7489 hört auch, dass Anträge auf Wehrdienstbeschädigung im Rahmen der gesetzlichen
7490 Regelungen schnell und unbürokratisch bearbeitet werden.

7491
7492 Für den geleisteten Dienst aller Soldatinnen und Soldaten der Bundeswehr für Frie-
7493 den und Freiheit gebührt diesen eine besondere gesellschaftliche Anerkennung. Die-
7494 ser Dank gilt auch den zivilen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Bundeswehr.

7495
7496 Infrastruktur muss insgesamt schnell zur richtigen Zeit am richtigen Ort zur sachge-
7497 rechten Aufgabenerfüllung zur Verfügung stehen. Dabei arbeitet die Bundeswehr mit
7498 den Länderbehörden eng zusammen. Dazu sind Prozesse zu evaluieren, zu optimie-
7499 ren, Zuständigkeiten zu entflechten und die Handlungskompetenz der Bundeswehr
7500 zu stärken.

7501
7502 Vor einer endgültigen Abgabe von Liegenschaften der Bundeswehr werden wir vor
7503 dem Hintergrund der Trendwenden jeweils noch einmal den zukünftigen Bedarf prü-
7504 fen. Unseren Bedarf werden wir auch in Hinblick auf Liegenschaften prüfen, deren
7505 Abgabe bereits vollzogen ist.

7506
7507 Die Bundesregierung wird dem Verteidigungsausschuss zeitnah einen umfassenden
7508 Bericht zum Militärischen Nachrichtenwesen vorlegen.

7509

7510 **Für eine modern ausgerüstete Bundeswehr**

7511 Die Bundeswehr beschafft, was sie braucht, und nicht, was ihr angeboten wird.

7512
7513 Ein transparentes, effektives und in seinen Prozessen optimiertes Rüstungswesen ist
7514 die Grundlage für die bestmögliche Ausrüstung unserer Soldatinnen und Soldaten.
7515 Wir werden darum die in der vergangenen Legislaturperiode begonnene Erneuerung,
7516 Modernisierung und Erweiterung der Bundeswehr fortführen und dabei für eine Be-
7517 beschleunigung der Prozesse, insbesondere des Beschaffungswesens, sorgen.

7518
7519 Dazu bedarf es einer Anpassung der zum Teil seit Jahrzehnten unveränderten Rah-
7520 menbedingungen des Rüstungswesens in Deutschland.

7521
7522 Wir werden bis Ende 2019 untersuchen, in welcher Weise die Beschaffungsorganisa-
7523 tion der Bundeswehr an ihren Standorten in ihrer Organisationsform angepasst wer-
7524 den sollte.

7525
7526 Wir werden neben der Sicherstellung der nachhaltigen Finanzierung der Bundeswehr
7527 die notwendigen Voraussetzungen schaffen zur Gewährleistung überjähriger Pla-
7528 nungs- und Finanzierungssicherheit für Rüstungsinvestitionen.

7529

7530 Durch die differenzierte Darstellung von Rüstungsprojekten im Haushaltsplan und die
7531 halbjährlichen Rüstungsberichte ist die Transparenz für das Parlament deutlich ge-
7532 stiegen.

7533
7534 Um den Bedarf für Einsätze bzw. einsatzgleiche Verpflichtungen schneller decken zu
7535 können, werden wir Auslegungshilfen für den Verzicht auf den EU-weiten Teilnah-
7536 mewettbewerb (§ 12 Vergabeverordnung Verteidigung und Sicherheit) zur Verfügung
7537 stellen. Zum Erhalt nationaler Souveränität bei Schlüsseltechnologien werden wir
7538 bestehende vergaberechtliche Spielräume konsequenter nutzen, Auslegungshilfen
7539 zur Verfügung stellen und prüfen, inwieweit der Ausnahmetatbestand des Art. 346
7540 des Vertrages über die Arbeitsweise der Europäischen Union in der Beschaffungs-
7541 praxis stärker herangezogen werden kann. Wir werden darüber hinaus notwendige
7542 gesetzliche Anpassungen vornehmen.

7543
7544 Zur Sicherstellung technologischer Innovationsführerschaft werden wir unter Feder-
7545 führung des Bundesministeriums der Verteidigung und des Bundesministeriums des
7546 Innern eine „Agentur für Disruptive Innovationen in der Cybersicherheit und Schlüs-
7547 seltechnologien“ (ADIC) sowie einen IT-Sicherheitsfonds zum Schutz sicherheitsrele-
7548 vanter Schlüsseltechnologien einrichten.

7549
7550 Chancen und Risiken der Digitalisierung sind auch für die Bundeswehr das entschei-
7551 dende Zukunftsthema. Die Digitalisierung der Bundeswehr ist dabei konsequent zu
7552 verfolgen und mit den erforderlichen Ressourcen zu hinterlegen. Kennzeichen der
7553 Digitalisierung ist hohes Innovationstempo – diesem gilt es auch in der Bundeswehr
7554 gerecht zu werden. Die im Weißbuch 2016 festgelegten Entwicklungslinien der Bun-
7555 deswehr im Bereich Cybersicherheit werden dabei konsequent weiter verfolgt.

7556
7557 Wir werden im Rahmen der Europäischen Verteidigungsunion die Entwicklung der
7558 Euro-Drohne weiterführen. Als Übergangslösung wird die Drohne HERON TP ge-
7559 least. Über die Beschaffung von Bewaffnung wird der Deutsche Bundestag nach
7560 ausführlicher völkerrechtlicher, verfassungsrechtlicher und ethischer Würdigung ge-
7561 sondert entscheiden. Hierzu wird die Bundesregierung eine gesonderte Vorlage er-
7562 stellen und dem Deutschen Bundestag zuleiten.

7563
7564 Vor einer zukünftigen Beschaffung von bewaffnungsfertigen Drohnen sind die kon-
7565 zeptionellen Grundlagen für deren Einsatz zu schaffen.

7566
7567 Völkerrechtswidrige Tötungen lehnen wir kategorisch ab, auch durch Drohnen.

7568
7569 **8. Entwicklungspolitik für eine gerechte Globalisierung**

7570 Globalisierung muss gerecht gestaltet werden. Die Schere zwischen arm und reich
7571 weltweit darf nicht weiter auseinandergehen.

7572
7573 Unser Auftrag ist die ambitionierte Umsetzung der entwicklungspolitischen Gipfelzu-
7574 sagen (G7 und G20), der Agenda 2030 der Vereinten Nationen mit ihren 17 Nachhaltigkeitszielen und des Pariser Klimaabkommens unter Beteiligung der Zivilgesellschaft.

7575
7576
7577
7578 Die Umsetzung der Agenda 2030 und die Förderung einer nachhaltigen Entwicklung
7579 sind Maßstab des Regierungshandelns. Die Nationale Nachhaltigkeitsstrategie wol-
7580 len wir kontinuierlich und ambitioniert weiterentwickeln.

7581 Um die vor uns liegenden globalen Herausforderungen bewältigen zu können, brau-
7582 chen wir einen Dreiklang aus öffentlichen Mitteln, nachhaltigen und entwicklungsför-
7583 dernden Privatinvestitionen und einer neuen fairen Handelspolitik. Eine gute Regie-
7584 rungsführung bei unseren Partnern ist Grundvoraussetzung für das Gelingen.

7585
7586 Wir setzen uns für eine stärkere Berücksichtigung der Interessen der Entwicklungs-
7587 länder in der internationalen Finanz- und Steuerpolitik ein, für nachhaltige Finanzie-
7588 rungsmechanismen und den Aufbau von effektiven und gerechten Steuersystemen.

7589 **Fairer Handel**

7591 Fairer und nachhaltiger Handel braucht gemeinsame Regeln und klare Leitplanken.
7592 Der beste Rahmen dafür sind die Vereinten Nationen mit ihren Organisationen für
7593 Handel (UNCTAD) und Entwicklung (UNIDO) sowie die Welthandelsorganisation
7594 (WTO) und die Internationale Arbeitsorganisation (ILO). Gemeinsam mit unseren
7595 Partnern werden wir neue Initiativen für einen entwicklungspolitisch wirksamen Ab-
7596 schluss der WTO-Welthandelsrunde und einen neuen Vorstoß für faire Handelsbe-
7597 ziehungen einbringen.

7598
7599 Wir wollen Vorreiter für eine faire Handelspolitik mit Afrika sein. Wir werden die Wirt-
7600 schaftspartnerschaftsabkommen der EU mit den afrikanischen Staaten (EPAs) da-
7601 raufhin überprüfen, ob sie der wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung dienen. Dar-
7602 über hinaus setzen wir uns dafür ein, dass in allen EU-Handels-, -Investitions- und
7603 -Wirtschaftspartnerschaftsabkommen verbindliche soziale (u. a. ILO-
7604 Kernarbeitsnormen), menschenrechtliche und ökologische Standards und konkrete
7605 Beschwerde-, Überprüfungs- und Reaktionsmechanismen vereinbart werden. Dies
7606 gilt auch für das Allgemeine Präferenzsystem (APS und APS+) der EU. Die Afrikanische
7607 Union unterstützen wir beim Aufbau einer einheitlichen panafrikanischen Frei-
7608 handelszone.

7609
7610 Die EU-Verordnung zum Handel mit Konfliktmineralien werden wir zügig in nationales
7611 Recht mit starken Durchsetzungsbestimmungen umsetzen und uns auf europäischer
7612 Ebene für die Abschaffung der Freigrenzen und Ausweitung auf die gesamte Liefer-
7613 kette einsetzen.

7614 7615 **Marshallplan mit Afrika umsetzen**

7616 Wir werden im Rahmen des Marshallplans mit Afrika die Zusammenarbeit mit Re-
7617 formpartner- und G20-Compactländern verstärken und konditionieren. Zur Umset-
7618 zung wird ein Ressortkreis unter Federführung des Bundesministeriums für wirt-
7619 schaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung gebildet. Schwerpunkte werden ein
7620 Mittelstandsförder- und Start-up-Programm, um mehr Chancen und menschenwürdige
7621 Arbeitsplätze zu schaffen und zu einer Stärkung afrikanischer Angebote beizutra-
7622 gen, ein Programm für Ausbildungspartnerschaften und zur Errichtung und Förde-
7623 rung von dezentralen Erneuerbaren Energien sein.

7624
7625 Wir unterstützen die Transformationsprozesse der südlichen Mittelmeeranrainer und
7626 wollen die Maghreb-Staaten schrittweise weiter in den europäischen Wirtschaftsraum
7627 integrieren.

7628
7629 In den Verhandlungen für den nächsten mehrjährigen Finanzrahmen der Europäi-
7630 schen Union streben wir eine Erhöhung der Mittel für unsere Zusammenarbeit mit

7631 Afrika an. Wir werden die Post-Cotonou-Verhandlungen aktiv und unter Einbindung
7632 der Zivilgesellschaft gestalten.

7633

7634 **Gleichberechtigung und Bildung als Schlüssel für eine zukunftsfähige Entwick-** 7635 **lung**

7636 Die Gleichberechtigung von Frauen und Männern sowie die Förderung der Rechte
7637 von Mädchen und Frauen bleiben Grundlage unserer Entwicklungszusammenarbeit.

7638 Wir wollen für alle gute Bildungs- und Ausbildungsmöglichkeiten entlang der gesam-
7639 ten Bildungskette fördern. Wir bauen deshalb diesen Bereich in allen Partnerländern

7640 aus und wollen bis zum Ende der Legislaturperiode unsere entsprechenden Haus-
7641 haltsmittel wesentlich steigern. Wir wollen darüber hinaus als neue Initiative Investi-

7642 tionsprojekte der regionalen Entwicklungsbanken mit beruflicher Ausbildung verbind-
7643 den. Ferner erhöhen wir die Mittel für die entwicklungspolitische Bildung im Inland.

7644 Wir wollen die Chancen der Digitalisierung auch für Entwicklungssprünge nutzen.
7645 Schwerpunkte werden die Unterstützung beim Aufbau von Digitalzentren, die Förde-

7646 rung von E-Learning und E-Health-Maßnahmen sein.
7647

7648 **Den Ausbau von sozialen Sicherungs- und Gesundheitssystemen fördern**

7649 Wir werden uns für die erfolgreiche Umsetzung des Auf- und Ausbaus universeller
7650 sozialer Basisschutzsysteme unter Einbeziehung von Gewerkschaften und Nichtreg-

7651 gierungsorganisationen einsetzen. Hierzu gehören insbesondere auch Gesundheits-
7652 systeme.

7653

7654 Wir wollen in die öffentliche Forschung investieren, um insbesondere vernachlässigte
7655 und armutsbedingte Krankheiten zu bekämpfen. Internationale Partnerschaften wie

7656 den Globalen Fonds gegen Aids/HIV, Tuberkulose und Malaria (GFATM) und die
7657 globale Impfallianz (GAVI) wollen wir mit ausreichenden Mitteln ausstatten und unse-

7658 re gegebenen Zusagen erfüllen.
7659

7660 **Für eine Welt ohne Hunger und Armut**

7661 Die Überwindung von Hunger und Armut in der Welt ist ein wesentliches Ziel unserer
7662 Entwicklungspolitik. Wir wollen die ländlichen Räume auch im Rahmen der Sonder-

7663 initiative „Eine Welt ohne Hunger“ stärken und stellen die Förderung von Kleinbäue-
7664 rinnen und -bauern, lokale nachhaltige Lösungen und genossenschaftliche Ansätze

7665 in den Vordergrund. Die Förderung soll vorrangig der Lebensmittelproduktion für die
7666 lokalen und regionalen Märkte dienen.

7667

7668 Jeglichen Formen unverantwortlicher Spekulation mit Nahrungsmitteln werden wir
7669 entgegentreten. Wir bekräftigen unsere Zusage (G7-Gipfel 2015 in Elmau), 500 Milli-

7670 onen Menschen aus Hunger und Mangelernährung zu führen. Wir setzen uns für ei-
7671 nen gerechten Zugang zu Land, Wasser und Fischgründen für die lokale Bevölke-

7672 rung ein und werden „Landgrabbing“ nicht akzeptieren.
7673

7674 **Klimaschutz und die Anpassung an den Klimawandel stärken**

7675 Entwicklungs- und Schwellenländer wollen wir bei ihren Anstrengungen im Klima-
7676 schutz und bei der Anpassung an den Klimawandel sowie beim Schutz der biologi-

7677 schen Vielfalt unterstützen. Wir setzen konsequent auf die Förderung Erneuerbarer
7678 Energien, auf eine dezentrale Versorgung, insbesondere in ländlichen Gebieten, so-

7679 wie auf den Zugang zu sauberer, bezahlbarer und sicherer Energie. Wir werden dazu
7680 weitere Partnerschaften mit Entwicklungs- und Schwellenländern eingehen.

7681

7682 Wir wollen Investitionsanreize für Klimaschutzprojekte in Schwellen- und Entwick-
7683 lungsländern setzen, die Strukturen für eine Green-Economy und den Ausbau Er-
7684 neuerbarer Energien verbessern. Wir wollen durch multi- und bilaterale Entwick-
7685 lungszusammenarbeit den Aus- und Aufbau von Kreislaufwirtschaftssystemen unter-
7686 stützen.

7687

Fluchtursachen bekämpfen – Zukunftsperspektiven schaffen

7688 Existenzielle Notlagen führen zu Flucht und Migration. Wir wollen akute und struktu-
7689 relle Fluchtursachen mindern, einen entscheidenden Beitrag zum Wiederaufbau leis-
7690 ten, zur Rückkehr von Flüchtlingen beitragen und Aufnahmeländer bei der Bewälti-
7691 gung ihrer Herausforderungen weiter unterstützen. Darum bauen wir insbesondere
7692 unser „Cash for Work“-Programm und weitere Programme weiter aus.

7693

Entwicklungsfinanzierung und nachhaltige Investitionen ausbauen

7694
7695 Wir werden auch unsere Ausgaben in den Bereichen Entwicklungszusammenarbeit,
7696 Humanitäre Hilfe und zivile Krisenprävention deutlich erhöhen. Die Erreichung der
7697 ODA-Quote von 0,7 Prozent ist unser Ziel.

7698

7699
7700 Wir werden die Zusage, 0,15-0,2 Prozent des Brutto-Nationaleinkommens für die
7701 ärmsten Länder (LDCs) bereit zu stellen, so schnell wie möglich erreichen.

7702

7703 Wir werden Möglichkeiten prüfen, um Fondsgründungen mit Sitz in Deutschland mit
7704 privatem Kapital für entwicklungspolitische Zwecke zu realisieren.

7705

7706 Wir wollen die Instrumente der Deutschen Investitions- und Entwicklungsgesellschaft
7707 anpassen.

7708

7709 Der Einsatz staatlicher Mittel zur Mobilisierung und Absicherung privaten Kapitals
7710 kann nur dann gewährt werden, wenn die Vorhaben überprüfbar im Einklang mit den
7711 international anerkannten Sozial-, Arbeits- und Umweltstandards stehen. Für die
7712 Förderung von nachhaltigen privaten Investitionen des Mittelstandes prüfen wir mit
7713 enger parlamentarischer Begleitung die Erarbeitung eines Entwicklungsinvestitions-
7714 gesetzes. Dabei wollen wir die besonderen Herausforderungen in fragilen und am
7715 wenigsten entwickelten Ländern berücksichtigen.

7716

Unsere Kooperationspartner stärken

7717 Wir wollen das zivilgesellschaftliche Engagement fördern und dabei insbesondere
7718 Nichtregierungsorganisationen, Kirchen, Gewerkschaften, politische und private Stif-
7719 tungen und Partnerschaften mit der Wirtschaft sowie mit Kommunen stärken. Aus-
7720 tauschprogramme wie den „Weltexpertenservice“ und das Programm „weltwärts“ wol-
7721 len wir weiter ausbauen.

7722

Verbesserung der Wirksamkeit der Entwicklungszusammenarbeit

7723
7724 Wir wollen die Wirksamkeit erhöhen, indem wir Umsetzungsvorschriften überprüfen,
7725 zeitgemäß anpassen und uns besser über ODA-relevante Vorhaben abstimmen.

7726

7727 **XIII. Zusammenhalt und Erneuerung – Demokratie beleben**

7728

7729 **1. Bürgerbeteiligung**

7730 Wir werden eine Expertenkommission einsetzen, die Vorschläge erarbeiten soll, ob
7731 und in welcher Form unsere bewährte parlamentarisch-repräsentative Demokratie
7732 durch weitere Elemente der Bürgerbeteiligung und direkter Demokratie ergänzt wer-
7733 den kann. Zudem sollen Vorschläge zur Stärkung demokratischer Prozesse erarbei-
7734 tet werden.

7735

7736 **2. Kunst, Kultur und Medien**

7737

7738 **Kulturelle Vielfalt und gesellschaftlicher Zusammenhalt**

7739 Kunst und Kultur sind Ausdruck des menschlichen Daseins. In ihrer Freiheit und Viel-
7740 falt bereichern sie unser Leben, prägen unsere kulturelle Identität, leisten einen Bei-
7741 trag zu gesellschaftlichem Zusammenhalt und zur Integration und schaffen Freiräu-
7742 me für kritischen Diskurs. Kultur ist ein Spiegel unseres Selbstverständnisses, das
7743 auf der christlich-jüdischen Prägung, der Aufklärung und dem Humanismus sowie
7744 den Grundwerten der Menschenwürde, der Freiheit, der Gerechtigkeit und Solidarität
7745 beruht. Eigensinn und Eigenwert künstlerischer und kultureller Produktion bereichern
7746 unser Zusammenleben, ermöglichen kritische Debatten und fördern die persönliche
7747 Entwicklung jeder und jedes Einzelnen.

7748

7749 Kunst und Kultur sind frei. Sie sind Grundlage unserer offenen, demokratischen Ge-
7750 sellschaft und damit wichtiger Teil unseres Landes, das sich seit seiner Gründung im
7751 Herzen Europas nicht nur als Wirtschaftsmacht und Sozialstaat, sondern gerade
7752 auch als starker Kulturstaat versteht. Die kulturelle und religiöse Vielfalt Deutsch-
7753 lands bereichert uns, ist aber nicht frei von Spannungen. Gemeinsame Werte, Res-
7754 pekt vor dem Anderen und die Bereitschaft, Widersprüche auszuhalten, sind Voraus-
7755 setzungen für ein friedliches gesellschaftliches Miteinander. Gerade in Zeiten des
7756 Wandels sind eine starke und vielfältige Kunst- und Kulturszene sowie eine moderne
7757 und ermöglichende Kulturpolitik unverzichtbar. Sie besitzen die Kraft, Verständnis
7758 und Verständigung zu fördern, durch die wir souveräner im Umgang mit Konflikten
7759 und Bewährungsproben sind.

7760

7761 Im Sinne des kooperativen Kulturföderalismus stimmen wir die Kulturförderung des
7762 Bundes verstärkt mit den Ländern ab. Die Kulturhoheit liegt bei den Ländern.

7763

7764 Mit einer fortschrittlichen Kulturpolitik nach innen und außen fördern wir Dialog, Aus-
7765 tausch, Verständigung und Kooperation und stärken den Zusammenhalt in einer of-
7766 fenen und demokratischen Gesellschaft. Mit einer „Agenda für Kultur und Zukunft“
7767 wollen wir die Kulturförderung des Bundes angesichts gesellschaftlicher Herausfor-
7768 derungen wie Integration, Inklusion, Demografie, Digitalisierung, Gleichstellung, Po-
7769 pulismus, Zukunft von Arbeit und Kommunikation gemeinsam mit den Ländern,
7770 Kommunen und der Zivilgesellschaft weiterentwickeln. Auf diese Weise bekennt sich
7771 der Bund zu seiner kultur- und medienpolitischen Verantwortung für ganz Deutsch-
7772 land und zur Gleichwertigkeit der Lebensverhältnisse in allen Bundesländern. Wir
7773 wollen die Kultur in ihrer föderalen Vielfalt fördern.

7774

7775 Zur Verbesserung der Abstimmung zwischen Bund, Ländern und kommunalen Spit-
7776 zenverbänden wollen wir das kulturpolitische Spitzengespräch weiterentwickeln und
7777 strukturieren. Deshalb erachten wir es als sinnvoll, dieses einmal jährlich auch auf

7778 Einladung der für Kultur zuständigen Fachministerinnen und Fachminister der Länder
7779 durchzuführen.

7780

7781 Wir werden in der Legislaturperiode einen Bericht zur sozialen und wirtschaftlichen
7782 Situation der Künstlerinnen, Künstler und Kreativen zur Gleichstellung und Diversität
7783 im Kultur- und Medienbereich in Deutschland vorlegen. Im Rahmen dieses Berichts
7784 werden wir weitere Instrumente der Kulturförderung des Bundes prüfen, die auch
7785 Bildende Künstlerinnen und Künstler in ihrer besonderen Produktionssituation unter-
7786 stützen. Flankierend soll im Deutschen Bundestag eine Orientierungsdebatte zur La-
7787 ge von Kunst und Kultur in unserem Land stattfinden. Darüber hinaus setzen wir uns
7788 für eine Berücksichtigung der Kultur in Debatten zur nachhaltigen Entwicklung auf
7789 nationaler und internationaler Ebene ein.

7790

7791 Wir wollen Gleichstellung und Geschlechtergerechtigkeit in Kunst, Kultur und Medien
7792 weiter ausbauen: Mehr Frauen müssen Führungsverantwortung in Kultur- und Medi-
7793 einrichtungen übernehmen und künstlerische Leistungen geschlechterunabhängig
7794 honoriert werden. Die Besetzung von z. B. Jurys und Gremien hat ausgewogener zu
7795 erfolgen, damit das künstlerische Schaffen von Frauen wie Männern angemessen
7796 einbezogen werden kann. Wir beziehen bei Stipendienvergaben und Förderent-
7797 scheidungen auch das Prinzip der Geschlechtergerechtigkeit ein. Wir wollen den mit
7798 dem „Runden Tisch Frauen in Kultur und Medien“ begonnenen Prozess zur Herstel-
7799 lung von Geschlechtergerechtigkeit sowie der Verbesserung gleicher Chancen für
7800 Frauen und Männer fortführen. Wir unterstützen Maßnahmen für ein diskriminie-
7801 rungs- und gewaltfreies Arbeitsumfeld für Künstlerinnen und Künstler.

7802

7803 Die Koalitionsparteien würdigen das Wirken der Kirchen und Religionsgemeinschaf-
7804 ten. Sie sind wichtiger Teil unserer Zivilgesellschaft und Partner des Staates. Auf Ba-
7805 sis der christlichen Prägung unseres Landes setzen wir uns für ein gleichberechtigtes
7806 gesellschaftliches Miteinander in Vielfalt ein. Wir suchen das Gespräch mit den Kir-
7807 chen und Religionsgemeinschaften und ermutigen sie zum interreligiösen Dialog,
7808 denn das Wissen über Religionen, Kulturen und gemeinsame Werte ist Vorausset-
7809 zung für ein friedliches Miteinander und gegenseitigen Respekt. Wir werden Antise-
7810 mitismus entschieden bekämpfen und ebenso anti-islamischen Stimmungen entge-
7811 gentreten.

7812

7813 **Kulturelle Infrastruktur und Kulturförderung**

7814 Indem wir Kultur und (kulturelle) Bildung für alle zugänglich machen, im urbanen und
7815 ländlichen Gebiet, unabhängig von Einkommen und Herkunft, ermöglichen wir echte
7816 Teilhabe am sozialen und kulturellen Leben. Deshalb wollen wir einen besseren Zu-
7817 gang zu kulturellen Einrichtungen und Inhalten im analogen wie im digitalen Raum
7818 und gemeinsam mit Ländern und Kommunen dafür sorgen, dass die kulturelle Infra-
7819 struktur und das kulturelle Erbe erhalten, gestärkt und modernisiert werden. Die auf
7820 ganz Deutschland gerichteten Programme zur Förderung von Investitionen, zur zeit-
7821 genössischen Kunst- und Kulturproduktion, zur kulturellen Infrastruktur und insbe-
7822 sondere zur freien Kultur sollen mit dem Ziel einer größeren Verteilungsgerechtigkeit
7823 gestärkt sowie für Kultur- und Bildungseinrichtungen auf dem Weg ins digitale
7824 21. Jahrhundert geöffnet werden.

7825

7826 Um die kulturelle Infrastruktur in ganz Deutschland zu erhalten und weiter zu entwi-
7827 ckeln, sowie bestehende Förderprogramme und bundesgeförderte Einrichtungen für

7828 eine stärkere Wirkung in der Fläche zu ertüchtigen, wollen wir gemeinsam mit den
7829 Ländern folgende Maßnahmen umsetzen:

7830

7831 In einem gesamtdeutschen Katalog werden die durch den Bund geförderten, überre-
7832 gional und gesamtstaatlich bedeutsamen Kultureinrichtungen und -veranstaltungen
7833 aufgenommen und damit ihr nationaler und internationaler Rang herausgestellt. Der
7834 Bund bekennt sich dazu, kulturelle Projekte von nationaler Bedeutung in allen Teilen
7835 Deutschlands maßgeblich zu unterstützen.

7836

7837 Wir wollen das Programm „Investitionen für nationale Kultureinrichtungen in Ost-
7838 deutschland – Invest Ost“ als gesamtdeutsches Programm erweitern. Um eine Stär-
7839 kung der kulturellen Orte in Städten, Gemeinden und im ländlichen Gebiet, im analo-
7840 gen wie im digitalen Raum zu erreichen, wollen wir die Förderung auch für kommer-
7841 zielle kulturelle Veranstaltungsorte prüfen.

7842

7843 Es wird eine umfassende Digitalisierungsstrategie des Bundes entwickelt, die auch
7844 eine mit substanziellen finanziellen Mitteln unterlegte Strategie für die Zukunft von
7845 Kultureinrichtungen und ihre digitale Transformation umfasst, unterstützt und fördert.
7846 Die Deutsche Digitale Bibliothek ist ein national bedeutsames Projekt, das in enger
7847 Vernetzung mit entsprechenden Angeboten der Länder und der EUROPEANA das
7848 kulturelle Erbe in Deutschland erschließt. Das Förderkonzept zur Digitalisierung des
7849 nationalen Filmerbes setzen wir gemeinsam mit den Ländern und der Filmwirtschaft
7850 zügig um.

7851

7852 Mit einem Programm „Kultur in den Regionen“ fördern wir zeitgenössische Kunst und
7853 Kultur. Insbesondere der freien Kultur ermöglichen wir damit deutschlandweit und
7854 auch grenzüberschreitend innovative kulturelle und künstlerische Einzelprojekte und
7855 Veranstaltungen.

7856

7857 Für eine zeitgemäße und auf die Bedarfe der Kulturszene ausgerichtete Zuwen-
7858 dungspraxis wollen wir eine Vereinfachung und Entbürokratisierung erwirken. Zudem
7859 werden wir bewährte Förderinstrumente, wie die Bundeskulturförderfonds, entspre-
7860 chend ausbauen und die Förderung der internationalen Produktionshäuser nach
7861 Evaluierung substanziell stärken.

7862

7863 Das Programm LandKULTUR wollen wir weiterführen und mit anderen kulturpoliti-
7864 schen Zielen, wie z. B. der kulturellen Vermittlung und Integration, noch stärker ver-
7865 knüpfen.

7866

7867 Mit der Förderung von national und international relevanten Festivals wollen wir die
7868 vielfältigen Kulturschätze in unserem Land unterstützen.

7869

7870 Die von der Kulturstiftung des Bundes entwickelten erfolgreichen Initiativen zur Stär-
7871 kung der Kulturarbeit außerhalb der Metropolen sollen fortgesetzt und, wenn möglich,
7872 bundesweit ausgebaut werden. Wir werden prüfen, wie der Bund zum Erhalt der viel-
7873 fältigen Bibliothekslandschaft und ihrer zunehmend gesellschaftlichen Bedeutung
7874 beitragen kann. Bibliotheken sollten auch im digitalen Zeitalter ihre zentralen Funkti-
7875 onen für Bildung und Kultur erfüllen können. Wir werden uns dafür einsetzen, dass
7876 Bibliotheksnutzern unter Wahrung der Vertragsfreiheit ein noch besserer Zugang
7877 zum Repertoire von E-Books ermöglicht wird.

7878

7879 Die komplementäre Finanzierung von Projekten in besonders finanzschwachen
7880 Kommunen kann auf einen Finanzierungsanteil von zehn Prozent reduziert werden.

7881
7882 Eine Initiative soll Literatur und deutsche Sprache und deren Bedeutung für unsere
7883 Gesellschaft unterstreichen.

7884
7885 Wir bekennen uns zum Schutz und zur Förderung der vier nationalen Minderheiten in
7886 Deutschland – Dänen, Sorben, Friesen sowie Sinti und Roma.

7887
7888 **Soziale Lage von Künstlerinnen, Künstlern und Kreativen**

7889 Weil es diejenigen braucht, die Kunst und Kultur schaffen, erarbeiten wir weitere Lö-
7890 sungen für die besondere soziale Schutzbedürftigkeit der Künstlerinnen und Künstler
7891 und Kreativen. Deshalb setzen wir uns für die verbesserte soziale Absicherung von
7892 Künstlerinnen, Künstlern und Kreativen ein.

7893
7894 2018 schaffen wir eine sachgerechte Anschlussregelung beim Arbeitslosengeld für
7895 überwiegend kurzbefristet Beschäftigte, die den Besonderheiten der Erwerbsbiogra-
7896 fien der in der Kultur Beschäftigten hinreichend Rechnung trägt.

7897
7898 Wir setzen uns für den Erhalt der Künstlersozialversicherung ein und werden prüfen,
7899 wie dort der wechselnde Erwerbsstatus vieler Akteure des Kultur- und Medienbe-
7900 reichs besser berücksichtigt werden kann. Dabei ist eine Erweiterung der abgabe-
7901 pflichtigen Verwerter um digitale Plattformen, die eine kommerzielle Verwertung
7902 künstlerischer Leistungen ermöglichen, anzustreben.

7903
7904 **Hauptstadtkultur**

7905 Im kulturellen Selbstverständnis des Landes spielt die Hauptstadt Berlin eine bedeu-
7906 nende, repräsentative Rolle. Die Kulturpolitik des Bundes in und für Berlin ist Aus-
7907 druck der Anerkennung der besonderen Rolle und Aufgabe der Hauptstadt, die auch
7908 im Grundgesetz ihre Verankerung gefunden hat. Angesichts der aktuellen Heraus-
7909 forderungen wollen wir gemeinsam mit den Ländern die Stiftung Preußischer Kultur-
7910 besitz strukturell an die Anforderungen eines modernen Kulturbetriebs mit internatio-
7911 naler Ausstrahlung auf Grundlage einer Evaluierung durch den Wissenschaftsrat an-
7912 passen. Wir streben an, dass sich das Humboldt Forum weit über seine Museums-
7913 und Ausstellungsarbeit hinaus zu einer internationalen Dialogplattform für globale
7914 kulturelle Ideen entwickelt.

7915
7916 **Kulturelle Bildung**

7917 Wir wollen ein gesamtstaatliches Bündnis für kulturelle Bildung und Vermittlung so-
7918 wie Medienkompetenz schließen, um den Zugang zu Kunst, Kultur, Bildung und Me-
7919 dien zu stärken. Kulturelle Bildung hat eine überragende Bedeutung für die individu-
7920 elle Persönlichkeitsentfaltung wie auch für das Selbstverständnis und die Teilhabe an
7921 unserer Gesellschaft. Kulturelle Bildung ist auch ein Schlüsselfaktor der Integration,
7922 sie erschließt den Zugang zum gesellschaftlichen Leben.

7923
7924 Wir wollen ein gesamtstaatliches Bündnis der inklusiven kulturellen Bildung. Dieses
7925 wollen wir mit anderen bestehenden Initiativen zur kulturellen Bildung, wie etwa dem
7926 Preis für kulturelle Bildung, wo es sinnvoll ist, bündeln und stärken. Um jedem von
7927 Kindesbeinen an Zugang zu kulturellen Angeboten zu ermöglichen, unterstützen wir
7928 mit Bundesmitteln die Initiative „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“ mit außer-
7929 schulischen Angeboten wie Vorlesepaten, Theatern, Musikschulen oder Bibliotheken.

7930 Die Mittel für kulturelle Bildung im Kinder- und Jugendplan des Bundes, für das Frei-
7931 willige Soziale Jahr Kultur, den Bundes- und den internationalen Freiwilligendienst
7932 „Kulturweit“ wollen wir verstärken.

7933
7934 Soziokulturelle Zentren spielen eine zentrale Rolle für Integration und Teilhabe vor
7935 Ort und sollen gestärkt werden.

7936
7937 Wir wollen mehr Menschen für kulturelle Angebote interessieren und begeistern. Der
7938 Bund ist daher bestrebt, ausgehend vom Modellversuch eines kostenfreien Eintritts
7939 zur Dauerausstellung im Humboldt Forum, in den vom Bund geförderten Kulturein-
7940 richtungen vermehrt und regelmäßig den freien Eintritt zu ermöglichen.

7941
7942 Die vom Bund geförderten Kultureinrichtungen sollen das Ziel umfassender kulturel-
7943 ler Teilhabe als Kern- und Querschnittsaufgabe in der Organisationsstruktur veran-
7944 kern und nach Möglichkeit in den Bereichen Gremien und Personal, Ansprache des
7945 Publikums, Programmgestaltung und Zugänglichkeit ihrer Angebote berücksichtigen.
7946 Wir begrüßen, dass Einrichtungen der kulturellen und politischen Bildung des Bun-
7947 des, auch vor dem Hintergrund der erinnerungspolitischen Arbeit der Geschichtsmu-
7948 seen des Bundes sowie der Gedenk- und Erinnerungsorte, stärker zusammenarbei-
7949 ten. Wir wollen die pädagogische Vermittlungsarbeit bei den vom Bund geförderten
7950 Museen, Gedenkstätten und anderen Kultureinrichtungen personell und finanziell
7951 deutlich stärken.

7952 7953 **Gedenken und Erinnern**

7954 Ohne Erinnerung keine Zukunft – zum demokratischen Grundkonsens in Deutsch-
7955 land gehören die Aufarbeitung der NS-Terrorherrschaft und der SED-Diktatur, der
7956 deutschen Kolonialgeschichte, aber auch positive Momente unserer Demokratiege-
7957 schichte.

7958
7959 Deutschland ist aufgrund seiner Geschichte besonders dafür verantwortlich, die Erin-
7960 nerung an die Folgen von Diktatur und Gewaltherrschaft wachzuhalten. Dies ist Teil
7961 unseres nationalen Selbstverständnisses. Das Gedenken an die beiden deutschen
7962 Diktaturen darf nicht mit Verweis auf die jeweilige andere zu einer Relativierung der
7963 NS-Terrorherrschaft noch zu einer Bagatellisierung des SED-Unrechts führen.

7964
7965 Wir wollen die dezentrale Erinnerungskultur mit ihrem zivilgesellschaftlichen Enga-
7966 gement stärken und zukünftig auch kleinere Initiativen und Gedenkstätten im In- und
7967 Ausland besser unterstützen. Wir wollen den Erhalt der authentischen Gedenkorte
7968 und Zeugnisse kontinuierlich fördern und Steigerungen der Bundesbeteiligungen bei
7969 den Investitionen im Bereich der Erinnerungskultur erreichen. Die Bundesregierung
7970 unterstützt vielfältige Aktivitäten und Projekte der Aufarbeitung der
7971 NS-Terrorherrschaft und der SED-Diktatur, die Toleranz fördern, Sozialkompetenz
7972 und Demokratieverständnis stärken, gerade auch in der Arbeit mit Jugendlichen und
7973 Erwachsenen und im Zusammenwirken mit Zeitzeugen.

7974
7975 Wir wollen vor allem jüngere Menschen dazu bewegen, Gedenkstätten zu besuchen.
7976 Deshalb unterstützen wir die Gedenkeinrichtungen bei der Weiterentwicklung ihrer
7977 pädagogischen, digitalen und audio-visuellen Vermittlungskonzepte. Eine ethnisch
7978 und religiös zunehmend heterogene Zusammensetzung der Besuchergruppen erfor-
7979 dert dabei eine besondere Aufmerksamkeit. Neben der Stärkung der pädagogischen
7980 Arbeit wird als ein Teil dieser Förderinitiative das Programm „Jugend erinnert“ ins

7981 Leben gerufen, um Austausch und Begegnungen sowie Gedenkstättenfahrten mit
7982 entsprechenden Workshops für Schulklassen zu fördern und damit dem wachsenden
7983 Antisemitismus und Antiziganismus entgegenzuwirken.
7984
7985 Wir bekennen uns zur Unterstützung der jüdischen Gemeinden. Wir sind dankbar,
7986 dass sich in Deutschland nach der Shoah wieder ein reichhaltiges jüdisches Leben
7987 entfaltet hat. Nach der Entrechtung und der Ermordung von sechs Millionen europäi-
7988 schen Juden haben wir Deutschen eine immerwährende Verantwortung im Kampf
7989 gegen Antisemitismus.
7990
7991 Bisher weniger beachtete Opfergruppen des Nationalsozialismus wollen wir aner-
7992 kennen und ihre Geschichte aufarbeiten. Wir stärken in der Hauptstadt das Geden-
7993 ken an die Opfer des deutschen Vernichtungskrieges im Osten im Dialog mit den
7994 osteuropäischen Nachbarn.
7995
7996 Die Stiftung Denkmal für die ermordeten Juden Europas soll noch besser in die Lage
7997 versetzt werden, Initiativen, insbesondere in Osteuropa, zu bestehenden Gedenk-
7998 orten bei ihrer Aufarbeitungsarbeit zu unterstützen oder Initiativen für die Erforschung
7999 noch unbekannter Orte des Holocaust zu fördern.
8000
8001 Auch die fortgesetzte Aufarbeitung der NS-Vergangenheit von Ministerien, Bundes-
8002 behörden sowie des Deutschen Bundestags wird weiter unterstützt.
8003
8004 In Zusammenarbeit mit Opferverbänden und Gedenkstätten wollen wir insbesonde-
8005 re die nachwachsenden Generationen ohne eigene Diktaturerfahrung für das Un-
8006 recht der SED-Diktatur sensibilisieren.
8007
8008 Das Stasiunterlagengesetz hat sich bewährt. Die Überprüfungsmöglichkeit auf eine
8009 hauptamtliche oder inoffizielle Stasitätigkeit im öffentlichen Dienst soll für einen wei-
8010 ter zu beschränkenden Personenkreis bis zum 31. Dezember 2030 verlängert wer-
8011 den. Im Lichte der Ergebnisse der Expertenkommission und im Benehmen mit den
8012 Opferverbänden werden wir die Stasiunterlagenbehörde zukunftsfest machen.
8013
8014 Den durch SED-Unrecht Geschädigten steht auch in Zukunft eine gesellschaftliche
8015 Anerkennung und Rehabilitierung zu. Deshalb wird die Koalition die Fristen in den
8016 Rehabilitierungsgesetzen streichen.
8017
8018 Die Koalitionsparteien werden eine vom Deutschen Bundestag zu beschließende
8019 Konzeption zur Förderung der Orte deutscher Demokratiegeschichte erarbeiten. Auf
8020 Grundlage der Bundestagsbeschlüsse wollen wir mit einem Freiheits- und Einheits-
8021 denkmal in Berlin und in Leipzig an die positiven Momente unserer Demokratiege-
8022 schichte erinnern.
8023
8024 In dieser Legislaturperiode begehen wir u. a.: 70 Jahre Grundgesetz, 100 Jahre En-
8025 de des Ersten Weltkrieges, 75 Jahre Ende des Zweiten Weltkrieges, 100 Jahre Frau-
8026 enwahlrecht, 100 Jahre Weimarer Republik, 30 Jahre Friedliche Revolution und
8027 30 Jahre Deutsche Einheit. Gemeinsam mit unseren europäischen Nachbarn wollen
8028 wir daran erinnern. Nicht nur angesichts dieser wiederkehrenden Anlässe des Ge-
8029 denkens soll Geschichts- und Erinnerungspolitik verstärkt und auch als Thema der
8030 Auswärtigen Kulturpolitik etabliert werden.
8031

8032 **Kulturelles Erbe, Kolonialismus, Flucht und Vertreibung**

8033 Das immaterielle und materielle Erbe, welches in unseren Museen, Bibliotheken und
8034 Archiven bewahrt wird, ist bedeutsam für die integrierende Kraft der Kultur sowie
8035 Ausdruck unserer Identität. Dies ist auch über das Europäische Kulturerbejahr 2018
8036 hinaus Motivation, es für nachkommende Generationen zu erhalten.

8037
8038 Wir werden auch künftig mit Nachdruck eine umfassende Provenienzforschung in
8039 Deutschland vorantreiben. Wir begrüßen, dass das Deutsche Zentrum Kulturgutver-
8040 luste seine Ergebnisse zunehmend öffentlich macht.

8041
8042 Aus Anlass des 20-jährigen Bestehens der Washingtoner Erklärung von 1998 appel-
8043 lieren wir an alle öffentlichen kulturbewahrenden Einrichtungen und auch an Privat-
8044 personen in Deutschland, sich einem Begehren auf Anrufung der „Beratenden Kom-
8045 mission“ für die Rückgabe NS-verfolgungsbedingt entzogener Kulturgüter nicht zu
8046 verschließen.

8047
8048 Die Aufarbeitung der Provenienzen von Kulturgut aus kolonialem Erbe in Museen
8049 und Sammlungen wollen wir – insbesondere auch über das Deutsche Zentrum Kul-
8050 turgutverluste und in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Museumsbund – mit ei-
8051 nem eigenen Schwerpunkt fördern. Der Ankaufetat von Kulturgut, das für die deut-
8052 sche Kunst und Geschichte von besonderer Bedeutung ist, soll fortgeführt werden.

8053
8054 Wir setzen die Programme zum Erhalt des schriftlichen Kulturgutes fort. Unser kultu-
8055 relles Gedächtnis muss im wahrsten Sinne des Wortes vor dem Zerfall gerettet wer-
8056 den.

8057
8058 Wir wollen die Aufgabe der Sicherung der schriftlichen Überlieferung der Bundesre-
8059 publik für Wissenschaft, Forschung und Öffentlichkeit durch das Bundesarchiv för-
8060 dern, indem wir, wo erforderlich, in Bundesgesetzen mit Löschungsvorschriften eine
8061 Anbietungspflicht für Unterlagen prüfen.

8062
8063 Es soll ein Programm kultureller Denkmalschutz aufgelegt werden, das unter ange-
8064 messener Kofinanzierung die Sanierung und Restaurierung von Gebäuden und
8065 Denkmälern in der Fläche weiterhin fördert. Den Erhalt des baukulturellen Erbes über
8066 die Förderung von Denkmalschutz und -pflege wollen wir im Zusammenwirken mit
8067 den Ländern und unter Einbezug von Stätten der Industriekultur fortsetzen und aus-
8068 bauen, ebenso wie die Förderung der UNESCO-Welterbestätten im Inland sowie das
8069 Kulturerhalt-Programm im Ausland. Der Masterplan für die Stiftung Preußische
8070 Schlösser und Gärten soll weitergeführt werden.

8071
8072 Das kulturelle Erbe der Deutschen in Mittel- und Osteuropa und das Kulturgut der
8073 Vertriebenen, Aussiedler und Spätaussiedler sind wichtige Bestandteile der kulturel-
8074 len Identität Deutschlands. Wir wollen die im Sinne des § 96 des Bundesvertriebe-
8075 nengesetzes tätigen Einrichtungen gemeinsam mit den Heimatvertriebenen, Aus-
8076 siedlern und deutschen Minderheiten als Träger dieses Erbes sowie im Sinne der
8077 europäischen Verständigung für die Zukunft ertüchtigen und die Kulturstiftung der
8078 deutschen Vertriebenen stärken. Wir wollen außerdem dafür Sorge tragen, dass die
8079 Konzeption der Stiftung Flucht, Vertreibung, Versöhnung in der aktuellen Legisla-
8080 turperiode erfolgreich umgesetzt und weiterhin europäisch ausgerichtet wird. Die
8081 Koalitionsparteien sehen die historische Aufarbeitung von Zwangsmigration, Flucht
8082 und Vertreibung als gesamtgesellschaftliches Anliegen. Um dem Anspruch einer

8083 gemeinsamen europäischen Aufarbeitung des von Diktaturen und Gewalterfahrungen
8084 geprägten 20. Jahrhunderts gerecht zu werden, will die Koalition das Europäische
8085 Netzwerk Erinnerung und Solidarität stärker unterstützen und profilieren.

8086

8087 **Kultur- und Kreativwirtschaft**

8088 Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist nicht nur Beschäftigungs- und Wachstumstreiber,
8089 sondern auch Impulsgeber für gesellschaftliche Erneuerung und zukünftige Entwick-
8090 lungen in unserer Arbeitswelt, Wirtschaft, Kultur, Bildung und Gesellschaft.

8091

8092 Wir streben eine Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft und die Erweiterung der
8093 Innovations- und Außenwirtschaftsförderung und die Weiterentwicklung von Finan-
8094 zierungs- und Förderinstrumenten an, um inhaltebezogene und immaterielle Innova-
8095 tionen, Leistungen und Produkte der Kreativwirtschaft anzusprechen. Weiterhin wol-
8096 len wir die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für künstlerisches und kreatives
8097 Schaffen im Urheberrecht verbessern. Die Verbindung kultureller Angebote mit der
8098 Kreativwirtschaft trägt dazu bei, Städte und Regionen attraktiver zu machen.

8099

8100 Mit Blick auf die kulturellen und medialen Herausforderungen unserer Zeit brauchen
8101 wir ein starkes Urheberrecht zum Schutz des geistigen Eigentums, das bestehende
8102 Rechtspositionen im digitalen Umfeld besser schützt, zugleich aber auch die Rah-
8103 menbedingungen für kreatives Schaffen, Verwerten und Nutzen verbessert und die
8104 Verantwortlichkeit der Plattformen verbindlich beschreibt. Die europäischen Bemü-
8105 hungen um eine Urheberrechtsreform dürfen nicht hinter den deutschen Rechtsstan-
8106 dard zurückfallen.

8107

8108 Wir wollen digitale Plattformen und Intermediäre an der Refinanzierung der kulturel-
8109 len und medialen Inhalteproduktion angemessen beteiligen. Hierzu streben wir mit
8110 Blick auf Art. 13 der Urheberrechts-Richtlinie einen Ausgleich der Interessen von Ur-
8111 hebern, Nutzern und Plattformbetreibern an und werden einen Vorstoß zur Überar-
8112 beitung des Haftungsprivilegs in der E-Commerce-Richtlinie prüfen.

8113

8114 Wir setzen uns auch auf europäischer Ebene für die Anwendung des ermäßigten
8115 Mehrwertsteuersatzes bei gewerblich gehandelten Kunstgegenständen, E-Books,
8116 E-Papers und anderen elektronischen Informationsmedien ein. Wir wirken darauf hin,
8117 dass der ursprüngliche gesetzgeberische Wille für den Kunsthandel aus dem Jahr
8118 2014 verwirklicht wird.

8119

8120 **Film, Games und Musikwirtschaft**

8121 Der Film ist ein bedeutendes Kultur- und Wirtschaftsgut. Wir wollen die internationale
8122 Wettbewerbsfähigkeit des Film- und Medienstandortes Deutschland in seiner thema-
8123 tischen und regionalen Vielfalt nachhaltig sicherstellen. Wir wollen eine Gesamtbe-
8124 trachtung der audiovisuellen Industrien von Bund und Ländern.

8125

8126 Wir wollen die kulturelle und wirtschaftliche Filmförderung mindestens auf dem aktu-
8127 ellen Niveau fortsetzen. Wir wollen die Förderinstrumente, insbesondere den Deut-
8128 schen Filmförderfonds I und II sowie den German Motion Picture Fund, besser aufei-
8129 nander abstimmen und mit den Möglichkeiten von German Films, der Außenkultur-
8130 und Außenwirtschaftsförderung besser verzahnen. Wir wollen eine umfassende För-
8131 derung audiovisueller Inhalte (Kino, Serien, High-End TV, VFX, Animation, Virtual
8132 Reality) einführen, um den Produktionsstandort Deutschland weiter zu stärken und
8133 eine Abwanderung deutscher Produktionen ins Ausland zu verhindern.

8134 Wir prüfen die Einbeziehung weiterer Verwertungsformen audiovisueller Inhalte, wie
8135 z. B. Streaming-Dienste, in die solidarische Filmförderung (FFG).

8136
8137 Damit der kulturell anspruchsvolle Kinofilm in der Fläche wirkt, wollen wir den Kultur-
8138 ort Kino auch außerhalb von Ballungsgebieten durch ein kofinanziertes „Zukunfts-
8139 programm Kino“ stärken und erhalten.

8140
8141 Wir wollen seitens des Bundes eine Förderung von Games zur Entwicklung hochwer-
8142 tiger digitaler Spiele einführen, um den Entwicklerstandort Deutschland zu stärken.
8143 Den Deutschen Computerspielpreis wollen wir unter Beteiligung der Games-Branche
8144 weiterentwickeln und stärken.

8145
8146 Die Musikwirtschaft hat insbesondere im Hinblick auf die Entwicklung neuer Ge-
8147 schäftsmodelle in der Digitalisierung eine wesentliche Vorbildfunktion innerhalb der
8148 Kreativwirtschaft. Wir wollen ihre kulturellen und wirtschaftlichen Grundlagen festi-
8149 gen, ihre gemeinsamen Plattformen ausbauen und ihre internationale Wahrnehm-
8150 barkeit stärken.

8151
8152 **Medien, Medienvielfalt und Medienkompetenz**

8153 Demokratie braucht eine informierte und vielfältige Öffentlichkeit. Presse- und Medi-
8154 enfreiheit, Medienvielfalt und -qualität sind für uns grundlegende Werte, die wir ins-
8155 besondere im digitalen Zeitalter stärken müssen. Nur ein freier Zugang zu Medien
8156 und Informationen, qualitativ hochwertige journalistisch-redaktionelle Angebote und
8157 die notwendige Medienkompetenz ermöglichen kommunikative Chancenfreiheit und
8158 gleichberechtigte Teilhabe aller.

8159
8160 Im Wissen um die Zuständigkeit der Länder bekennt sich die Koalition zur dualen
8161 Medienordnung. Wir brauchen einen starken öffentlich-rechtlichen und privaten
8162 Rundfunk und eine starke und vielfältige Presselandschaft.

8163
8164 Wir sind uns einig, dass der Bund unter Wahrung der Länderkompetenz die Länder
8165 dabei unterstützt, Medienplattformen und Intermediäre wie Suchmaschinen, Video-
8166 plattformen oder soziale Netzwerke in die gemeinsamen Anstrengungen zur Siche-
8167 rung von Medienvielfalt, fairem Wettbewerb und Meinungs- und Persönlichkeits-
8168 rechtsschutz national und europäisch stärker einzubeziehen.

8169
8170 Eine freie Presse und freie Medien brauchen auch in Zukunft einen wirksamen Be-
8171 rufsgheimnis- und Informantenschutz.

8172
8173 Verlage und Journalistinnen und Journalisten brauchen verlässliche Rahmenbedin-
8174 gungen seitens der Politik. Wir wollen diese dadurch verbessern, dass eine bessere
8175 Rechtsdurchsetzung für journalistische Inhalte ermöglicht, das Presse-Grosso gesi-
8176 chert, der ermäßigte Mehrwertsteuersatz erhalten und weitergehende Instrumente
8177 wie neue Finanzierungsmodelle oder indirekte Fördermaßnahmen geprüft werden.

8178
8179 Um gute Rahmenbedingungen für eine vielfältige Medienlandschaft sicherzustellen,
8180 werden wir künftige nationale und europäische Gesetzgebungsvorhaben noch stär-
8181 ker hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf privatwirtschaftliche Medienangebote, wie
8182 z. B. durch Werbeverbote, prüfen.

8183

8184 Wir setzen uns auf europäischer Ebene dafür ein, dass es in einem gemeinsamen
8185 Binnenmarkt auch für Medien und Plattformen weder Steuer- noch Abgabeoasen
8186 gibt.

8187
8188 Wir werden das Buchpreisbindungsgesetz anpassen, damit internetgestützte Ver-
8189 tribsarten (Affiliate-Programme) die Buchpreisbindung nicht aushebeln können.

8190
8191 **Kultur und Medien in Europa und der Welt**

8192 Wir wollen eine Stärkung der Kultur- und Bildungspolitik und den Ausbau unserer
8193 kulturellen Infrastruktur im In- und Ausland, um die Werte unseres Landes im globa-
8194 len Wettbewerb der Narrative auch im digitalen Raum erfolgreich zu vertreten.

8195
8196 Bei der Vermittlung von Meinungs- und Pressefreiheit ist die Deutsche Welle ein un-
8197 verzichtbarer Akteur, den wir, wie in den letzten Jahren begonnen, finanziell deutlich
8198 weiter stärken wollen. Wir wollen das Budget der Deutschen Welle auf das vergleich-
8199 barer europäischer Auslandssender anheben. Wir begrüßen die eingeleiteten Koope-
8200 rationen der Deutschen Welle mit europäischen Rundfunkpartnern.

8201
8202 Wir setzen uns ein für eine Stärkung des Beitrags von Kultur und Bildung für ein ge-
8203 meinsames Europa. Mit Blick auf die deutsche EU-Ratspräsidentschaft im zweiten
8204 Halbjahr 2020 setzen wir auf den Beitrag von Kultur und Bildung, aber auch Presse-
8205 freiheit und Medienvielfalt, um unsere gemeinsame europäische Identität und den
8206 Zusammenhalt in einem freiheitlichen und demokratischen Europa zu fördern. Daher
8207 unterstützen wir den Ausbau des grenzüberschreitenden europäischen Kultur- und
8208 Jugendaustauschs sowie die Entfaltung einer europäischen Öffentlichkeit und einer
8209 starken Zivilgesellschaft.

8210
8211 Wir wollen die kulturelle Zusammenarbeit und den kulturellen Austausch nicht nur in
8212 der Europäischen Union, sondern in ganz Europa deutlich stärken.

8213
8214 Politik für Kultur und Wissenschaft, Medien und Bildung ist eine Politik für die offene
8215 Gesellschaft, für die Freiheit von Meinungen, Wissenschaft und Kunst. Angesichts
8216 der weltweiten Bedrohung kritischer Künstlerinnen, Intellektueller, Journalistinnen
8217 und Wissenschaftler, aber auch aus unserer historischen Verantwortung heraus un-
8218 terstützen wir eine Initiative für die Freiheit von Kunst und Wissenschaft, Presse und
8219 Meinungsfreiheit, auch im Hinblick auf Exilerfahrungen.

8220 **XIV. Arbeitsweise der Regierung und Fraktionen**

8221

8222 **1. Arbeitsweise der Regierung und Fraktionen**

8223 Wir wollen das Vertrauen in die Demokratie und in unsere staatlichen Institutionen
8224 stärken. Im Fall einer Koalitionsbildung werden wir durch unsere Arbeitsweise in der
8225 Regierung und zwischen den Fraktionen deutlich machen, dass wir uns als Bündnis
8226 der Demokratie für die Menschen in unserem Land verstehen. Wir stärken die Ent-
8227 scheidungsfindung in Bundestag und Bundesrat.

8228

8229 **2. Kooperation der Parteien**

8230 Diese Koalitionsvereinbarung gilt für die Dauer der 19. Wahlperiode. Die Koalitions-
8231 partner verpflichten sich, diese Vereinbarung im Regierungshandeln umzusetzen.
8232 Die Partner tragen für die gesamte Politik der Koalition gemeinsam Verantwortung.

8233

8234 Die Koalitionspartner CDU, CSU und SPD werden ihre Arbeit in Parlament und Re-
8235 gierung laufend und umfassend miteinander abstimmen und zu Verfahrens-, Sach-
8236 und Personalfragen Konsens herstellen. Die Koalitionspartner treffen sich im Konflikt-
8237 fall und zur Lösung streitiger grundsätzlicher Probleme zu Koalitionsgesprächen im
8238 Koalitionsausschuss.

8239

8240 Darüber hinaus tritt der Koalitionsausschuss auf Wunsch eines Koalitionspartners
8241 zusammen. Er berät Angelegenheiten von grundsätzlicher Bedeutung, die zwischen
8242 den Koalitionspartnern abgestimmt werden müssen. Die Koalitionsparteien werden
8243 sich einvernehmlich auf die Besetzung des Koalitionsausschusses verständigen.

8244

8245 Bei übergeordneten Personalfragen streben die Koalitionspartner eine insgesamt
8246 ausgewogene Lösung an, die beiden gerecht wird und eine faire Verteilung abbildet.
8247 Für Personalfragen nachgeordneter Behörden gilt das Ressortprinzip.

8248

8249 **3. Kooperation der Fraktionen**

8250 Wir wollen den Bundestag wieder zum zentralen Ort der gesellschaftlichen und politi-
8251 schen Debatte machen.

8252

8253 Die Fraktionen werden zweimal im Jahr zu internationalen und nationalen gesell-
8254 schaftlichen Themen im Plenum Orientierungsdebatten führen. Wir wollen, dass die
8255 Bundeskanzlerin dreimal jährlich im Deutschen Bundestag befragt werden kann, und
8256 die Regierungsbefragung neu strukturiert wird. Diese Vorschläge werden wir mit den
8257 anderen Fraktionen im Deutschen Bundestag besprechen.

8258

8259 Die Tagesordnung der Kabinettsitzungen soll den Fraktionen vorab mitgeteilt werden.

8260

8261 Im Bundestag und in allen von ihm beschickten Gremien stimmen die Koalitionsfrak-
8262 tionen einheitlich ab. Das gilt auch für Fragen, die nicht Gegenstand der vereinbarten
8263 Politik sind. Wechselnde Mehrheiten sind ausgeschlossen.

8264

8265 Über das Verfahren und die Arbeit im Parlament wird Einvernehmen zwischen den
8266 Koalitionsfraktionen hergestellt. Anträge und Gesetzesinitiativen auf Fraktionsebene
8267 werden gemeinsam oder, im Ausnahmefall, im gegenseitigen Einvernehmen einge-
8268 bracht. Die Koalitionsfraktionen werden darüber eine Vereinbarung treffen.

8269

8270 **4. Arbeit in der Bundesregierung**

8271 Im Kabinett wird in Fragen, die für einen Koalitionspartner von grundsätzlicher Be-
8272 deutung sind, keine Seite überstimmt. In allen Ausschüssen des Kabinetts und in
8273 allen vom Kabinett beschickten Gremien, Beiräten und Ausschüssen sind die Koaliti-
8274 onsfraktionen nach ihren Kräfteverhältnissen vertreten. Die Besetzung erfolgt im ge-
8275 genseitigen Einvernehmen. Grundsätzlich sind alle Koalitionspartner vertreten, sofern
8276 es die Anzahl der Vertreter des Bundes zulässt.

8277

8278 **5. Europapolitische Koordinierung**

8279 Um eine bestmögliche Vertretung deutscher Interessen auf europäischer Ebene zu
8280 erreichen, wird die Bundesregierung ein geschlossenes Auftreten gegenüber den
8281 europäischen Partnern und Institutionen sicherstellen. Dazu werden sich die Koaliti-
8282 onspartner unter Beibehaltung der bewährten Zuständigkeitsverteilung innerhalb der
8283 Bundesregierung und mit den Koalitionsfraktionen vorher eng abstimmen. Diese Ab-
8284 stimmungsverantwortung wird durch die Bundesministerinnen und Bundesminister im
8285 Rahmen ihrer Fach- und Koordinierungszuständigkeiten und im engen Zusammen-
8286 wirken mit der Bundeskanzlerin und dem Vizekanzler wahrgenommen. Die Koordi-
8287 nierung gilt auch für die Räte der Europäischen Union und den Europäischen Rat.

8288

8289 Die Koalitionspartner treten bei der Europawahl gemäß der Zugehörigkeit zu ihren
8290 jeweiligen europäischen Parteienfamilien sowie in den kommenden Kommunal- und
8291 Landtagswahlen in einem fairen Wettbewerb gegeneinander an.

8292

8293 **6. Evaluierung**

8294 Zur Mitte der Legislaturperiode wird eine Bestandsaufnahme des Koalitionsvertrages
8295 erfolgen, inwieweit dessen Bestimmungen umgesetzt wurden oder aufgrund aktueller
8296 Entwicklungen neue Vorhaben vereinbart werden müssen.

8297

8298 **Ressortverteilung**
8299 Die Ressortverteilung der Bundesregierung aus CDU, CSU und SPD wird wie folgt
8300 festgelegt:
8301
8302 Die CDU, CSU stellt die Bundeskanzlerin.
8303
8304 Die SPD stellt den Stellvertreter der Bundeskanzlerin.
8305
8306 Die CDU, CSU stellt die Leitung folgender Ministerien:
8307 • Innen, Bau und Heimat (CSU)
8308 • Verteidigung (CDU)
8309 • Wirtschaft und Energie (CDU)
8310 • Gesundheit (CDU)
8311 • Bildung und Forschung (CDU)
8312 • Verkehr und digitale Infrastruktur (CSU)
8313 • Ernährung und Landwirtschaft (CDU)
8314 • Wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (CSU)
8315
8316 Der Chef des Bundeskanzleramtes im Range eines Bundesministers wird von der
8317 CDU, CSU gestellt.
8318
8319 Die SPD stellt die Leitung folgender Ministerien:
8320 • Auswärtiges Amt
8321 • Finanzen
8322 • Arbeit und Soziales
8323 • Justiz und Verbraucherschutz
8324 • Familie, Senioren, Frauen und Jugend
8325 • Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit
8326
8327 Den Staatsminister für Kultur und Medien, den Staatsminister im Kanzleramt sowie
8328 den Staatsminister für Migration, Flüchtlinge und Integration stellt die CDU.
8329
8330 Die beiden Staatsminister im Auswärtigen Amt stellt die SPD.
8331
8332 Das Vorschlagsrecht für die jeweiligen Ämter liegt bei den verantwortlichen Parteien.
8333
8334
8335 Berlin, den 12. März 2018.

Künstlersozialkasse und Künstlersozialabgabe

1. Die Künstlersozialkasse

Freischaffende Künstler und Publizisten werden oftmals mit geringen und stark schwankenden Einkünften konfrontiert, worunter auch ihre soziale Absicherung leidet. Deshalb wurde 1983 die Künstlersozialkasse (KSK) mit Sitz in Wilhelmshaven geschaffen. Selbständige Künstler und Publizisten (Autoren, Sänger, Grafiker usw.) sind danach - wie Arbeitnehmer - versicherungspflichtig in der gesetzlichen Renten-, Kranken- und Pflegeversicherung. Die Beiträge für die Versicherungen werden zu 50 % von der KSK übernommen. Die Beitragszuschüsse an die versicherten Künstler und Publizisten werden zu 40 % durch Zuwendungen des Bundes aufgebracht und zu 60 % von den so genannten Verwertern, das können auch gemeinnützige Vereine und Stiftungen sein.

Diese Künstlersozialabgabe (KSA) müssen alle Unternehmen, bzw. Verwerter an die KSK leisten, die regelmäßig Aufträge an selbständige Künstler und Publizisten erteilen.

Die Künstlersozialkasse ruht damit auf zwei Säulen:

- der Versicherungspflicht der Künstler und Publizisten und
- der Abgabepflicht der Unternehmen.

Die KSK ist keine Versicherung und kein Versicherungsträger. Und die nach dem Künstlersozialversicherungsgesetz (KSVG) versicherten Künstler und Publizisten sind auch nicht »Mitglieder in der KSK«.

Die KSK ist vielmehr die Behörde, der gem. § 37 KSVG die Durchführung des KSVG obliegt.

2. Die Künstlersozialabgabe

Die Künstlersozialabgabe (KSA) ist der „Quasi-Arbeitgeberanteil“, der von allen Unternehmen, bzw. Verwertern erhoben wird, die **nicht nur gelegentlich** Werke oder Leistungen selbstständiger Künstler oder Publizisten verwerten. Der Abgabepflicht unterliegen alle an selbstständige Künstler und Publizisten- vielleicht besser: an alle Kreativen- gezahlten Entgelte. **Unerheblich ist, ob der „Kreative“ selbst bei der KSK meldepflichtig ist.**

Die KSA kann nur erhoben werden, wenn die KSK Kenntnis von dem abgabepflichtigen Unternehmen, bzw. Verwertern hat. Dieser Punkt war lange Zeit das große Problem für die KSK, denn sie verfügt bei weitem nicht über ausreichend Personal, um alle Verwerter anzuschreiben und zu prüfen. Die KSK suchte in Branchenverzeichnissen o.ä. nach abgabepflichtigen Unternehmen, bzw. Verwertern.

Die Aufgabe der Erfassung und Erstprüfung ist seit dem 01. Juli 2007 auf die Deutsche Rentenversicherung Bund mit übertragen. Sie kann auf eine umfangreiche Datei von Unternehmen, die sozialversicherungspflichtige Beschäftigte haben, zugreifen und durch entsprechenden Personaleinsatz wesentlich mehr Fälle bearbeiten als bislang die KSK allein.

2.1. Wer zählt zu den Verwertern

Verwerter im Sinne des KSVG sind u.a. Firmen, Institutionen, Verbände, **Vereine** und Gemeinden, die **regelmäßig** die Dienste von Künstlern und Publizisten in Anspruch nehmen.

„**Regelmäßig**“ ist in diesem Zusammenhang sehr eng gefasst. Einmal im Jahr kann schon eine Regelmäßigkeit sein (genauer definiert unter Punkt 2.1.2.).

Die Anmeldung als Verwerter bei der Künstlersozialkasse **muss selbstständig** erfolgen. Wer der Meldepflicht nicht nachkommt, begeht eine Ordnungswidrigkeit.

Bei einer nachträglichen Feststellung der Abgabepflicht werden ggf. für die letzten fünf Jahre Abgaben fällig.

Daraus folgt:

Wer künstlerische oder publizistische Leistungen von beispielsweise selbständigen Designern, Grafikern, Journalisten, Textern, Fotografen oder anderen Künstlern für seine werblichen Aktivitäten verwendet, ist ein so genannter Verwerter und muss eine Abgabe an die KSK leisten.

Achtung: Nicht nur gewinnorientierte Unternehmen sind » Verwerter «!

Irritation entsteht immer wieder auch durch den Begriff des abgabepflichtigen »Unternehmens«. Das KSVG betrifft nicht nur gewerbliche, gewinnorientierte Unternehmen im engeren Sinne. Die Abgabe müssen nach der Rechtsprechung des Bundessozialgerichts ggf. **vielmehr auch Städte und Gemeinden, Stiftungen und gemeinnützige Vereine zahlen**. Denn gerade auch gemeinnützige Einrichtungen sind oft im Kultursektor tätig und verwerten die Leistungen freier Künstler und Publizisten ebenso wie größere Wirtschaftsunternehmen.

Die KSK führt auf ihrer Website www.kuenstlersozialkasse.de

zur Abgabepflicht von Vereinen aus:

"Für die Künstlersozialabgabe spielt es keine Rolle, ob ein (anerkannter) gemeinnütziger Zweck verfolgt wird. Entscheidend sind allein Art und Umfang, in dem Aufträge an externe selbstständige Künstler und Publizisten erteilt werden.

Abgabepflichtig sind Vereine, die nicht nur gelegentlich solche Aufträge erteilen, wenn im Zusammenhang damit Einnahmen erzielt werden sollen. Dabei genügt aber schon ein Unkostenbeitrag. In der Regel werden Aufträge an selbstständige Künstler im Rahmen von Vereinsveranstaltungen erteilt. Bei nicht mehr als drei solchen Veranstaltungen jährlich wird keine Künstlersozialabgabe erhoben. Damit sind in der Praxis die meisten "nicht kommerziellen" Veranstalter und Vereine abgabefrei. Das gilt vor allem für Hobby- und Laienmusikvereinigungen, Liebhaberorchester, Amateurtheater und z.T. auch für Karnevalsvereine."

2.1.1. Werbung/Öffentlichkeitsarbeit des eigenen Unternehmens (§ 24 Abs. 1 S. 2 KSVG)

Abgabepflichtig sind auch Unternehmen/Verwerter, die Werbung/Öffentlichkeitsarbeit für ihr eigenes Unternehmen betreiben und **nicht nur gelegentlich** Aufträge an selbstständige Künstler oder Publizisten erteilen. Unerheblich ist dabei, ob die Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit sich auf ein bestimmtes Produkt bezieht oder das Image des Unternehmens verbessert werden soll. **Die Zwecke, die mit den Maßnahmen verfolgt werden, können vielfältig sein.** In Betracht kommen z. B. Werbung für bestimmte Produkte oder Dienstleistungen, Öffentlichkeitsarbeit für bestimmte Unternehmen oder Branchen, **Verfolgung von politischen, sozialen, karitativen o. a. Zielen, die Sammlung von Spenden oder die Finanzierung von Hilfeleistungen.**

2.1.2. Was heißt "nicht nur gelegentlich" Aufträge erteilen?

Eine „nicht nur gelegentliche“ (also „regelmäßige“) Auftragserteilung ist Voraussetzung für die Abgabepflicht als „Eigenwerber“ (Unternehmen, die für Zwecke ihres eigenen Unternehmens Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit betreiben). Soweit es auf die **Zahl der Veranstaltungen** ankommt, hat das Gesetz eine **eindeutige Grenze von nicht mehr als**

drei Veranstaltungen in einem Kalenderjahr gezogen, bis zu der keine Abgabepflicht eintritt. Werden mehr als drei Veranstaltungen durchgeführt, müssen sämtliche Entgelte für alle Veranstaltungen an die KSK gemeldet werden. Bezieht sich die Auftragserteilung nicht auf Veranstaltungen, sondern auf **andere Maßnahmen im Rahmen der Eigenwerbung (z.B. Gestaltung einer Internetseite, Entwurf eines Flyers, Gestaltung eines Geschäftsberichts oder Nutzung von Design-Leistungen)**, reicht bereits eine **einmal jährliche Auftragserteilung oder Nutzung aus**. Bei größeren Intervallen als einem Kalenderjahr ist die Voraussetzung "nicht nur gelegentlich" auch dann erfüllt, wenn Ausstellungen oder Werbemaßnahmen regelmäßig alle drei oder fünf Jahre stattfinden, eben in **regelmäßigen** Intervallen.

2.2. Worauf ist die Künstlersozialabgabe zu zahlen?

Für jede Entgeltzahlung (z. B. Gagen, Honorare, Tantiemen) durch ein Unternehmen **für künstlerische oder publizistische Leistungen an selbständige, nicht bei dem beauftragenden Unternehmen angestellte Künstler und Publizisten ist die Künstlersozialabgabe zu entrichten**. Dazu gehören auch alle Nebenkosten, z. B. Telefon- und Materialkosten.

Beispiele:

- Journalisten, die nicht bei dem beauftragenden Unternehmen abhängig beschäftigt sind,
- selbständige Kunstmaler im eigenen Atelier
- selbständige Grafik-Designer

Für Entgelte an angestellte Künstler oder Publizisten sind die gesetzlichen Sozialversicherungsbeiträge zu zahlen (z. B. angestellte Grafik-Designer in der Werbeagentur, fest angestellte Journalisten bei einer Zeitung, fest angestellte Musiker eines Orchesters).

Nicht abgabepflichtig sind:

- Zahlungen an juristische Personen (wie z.B. GmbH's)
- die gesondert ausgewiesene Umsatzsteuer,
- steuerfreie Aufwandsentschädigungen (z. B. Reise- und Bewirtungskosten)
- Entgelte, die im Rahmen der so genannten Übungsleiterpauschale in Höhe von 1.848 EUR jährlich (ab 2007: 2.100 EUR jährlich) steuerfreie Aufwandsentschädigungen sind (§ 3 Nr. 26 EStG).

Der einheitliche Abgabesatz wird jährlich nach dem aufzubringenden Beitragsvolumen ermittelt und beträgt für die Jahre:

2007 = 5,1%, 2008 = 4,9%, 2009 = 4,4%, 2010 = 3,9%, 2011 = 3,9%, 2012 = 3,9%

2013 = 4,1%

- *Gute Merk- und Informationsblätter bietet die Künstlersozialkasse auf ihrer eigenen website www.kuenstlersozialkasse.de*
- *Eine recht gute Zusammenfassung durch den DIHK findet sich unter www.braunschweig.ihk.de/DIHKMerkblattSK.pdf*
- *Rechtliche Beratung (zumeist kostenpflichtig) und diverse Informationen bieten z.B. die Rechtsanwälte Andri Jürgensen (Kiel), website: www.kuenstlersozialabgabe.de und Ulrich Poser (Hamburg) website: www.musiclawyer.de an.*
- *Kritische Informationen und auch Hilfe bietet das ksk-Forum: www.kskforum.de*

Künstlerprivilegien in der Sozialversicherung abschaffen

Bürokratische Belastungen durch die Künstlersozialabgabe stoppen!

März 2009

Ansprechpartner:

Abteilung Soziale Sicherung

T +49 30 2033-1600

soziale.sicherung@arbeitgeber.de

BDA | Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände

Zusammenfassung

Die Privilegierung selbstständiger Künstler und Publizisten gegenüber sonstigen Selbstständigen in der Sozialversicherung muss abgeschafft werden. Während alle anderen Selbstständigen in vollem Umfang selbst für die Kosten ihrer sozialen Absicherung aufkommen müssen, tragen selbstständige Künstler und Publizisten nur die Hälfte der Beiträge, die übrigen Aufwendungen müssen die sog. Verwerter über die Künstlersozialabgabe und der Staat zahlen. Für eine solche Ungleichbehandlung Selbstständiger gibt es keinen überzeugenden Grund. Dies zeigt auch der Umstand, dass das deutsche Konstrukt kein anderes europäisches Land übernommen hat. Insbesondere ist die Privilegierung der Künstler nicht durch eine im Vergleich zu sonstigen Selbstständigen ohne Beschäftigte (sog. Solo-Selbstständige) deutlich schlechtere Einkommenssituation gerechtfertigt. Die Künstlersozialversicherung sollte daher durch eine Versicherungspflicht selbstständiger Künstler und Publizisten in der Kranken-, Pflege- und Rentenversicherung ersetzt werden, auf die die gleichen beitragsrechtlichen Bedingungen wie für sonstige Selbstständige Anwendung finden.

Sofern dennoch weiter an der Privilegierung selbstständiger Künstler in der Sozialversicherung festgehalten werden soll, müssen zumindest Bürokratie entlastende Korrekturen erfolgen.

Im Einzelnen

1. Künstlerprivilegien abschaffen

1. Begründung für Privilegierung von Künstlern und Publizisten fehlt

Die Begründung für die Künstlersozialversicherung, nämlich die besondere, d. h. arbeitnehmerähnliche Abhängigkeit selbstständiger Künstler von ihren Verwertern, überzeugt nicht als Differenzierungskriterium. Zwar ist ein Kunst-Maler unbestritten von der Verwertung seines Werks abhängig. Jedoch ist auch ein handwerklich tätiger Maler darauf angewiesen, dass seine Leistung nachgefragt wird und damit genauso von seinen Auftraggebern abhängig. Dennoch muss ein pflichtversicherter Handwerker die vollen Bei-

träge zur Sozialversicherung zahlen, während ein Künstler nur die Hälfte zahlen muss.

Von der Idee her ist die Künstlersozialversicherung für bedürftige Künstler geschaffen worden. Jedoch unterscheidet sich die Einkommenssituation von selbstständigen Künstlern und Publizisten heute nur unwesentlich von der anderer pflichtversicherter Selbstständiger. Während das Arbeitseinkommen der Künstler und Publizisten laut Künstlersozialkasse derzeit bei rund 13.000 € liegt, beträgt das beitragspflichtige Einkommen der rentenversicherungspflichtigen Selbstständigen rund 15.000 €. Auch insoweit gibt es keinen Grund, Künstler und Publizisten in der Sozialversicherung zu privilegieren. Im Übrigen gibt es keine einzige Untersuchung, die die Gesamteinkommenssituation von Künstlern und Publizisten erfasst. Ein geringes Einkommen aus künstlerischen und publizistischen Leistungen lässt jedenfalls noch lange nicht auf eine insgesamt unterdurchschnittliche Einkommens- und Vermögenssituation schließen. Vielmehr ist der Zusammenhang zwischen Erwerbseinkommen und Haushaltseinkommen und -vermögen insgesamt nur relativ gering.

2. Künstlerbegriff ist längst beliebig geworden

Während das Sozialversicherungsprivileg der Künstler anfangs auf einen kleinen Kreis begrenzt war, ist die Zahl der Begünstigten in den letzten Jahren deutlich gewachsen. Seit ihrer Gründung im Jahr 1983 hat sich die Zahl der Versicherten von rund 12.000 auf rund 162.000 bis Ende 2008 erhöht – in den letzten acht Jahren allein um 50.000 oder 45 Prozent. So profitieren immer mehr selbstständige Künstler von den Beitragsrabatten gegenüber den nicht künstlerisch tätigen Selbstständigen.

Längst wird von den Sozialgerichten eine Vielzahl von Tätigkeiten in den Künstlerbegriff einbezogen, die nicht Zielgruppe der ursprünglichen Intention des Künstlersozialversicherungsgesetzes (KSVG) sind. Das KSVG definiert: „Künstler ist, wer Musik, darstellende oder bildende Kunst schafft, ausübt oder lehrt“. Der Künstlerkatalog der Künstlersozialkasse, der ausdrücklich als nicht abschließend bezeichnet wird, umfasst mittlerweile über 100 Berufe. Aufgelistet werden beispielsweise Akrobaten, Casting-Show-Juroren,

DJ's, Eiskunstläufer, Geräuschemacher, Moderatoren, Stylisten, Quizmaster und Dompteure. Häufig reicht nicht einmal der Blick in den Künstlerkatalog der Künstlersozialkasse aus, um die Künstlereigenschaft festzustellen, vielmehr ist eine weitere Recherche in Kommentaren oder Aussagen der Künstlersozialkasse erforderlich. DJ's gelten beispielsweise nur dann als Künstler, wenn sie „in einem erheblichen Umfang auch verbindliche Texte sprechen“ und somit als Unterhaltungskünstler tätig werden. Beim Engagement eines DJ's für eine Betriebsfeier muss der Unternehmer also entscheiden, inwieweit die während der Feier vom DJ gesprochenen Texte „verbindlich“ waren.

Nicht nachvollziehbar ist, worin der den besonderen Schutz der Künstler begründende Unterschied zwischen einer Kosmetikerin (keine Künstlerin) und einer Visagistin (Künstlerin), einer Eiskunstläuferin (Künstlerin) und einer Eisschnellläuferin (keine Künstlerin), einem Webdesigner (Künstler) und einem Programmierer, der eine Internetseite erstellt (kein Künstler), oder zwischen einem Werbefotografen (Künstler) und einem Fotografen, der ein vorgegebenes Motiv ohne eigene Ideen aufnimmt (kein Künstler), besteht. Mittlerweile ist der Künstlerbegriff so weitreichend, dass sich Sozialgerichte mit der Frage befassen mussten, ob eine Trauerrednerin oder eine Japanerin, die eine Teezeremonie durchführt, zur Aufnahme in der Künstlersozialversicherung berechtigt sind.

3. Hoher Bürokratieaufwand durch Künstlersozialabgabepflicht

Künstlersozialabgabepflicht nur mit hohem Aufwand zu ermitteln

Bereits heute übernehmen die Betriebe im Rahmen der Lohn- und Gehaltsabrechnung bei der Abführung der Sozialversicherungsbeiträge für ihre Beschäftigten eine Vielzahl umfangreicher, unentgeltlicher Aufgaben für den Staat. Die Abgabepflicht zur Künstlersozialversicherung bedeutet ein zusätzliches Verfahren. Während das Melde- und Beitragsnachweisverfahren im DE-ÜV-Verfahren jedoch ausnahmslos elektronisch erfolgt, muss der Meldebogen zur Künstlersozialkasse immer noch manuell ausgefüllt und übersandt werden. Dabei umfasst allein der „Frage-

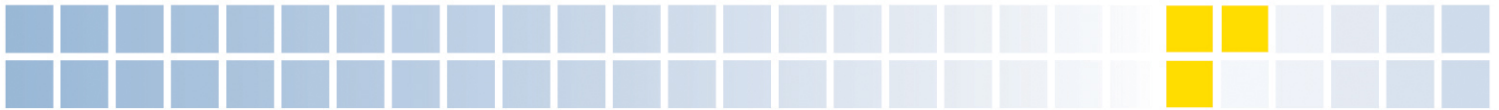
bogen zur Prüfung der Abgabepflicht nach dem KSVG“ vier DIN A4-Seiten.

Gerade die Feststellung der Abgabeverpflichtung bereitet in der Praxis Schwierigkeiten. Dazu tragen zum einen die zahlreichen Unschärfen der rechtlichen Regelungen (wie z. B. die Definition des Begriffs des Künstlers bzw. der „nicht nur gelegentlichen“ Auftragsvergabe) bei. Zum anderen wirft das Künstlersozialversicherungsrecht in der Praxis immer wieder Fragen auf: So ist nur schwer nachvollziehbar, warum die Beauftragung eines selbstständigen Fotografen zur Künstlersozialabgabe verpflichtet, die Beauftragung eines Fotografen, der als Ein-Mann-GmbH organisiert ist, hingegen nicht. Ebenso ist kaum zu vermitteln, warum auch die Beauftragung solcher Künstler, die nicht Mitglied der Künstlersozialversicherung sind, zur Künstlersozialabgabe verpflichtet. Dies gilt z. B. für die Fälle der Beauftragung ausländischer Künstler: Auf ihre Honorare müssen die Verwerter Künstlersozialabgabe zahlen, obgleich diese Künstler nicht in den Versicherungsschutz der Künstlersozialversicherung einbezogen werden.

Hohe Bürokratiekosten

In den Unternehmen verursacht die Abgabepflicht nach dem KSVG auch über die Höhe der Künstlersozialabgabe hinaus erhebliche Kosten durch hohen bürokratischen Aufwand. Eine aktuelle Studie des Instituts der deutschen Wirtschaft (IW) Köln kommt zu dem Ergebnis, dass der deutschen Wirtschaft durch das Künstlersozialabgabeverfahren jährliche Bürokratiekosten i. H. v. 142 Mio. € entstehen. Dieser Betrag ist kaum geringer als die insgesamt pro Jahr gezahlte Künstlersozialabgabe aller Unternehmen i. H. v. 182 Mio. € (in 2007). Von einem „überschaubaren Aufwand bei Erfassung und Erhebung“, wie vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) dargestellt, kann daher keine Rede sein. Für jeden Euro Künstlersozialabgabe laufen bei den Unternehmen Bürokratiekosten in Höhe von 78 Cent auf. Ein solch eklatantes Missverhältnis zwischen Kosten und Nutzen zeigt die Dringlichkeit, umgehend Vereinfachungen herbeizuführen.

Zu berücksichtigen ist auch, dass der unmittelbar bei den Unternehmern entstehende Bürokratieaufwand nur einen Teil der Verwaltungskosten für das Künstlersozialabgabeverfahren ausmacht.



Hinzu kommt insbesondere noch der Verwaltungsaufwand bei der Künstlersozialkasse und bei den Rentenversicherungsträgern, die für die Künstlersozialkasse die Betriebsprüfung für den Bereich der Künstlersozialabgabe durchführen.

Ausgleichsvereinigungen sind nur Notlösung

Auf Kritik am hohen Bürokratieaufwand der Unternehmer durch die Künstlersozialabgabe wird teilweise auf die Möglichkeit der Gründung einer Ausgleichsvereinigung verwiesen. Mit Zustimmung der Künstlersozialkasse können zur Künstlersozialabgabe Verpflichtete eine Ausgleichsvereinigung bilden, die ihre der Künstlersozialkasse gegenüber obliegenden Pflichten erfüllt, insbesondere mit befreiender Wirkung die Künstlersozialabgabe und die Vorauszahlungen entrichten kann. Hier ist jedoch zu beachten, dass – wie das IW Köln in seinem Gutachten zu Recht ausführt – bereits „die Gründung einer Ausgleichsvereinigung ein langwieriger und auch kostenintensiver Prozess ist“. Dieser beginnt mit Informationsgesprächen zur Klärung der Frage, welche potenziellen Mitgliedsunternehmen in Frage kommen. Des Weiteren sind Unternehmen ausfindig zu machen, die sich für Prüf-Stichproben zur Verfügung stellen. Danach ist das Ergebnis auf die Gesamtmenge der potenziellen Mitgliedsunternehmen zu übertragen und eine Bemessungsgröße für die fingierte Berechnung der Künstlersozialabgabe zu finden – das alles in ständiger Abstimmung mit der Künstlersozialkasse und vor dem Hintergrund, dass die potenziellen Mitglieder in der Regel Konkurrenten auf dem jeweiligen Marktsegment sind, die ungern wichtige Kennzahlen (wie z. B. den Werbeetat) preisgeben. Allein dieser kurze Aufriss zeigt, dass die Gründung einer Ausgleichsvereinigung lange nicht so unproblematisch ist, wie teilweise dargestellt. Im IW-Gutachten heißt es deshalb auch weiter: „Es ist zweifelhaft, ob es insbesondere kleinen und mittelständischen Unternehmen in größerem Ausmaß gelingen wird, Ausgleichsvereinigungen zu gründen.“

Zudem ist zu beachten, dass eine Ausgleichsvereinigung immer nur dann funktioniert, wenn ein Teil der Mitglieder bereit ist, eine höhere Künstlersozialabgabe zu entrichten als nach den gesetzlichen Vorgaben erforderlich. Schließlich führt jeder von der gesetzlichen Vorgabe abweichende Verteilungsschlüssel zwangsläufig dazu, dass ein

Teil der Mitglieder der Ausgleichsvereinigung mehr und ein anderer Teil weniger Künstlersozialabgabe zahlen muss. Kommt es dennoch zur Gründung einer Ausgleichsvereinigung, liegt dem die Überzeugung der teilnehmenden Unternehmen zu Grunde, dass der Nachteil einer möglicherweise zu viel entrichteten Künstlersozialabgabe durch den Vorteil eines geringeren Bürokratieaufwands kompensiert wird. Anders formuliert beruht die Gründung einer Ausgleichsvereinigung letztlich auf der Einsicht, dass es betriebswirtschaftlich besser ist, gegebenenfalls etwas mehr Künstlersozialabgabe zu zahlen, als sich der aufwändigen Bürokratie zur Ermittlung der Künstlersozialabgabe zu unterziehen. Für viele Unternehmen sind Ausgleichsvereinigungen damit lediglich der notwendige Preis, um sich von Bürokratieaufwand des Künstlersozialabgabeverfahrens zu befreien.

II. Künstlersozialversicherung zumindest entbürokratisieren

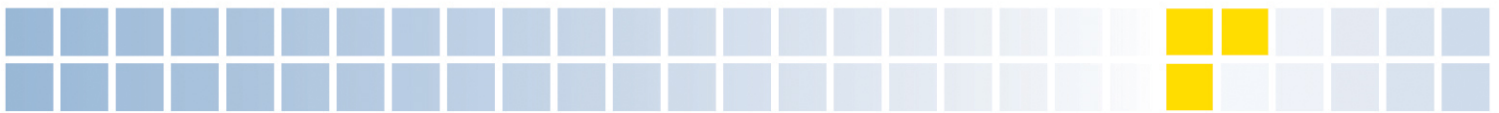
Sofern dennoch weiter an der Privilegierung selbstständiger Künstler in der Sozialversicherung festgehalten werden soll, müssen zumindest Bürokratie entlastende Korrekturen erfolgen:

Alternative 1

1. Abgabepflicht auf versicherte Künstler und Publizisten beschränken

Die Zahlung der Künstlersozialabgabe durch die Verwerter kann nur dann sichergestellt werden, wenn sie sich für die Abgabepflichtigen aus eindeutigen Kriterien ergibt. Die Künstlersozialabgabepflicht ist jedoch insbesondere im Rahmen der Eigenwerbung nach § 24 Abs. 1 Satz 2 KSVG und der Generalklausel aus § 24 Abs. 2 KSVG nicht ohne Weiteres erkennbar, weil die danach abgabepflichtigen Unternehmen nicht vorrangig die Verwertung künstlerischer oder publizistischer Leistungen betreiben.

Allein die Entscheidung, ob es sich um einen Künstler i. S. d. KSVG handelt, setzt eine umfassende Kenntnis und regelmäßige Beobachtung der Rechtsprechung der Sozialgerichte sowie juristische Kenntnisse voraus. Auch die „nicht nur gelegentliche Auftragsvergabe“ an selbstständige



Künstler oder Publizisten ist nicht definiert und lässt die Unternehmen darüber im Unklaren, wann eine Abgabepflicht eintritt.

Die Abgabepflicht der Verwerter sollte daher zumindest auf diejenigen Fälle beschränkt werden, in denen der jeweilige Auftragnehmer in der Künstlersozialkasse versichert ist. Ein entsprechender Hinweis müsste – ähnlich wie die Mehrwertsteuer – sowohl in das Angebot als auch in die Rechnung aufgenommen werden. Die Abgabepflicht wäre somit einfach festzustellen, was vor allem die Bürokratielasten der Auftraggeber senkt. Außerdem würde ein Gleichlauf zwischen Versicherungspflicht (§ 1 KSVG) und Abgabepflicht (§ 24 KSVG) hergestellt.

Gegen eine auf die Verwertung von Leistungen versicherter Künstler und Publizisten beschränkte Abgabepflicht wird teilweise eingewandt, dass dadurch versicherte gegenüber nicht versicherten Künstlern und Publizisten benachteiligt würden, weil nur die Leistung der versicherten Künstler mit der Künstlersozialabgabe belegt wäre. Dieser Einwand trägt jedoch nicht:

- Zum einen profitieren auch nur die in der Künstlersozialversicherung versicherten Künstler von den Vorteilen der Künstlersozialversicherung, während die nicht versicherten Künstler und Publizisten in vollem Umfang selbst für die Kosten ihrer sozialen Sicherung aufkommen müssen. Daher stellt im Gegenteil das heutige System der Künstlersozialversicherung eine Wettbewerbsverzerrung zu Lasten der nicht in der Künstlersozialversicherung versicherten Künstler und Publizisten dar: Für ihre Leistungen wird bei Vorliegen der Voraussetzungen Künstlersozialabgabe fällig, obwohl sie selbst hiervon keinen Vorteil haben und für ihre soziale Absicherung selbst sorgen müssen.
- Zum anderen führen künstlerische und publizistische Leistungen, die in der Rechtsform einer Kapitalgesellschaft (z. B. als Ein-Mann-GmbH, Limited) angeboten werden, auch nicht zu einer Künstlersozialabgabepflicht. Insofern gilt ohnehin nicht, dass künstlerische und publizistische Leistungen durchweg mit der Künstlersozialabgabe belastet werden.

2. Abführung der Abgabe durch die versicherten Künstler und Publizisten

Zur Vermeidung unnötiger Bürokratie sollten die versicherten Künstler und Publizisten die Künstlersozialabgabe selbst abführen. Da die Künstler ohnehin ihre Sozialversicherungsbeiträge der Künstlersozialkasse überweisen, würde dadurch keine zusätzlichen Transaktion erforderlich, sondern im Gegenteil ein Überweisungsverfahren gespart und die Unternehmen von der bürokratischen Belastung des Künstlersozialabgabeverfahrens befreit. Stattdessen wäre die Künstlersozialabgabe – so wie auch die Mehrwertsteuer – in den Rechnungen „eingepreist“.

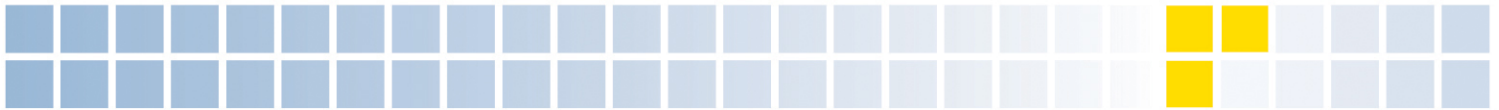
Die Abführung der Künstlersozialabgabe durch die Künstler und Publizisten würde auch nichts an der wirtschaftlichen Traglast für die Künstlersozialabgabe ändern, denn die trifft ohnehin die Künstler und Publizisten selbst. Sie müssen die Künstlersozialabgabe durch die von ihnen erbrachte Leistung mit erwirtschaften. Schließlich hängt der Preis künstlerischer und publizistischer Leistungen nicht von der Höhe der Künstlersozialabgabe ab, sondern allein davon, was der jeweilige Auftraggeber bereit ist, dafür zu zahlen. Künstler und Publizisten können daher auch nicht aufgrund der Künstlersozialabgabe einen höheren Preis für ihre Leistungen am Markt durchsetzen.

Alternative 2

Künstlerprivilegien auf Rentenversicherung beschränken

Eine weitere Möglichkeit, die Künstlersozialversicherung zu entbürokratisieren, wäre ihre Beschränkung auf die gesetzliche Rentenversicherung. Mit dem zum 1. April 2007 in Kraft getretenen GKV-Wettbewerbsstärkungsgesetz ist eine allgemeine Kranken- und Pflegeversicherungspflicht eingetreten, so dass in diesen beiden Versicherungszweigen keine Sicherungslücken für Künstler und Publizisten mehr bestehen können. Künstler mit geringem Einkommen zahlen niedrigere Beiträge – bei Bedürftigkeit übernimmt die Grundsicherung für sie sogar 100 Prozent der Beiträge.

Denkbar wäre daher, die Künstlerprivilegien in der Sozialversicherung auf die Rentenversiche-



zung zu beschränken und hier zielgenauer auszugestalten. Statt für alle – also auch gut verdienende – Künstler und Publizisten die Beiträge aufzustocken, könnten vielmehr ausschließlich niedrige Künstlereinkommen bis zu einer Obergrenze aufgestockt werden (z. B. um die Hälfte bis zu max. 75 Prozent des Durchschnittsverdiensts, analog § 262 SGB VI). Eine solche Lösung wäre zumindest deutlich zielgenauer und auch weniger kostenintensiv, sodass eine alleinige Finanzierung aus dem bisherigen Bundeszuschuss (bei Wegfall der Künstlersozialabgabe) möglich wäre.

Weitere Vorschläge

Folgende Korrekturen sind mindestens durchzuführen:

- Es sollte eine angemessene „Bagatellgrenze“ eingeführt werden. Insbesondere für kleine Unternehmen bedeutet die Abgabepflicht eine unzumutbare bürokratische Belastung, deren Aufwand in keinem Verhältnis zu den damit verbundenen Einnahmen der Künstlersozialkasse steht (vgl. IW-Gutachten, S. 16 und 19). Mit einer Bagatellgrenze, die sich z. B. am Vorjahresumsatz orientiert, hätte der Kleinunternehmer die Rechtssicherheit, per Gesetzesdefinition der Abgabepflicht nicht zu unterliegen. Von dieser Regelung auszunehmen sind die typischen Verwerter (§ 24 Abs. 1 Satz 1 KSVG).
- Der umfangreiche Meldebogen zur Künstlersozialkasse, der bisher manuell auszufüllen und zu übersenden ist, muss – in Anlehnung an das Meldeverfahren zur Sozialversicherung – durch eine elektronische Meldung ersetzt werden können.

SOEPpapers

on Multidisciplinary Panel Data Research

SOEP – The German Socio-Economic Panel Study at DIW Berlin

430-2012

The happy artist? An empirical application of the work-preference model

Lasse Steiner, and Lucian Schneider

SOEPpapers on Multidisciplinary Panel Data Research at DIW Berlin

This series presents research findings based either directly on data from the German Socio-Economic Panel Study (SOEP) or using SOEP data as part of an internationally comparable data set (e.g. CNEF, ECHP, LIS, LWS, CHER/PACO). SOEP is a truly multidisciplinary household panel study covering a wide range of social and behavioral sciences: economics, sociology, psychology, survey methodology, econometrics and applied statistics, educational science, political science, public health, behavioral genetics, demography, geography, and sport science.

The decision to publish a submission in SOEPpapers is made by a board of editors chosen by the DIW Berlin to represent the wide range of disciplines covered by SOEP. There is no external referee process and papers are either accepted or rejected without revision. Papers appear in this series as works in progress and may also appear elsewhere. They often represent preliminary studies and are circulated to encourage discussion. Citation of such a paper should account for its provisional character. A revised version may be requested from the author directly.

Any opinions expressed in this series are those of the author(s) and not those of DIW Berlin. Research disseminated by DIW Berlin may include views on public policy issues, but the institute itself takes no institutional policy positions.

The SOEPpapers are available at
<http://www.diw.de/soeppapers>

Editors:

Joachim R. **Frick** (Empirical Economics)

Jürgen **Schupp** (Sociology, Vice Dean DIW Graduate Center)

Gert G. **Wagner** (Social Sciences)

Conchita **D'Ambrosio** (Public Economics)

Denis **Gerstorf** (Psychology, DIW Research Professor)

Elke **Holst** (Gender Studies)

Frauke **Kreuter** (Survey Methodology, DIW Research Professor)

Martin **Kroh** (Political Science and Survey Methodology)

Frieder R. **Lang** (Psychology, DIW Research Professor)

Henning **Lohmann** (Sociology, DIW Research Professor)

Jörg-Peter **Schräpler** (Survey Methodology, DIW Research Professor)

Thomas **Siedler** (Empirical Economics, DIW Graduate Center)

C. Katharina **Spieß** (Empirical Economics and Educational Science)

ISSN: 1864-6689 (online)

German Socio-Economic Panel Study (SOEP)

DIW Berlin

Mohrenstrasse 58

10117 Berlin, Germany

Contact: Uta Rahmann | soeppapers@diw.de

THE HAPPY ARTIST? AN EMPIRICAL APPLICATION OF THE WORK-PREFERENCE MODEL*

by

Lasse Steiner,** University of Zurich

and

Lucian Schneider,*** University of Zurich

Abstract

The artistic labor market is marked by several adversities, such as low wages, above-average unemployment, and constrained underemployment. Nevertheless, it attracts many young people. The number of students exceeds the available jobs by far. A potential explanation for this puzzle is that artistic work might result in exceptionally high job satisfaction, a conjecture that has been mentioned at various times in the literature. We conduct the first direct empirical investigation of artists' job satisfaction. The analysis is based on panel data from the German Socio-Economic Panel Survey (SOEP). Artists on average are found to be considerably more satisfied with their work than non-artists, a finding that corroborates the conjectures in the literature. Differences in income, working hours, and personality cannot account for the observed difference in job satisfaction. Partially, but not fully, the higher job satisfaction can be attributed to the higher self-employment rate among artists. Suggestive evidence is found that superior "procedural" characteristics of artistic work, such as increased variety and on-the-job learning, contribute to the difference in job satisfaction.

JEL Classifications: Z10, J24, J28, J31,

Keywords: job satisfaction, artists, work-preference, cultural economics

*For helpful suggestions, we are indebted to Bruno S. Frey, Reto Cueni, Christoph Engel, Margit Osterloh, and Trine Bille. ** Research Economist at the University of Zurich, Department of Economics, Wilfriedstrasse 6, CH-8032 Zurich, Switzerland. E-mail: lasse.steiner@econ.uzh.ch *** Research Economist at the University of Zurich, Department of Economics, Wilfriedstrasse 6, CH-8032 Zurich, Switzerland. E-mail: lucian.schneider@uzh.ch

1 Introduction

The artistic labor market is marked by several adversities. Artists earn less than they would with the same qualifications in other professions. Alper and Wassall (2006), for example, estimate that the average artist in the United States would earn roughly 10% more as a professional or technical worker. Artists also suffer from above-average unemployment and constrained underemployment. In Germany, for example, the unemployment rate among artists is almost 1.5 times higher than among the total population (IAB, 2011). Nevertheless, the field of arts seems to be attractive to many young people. The number of students exceeds the available jobs by far. In Germany, for example, arts students comprise 3.6% of all students, whereas artists account for around 1% of the total labor force (EUROSTAT, 2011). A potential explanation for this puzzle is that artistic work might result in exceptionally high job satisfaction, which might compensate, or even overcompensate, for the observed labor market adversities.¹

The conjecture that artistic work entails particularly high job satisfaction has been stated various times in the literature (e.g. Abbing, 2002; Menger, 1999). Similarly, some authors assert that artists gain “psychic income” from work (e.g. Adler, 2006; Rengers, 2002). Menger (1999, p. 555) depicts it as follows. “Artistic work can be considered as highly attractive along a set of measurable dimensions of job satisfaction that include the variety of the work, a high level of personal autonomy in using one’s own initiative, the opportunities to use a wide range of abilities and to feel self-actualized at work, an idiosyncratic way of life, a strong sense of community, a low level of routine, and a high degree of social recognition for the successful artists.”

In this study, we seek to expand on the existing knowledge by conducting the first direct empirical investigation of artists’ utility derived from their work. A renowned panel data set from Germany, the German Socio-Economic Panel Survey (SOEP), is employed for the analysis. In order to proxy utility from work, self-reported job satisfaction is used. Artists are on average found to be considerably more satisfied with their work than non-artists, a claim that corroborates the conjectures from the literature. Differences in income, working hours, and personality cannot account for the observed difference in job

¹The fact that many people turn to the arts as a leisure activity underpins the belief that artistic work yields high satisfaction. In Germany, for example, 14% of the adult population in 2007 took part in artistic activities, such as painting, drawing, and sculpture (EUROSTAT, 2011).

satisfaction. Partially, but not fully, the difference in job satisfaction can be attributed to the higher self-employment rate among artists. Suggestive evidence is found that superior “procedural” characteristics of artistic work, such as increased variety and on-the-job-learning, contribute to the difference in job satisfaction.

The remainder of the paper is structured as follows. Section 2 introduces the underlying work-preference model and discusses the previous literature. Section 3 addresses the problem of defining who is an artist. Section 4 contains the econometric analysis of the relationship between artistic work and job satisfaction. Section 5 concludes the paper with a summary and suggestions for further research.

2 Background

2.1 Work-preference model

The labor supply and career choice decisions of artists have long been a central issue in the Economics of Arts and Culture. Throsby (1994) asserted that artists did not fit the standard economic model of labor supply. He claimed that artists actually derived utility and not disutility from work, as assumed by standard economics. He also claimed that artists derived less utility from income than other workers. His model of labor supply for artists, the so-called work-preference model, is based on these assumptions. The model rests on further assumptions. Individuals can supply labor to two labor markets, the artistic and the non-artistic. The hourly wage is higher in the non-artistic than in the artistic labor market. A minimum level of consumption is required for physical survival. Hence, individuals maximize their labor supplied to the artistic labor market and are subject to a subsistence consumption constraint, which might force them to supply some labor to the better-paying non-artistic labor market.

Throsby (1994) also brought some data to his model, stemming from a 1988 Australian survey elaborated specifically for artists. The survey was conducted with a random sample of artists, covering all art forms. In order to qualify as an artist, individuals had to be engaged in artistic work at the time of the survey or in the previous three to five years. Throsby estimated hourly arts and non-arts wages for the individuals, based on their level of education and training. The a priori assumption of the model that the non-arts wage is higher than the arts wage holds for 80% of the individuals. For this group, standard

economic theory clearly predicts that they would supply no labor to the artistic labor market. But this holds for only 2% of the members of the group. Ninety-eight percent spent time on artistic work (on average half their working time), even though they could earn more by supplying all their working time to the non-artistic labor market. Robinson and Montgomery (2000) found similar results, using data from a 1989 US survey on artists. The individuals in this sample also earned on average much less per hour of artistic work than per hour of non-artistic work. Still they devoted about half their working time to artistic work. These findings corroborate the basic hypotheses of the work-preference model that artists derive high utility from artistic work and that they are relatively oblivious to financial concerns.

2.2 Artists' labor market

Several empirical findings on the artistic labor market hint at the validity of the work-preference model or the more general hypothesis that artistic work entails high job satisfaction. Alper and Wassall (2006) is one of the most extensive works on the labor market of artists. They investigate quasi-panel data from seven US censuses and panel data from the US National Longitudinal Survey of Youth. The results suggest that artists suffer a substantial earnings penalty; that is, even with individual characteristics held constant, artists earn significantly less than the members of the reference group.² The authors further found that the earnings of artists displayed greater inequality than those of the reference group.³ These inferior outcomes for artists concerning pay could be compensating differentials for higher job satisfaction. Alper and Wassall focused on two other explanations. They stressed that the results were consistent with artists being risk loving,⁴ and with artistic labor markets being winner-take-all markets,⁵ also known as superstar markets.⁶

According to the existing literature, artists suffered more frequently from unemployment than the members of the reference groups (Menger, 2001; Haak, 2005; Alper and Wassall, 2006). Artists also seemed to suffer several forms of constrained underemploy-

²Withers (1985) found the same result for Australian artists using data from an extensive survey specifically targeted at artists.

³Haak (2005) found the same result for German artists using official data from the "Mikrozensus."

⁴An argument originally brought up by Santos (1976).

⁵An argument also prominent in Frank and Cook (1995).

⁶Influential articles from the superstar literature are Rosen (1981) and Adler (2006, 1985)

ment, such as nonvoluntary part-time work and intermittent work (Menger, 2001). These outcomes suggest that there is an oversupply of artists.⁷ A possible explanation for this result is that artistic work entails a particularly high job satisfaction, which is anticipated by the labor market entrants. Another potential explanation, brought up by Towse (1992, 2006), is that individuals tend to enter the artistic labor market too frequently because they overestimate the likelihood of future success. Alper and Wassall (2006) did not believe that information asymmetries would persist over a period of 60 years. As such, they did not consider Towse's explanation as credible for the steady oversupply of artists found in their data.

Most artists seem to be unable to support themselves solely from doing art. They have to devote a substantial amount of time to non-artistic side jobs (Haak, 2005; Throsby and Hollister, 2003; Robinson and Montgomery, 2000). Alper and Wassall (2006) report that in their main position artists work on average fewer hours than other professionals, but this gap has narrowed over the last decades. At the same time, the premium to a college or higher-level education (which most artists possess) rose in the non-artistic labor market. These findings are in line with Throsby's work-preference theory. One of its predictions is that an increase in the non-arts wage will induce the artists to spend more time on artistic work and less time on undesired non-arts side jobs because the subsistence consumption constraint can then be satisfied with a smaller volume of non-arts work.

In a nutshell, the artistic labor market exhibits some characteristics consistent with the work-preference model and the more general hypothesis that artistic work entails a high job satisfaction. However, this indirect evidence of artists' utility derived from work is only suggestive. The contribution of this paper lies in the first direct evidence on artists' job satisfaction.

2.3 Measuring utility

The usage of reported subjective well-being has become increasingly common in economics over the last years (see e.g. Frey, 2008; Layard, 2006). This change is also reflected in the field of labor economics, where researchers increasingly use reported job satisfaction to measure non-pecuniary benefits from work (Benz and Frey, 2008). In work psychology, the usage of reported job satisfaction has a longstanding tradition (D'Addio et al., 2007).

⁷According to Menger (2006), the oversupply of artists is a phenomenon reaching far back in history.

We follow this line of research and use self-reported job satisfaction to proxy utility from work.

There are substantial advantages of using reported job satisfaction as a measure of utility from work over using compensating wage differentials. Although wage differentials reflect nonmonetary rewards from work adequately only if the labor market is sufficiently competitive, job satisfaction differentials can detect nonmonetary rewards also if inefficiencies exist (e.g., if there are rents in the labor market). Frey (2008) names further, more general advantages of subjective measures of well-being. Subjective measures of well-being recognize that everyone has their own ideas about happiness. They are easy and direct measures, and data are available for a large number of countries and periods. They also represent experienced utility better than indirect measures, which instead reflect decision utility.

Subjective measures of well-being also are criticized, in particular by the objectivists' position dominant in standard economics (see Frey, 2008). Objectivists claim that utility can only be inferred from behavior. However, the psychological literature has repeatedly shown that reported satisfaction measures exhibit great validity and reliability (e.g. Sandvik et al., 1993; Erhardt et al., 2000). Further validation comes from physiological measures, such as brain activity (e.g. Pugno, 2004). Studies from economics have underpinned the validity of reported job satisfaction by showing its ability to predict future quits (e.g. Clark, 2001) and its correlation with absenteeism (Clegg, 1983). So, even though there are some disadvantages to reported satisfaction measures, the present state of the literature suggests that they constitute a satisfactory empirical approximation to individual utility.

2.4 Job satisfaction

To the best of our knowledge, this is the first empirical study that focuses on artists' job satisfaction. The only study somewhat related is the one of Rose (2007), which compares occupational groups with respect to job satisfaction. In a raw comparison of average job satisfaction scores, artists rank high (10th of 81 occupational groups). In a multivariate regression, being an artist does not have a significant effect on job satisfaction and neither do most other occupations. The artist's job satisfaction is not further investigated, as the focus of the study is not on artists.

The general literature on the determinants of job satisfaction is ample. The older literature stems mainly from psychology and sociology (for an excellent review, see Warr, 1999).⁸ Economists' interest in job satisfaction is relatively young, but in recent years the economic literature on the subject has spawned rapidly. Benz and Frey (2008) investigated the influence of self-employment and firm size on job satisfaction. They found that the self-employed were more satisfied with their work than the employed, and those employed in small firms were more satisfied with their work than those employed in large firms. Benz and Frey showed that these effects were driven by the greater independence and autonomy that the self-employed and employees in small firms enjoy and not by higher income or lower working hours. These results are evidence for procedural utility; that is, people seem to value not only outcomes but also the processes leading to outcomes.

D'Addio et al. (2007) estimated the effects of classical control variables on job satisfaction using two new ordered logit fixed effects estimators and a more traditional random effects ordered probit estimator for comparison. The effects of central economic factors are the same as in previous studies (i.e., positive in the case of pay and negative in the case of working hours). This corroborates most economists' notion of the satisfaction equation as the empirical counterpart of a utility function, in which pay and working hours are the natural arguments (Kristensen and Johansson, 2008; D'Addio et al., 2003).

3 Definition of artists

For most professions, a formal system of recognition exists that makes it trivial to determine their members. Not so for artists. In most advanced economies, everyone is free to call themselves an artist (Frey, 2003). Hence, any study on artists is confronted with the problem of defining who is an artist and who is not. The problem deserves special attention because the results of empirical studies on artists depend crucially on the definition of artists used (Bille, 2010).

⁸A shortcoming of this literature is that it usually uses cross-sectional data only, so unobserved individual heterogeneity is rarely accounted for (D'Addio et al., 2007).

3.1 Literature on the definition of artists

According to Frey and Pommerehne (1989, pp. 146), there are at least eight criteria to determine who is an artist.⁹ Among the features defining an artist, they mention the time spent on artistic work, the income derived from artistic activities, being a member in a professional artists' group or association, or subjective self-evaluation. All the ways of defining an artist have certain drawbacks. The amount of time spent on artistic work is often hard to assess and therefore rarely used in practice (Bille, 2010). Using the amount of income derived from artistic activities as criterion is likely the most disputed definition. It is very appealing to economists because it relies on the objectivity of the market. However, the criterion also has serious shortcomings. As discussed in Section 2.2, most art producers earn a substantial part of their income from non-artistic work and some art producers receive no remuneration at all from their artistic work over significant periods in their lives (Throsby, 2001). As such, the second criterion disregards several groups of people that could reasonably be viewed as artists. Using membership in a professional artists' group or association as a criterion has disadvantages as well. The associations of the different artists groups (musicians, visual artists, actors, etc.) apply different prerequisites for membership. Some of them are quite elitist, whereas others apply very open prerequisites. Besides that, if the degree of organization is low, many artists will not be captured (Bille, 2010; Throsby and Hollister, 2003; Throsby, 2001).¹⁰ The criterion also produces a conservative bias as mainly people from the established art world join artists' associations (Bille, 2010; Karttunen, 1998). Subjective self-evaluation of being an artist has the advantage of not being elitist (Karttunen, 1998).¹¹ It helps to spot emerging art producers that would not qualify as artists according to the other, more "traditional" criteria. However, it is purely subjective and therefore includes includes many individuals who would not be considered as artists by common sense, for example, poets

⁹It is also common to combine these criteria (see e.g. Throsby and Hollister, 2003; Throsby, 2001).

¹⁰Karttunen (1998) notes that the degree of organization differs significantly between countries and art forms.

¹¹UNESCO adopted a definition that corresponds to a large degree with this criterion: "Artist is taken to mean any person who creates or gives expression to, or recreates works of art, who considers his artistic creation to be an essential part of his life, who contributes in this way to the development of art and culture and who is or asks to be recognized as an artist, whether or not he is bound by any relations of employment or association" (UNESCO, 1980, p. 149).

who do not want or never will be able to publish their poems (Frey and Pommerehne, 1989).

Bille (2010) suggests a somewhat cruder set of criteria to determine who is an artist than Frey and Pommerehne (1989). According to her, artists are people who work in the creative industry, have a creative job content, or have a creative education. Bille does not judge which of these criteria should be preferred but states that they constitute different angles from which artists can be studied. There is also no consensus among other researchers on the question of which criteria should be preferred to delineate artists. The only consensus that seems to emerge is that there is no a priori right definition of artists because no criterion or combination of criteria qualifies everywhere (Throsby, 2001; Karttunen, 1998; Frey and Pommerehne, 1989). As such, the criterion, or the combination of criteria, should be selected depending on the purpose of the study and the availability of data (Karttunen, 1998; Frey and Pommerehne, 1989). The selection should be explicit, and the bias that the chosen definition might imply should be discussed (Karttunen, 1998).

3.2 Definitions of artists in this study

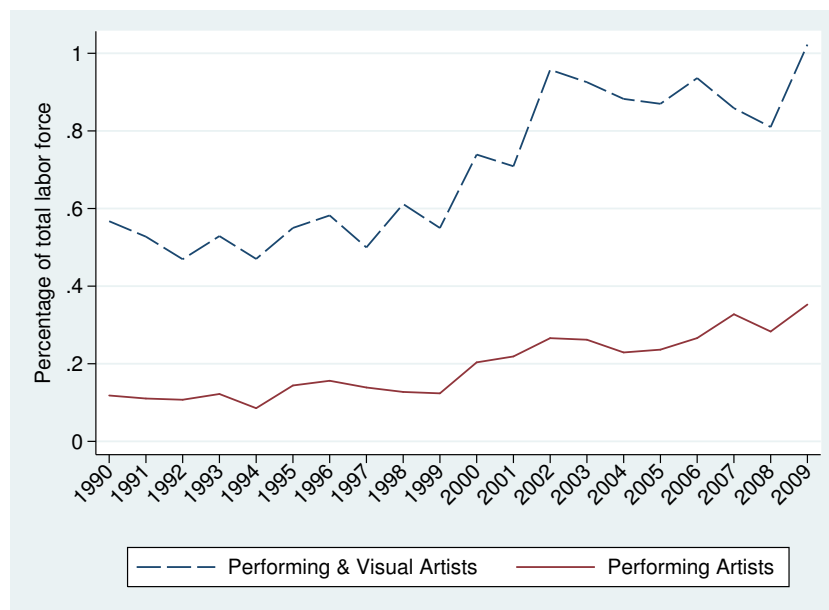
In the German Socio-Economic Panel Survey (SOEP), each working individual has to report one principal occupation and at most one side occupation. Extended information is available on the principal occupation, whereas only limited information is available on the side occupation. Therefore, we focus on the principal occupation and do not take into account the side occupation. Consequently, we define individuals with an artistic principal occupation as artists. This definition corresponds largely to Bille's (2010) second criterion "having a creative job content." Strictly speaking, it only includes the most successful art producers, namely those who were able to make the arts their principal occupation. However, this (necessary) selection should not imply any substantial biases for the empirical analysis.¹²

The next question then is which occupations are to be considered as artistic. We use

¹²If anything our estimations would become more conservative. In the case of a positive correlation of an artistic activity with job satisfaction, those people who have an artistic job as a side occupation are counted as non-artists, thus increasing the average satisfaction of the non-artists and decreasing the probability of finding a significant effect.

the two groups of artists most discussed in the Cultural Economics literature: performing and visual artists. The first set of occupations that we use for the empirical analysis combines performing and visual artists. This set is in the following called “Performing & Visual Artists.” For a more detailed analysis in the second set, we included performing artists only. This set is in the following called “Performing Artists.” A detailed list of the occupations included in each set is given in the appendix (Table A.1). The empirical analysis is performed separately for each set, which permits interesting comparisons.

Figure 1: Artists’ percentage of total labor force (1990-2009)



Data source: SOEP 1990-2009

Figure 1 shows the artists’ percentage of the total labor force over the period 1990-2009. The average percentages were 0.7% (Performing & Visual Artists) and 0.2% (Performing Artists). These percentages are comparable to those presented in other studies, for example, Haak (2005), who indicated a percentage of around 1% for Germany in 2002. The percentages indicated in Figure 1 were relatively stable from 1990 to 1998. From 1999 to 2002, all percentages increased markedly. A similar trend has been found in other studies on German artists, for example, Söndermann (2004). In 1998, after 16 years of ruling of the right-leaning Christian Liberal coalition, the left-leaning Social Democrats together with the Greens won the elections in Germany. This change of government could be the reason for the sharp increase in the percentages after 1998 because the left-leaning parties

traditionally grant more government support to the arts than the right-leaning parties.

4 Estimations and results

4.1 Data

The empirical analysis below is based on the SOEP from 1990-2009. The SOEP is one of the most comprehensive sources of socioeconomic information in Europe (Wagner et al., 2007). It contains detailed and carefully collected information on the occupation, income, working hours, education, and other individual and work-related aspects. This makes it possible to hold a multitude of characteristics constant when assessing job and life satisfaction differences between artists and non-artists. The SOEP has a panel structure that can be exploited to hold unobserved, time-invariant characteristics constant.

Job satisfaction is assessed with the following question in the SOEP: “How satisfied are you today with the following areas of your life: your job?” Individuals are asked to respond on a scale from 0 (totally unhappy) to 10 (totally happy).

In our empirical analysis, job satisfaction is related to several explanatory variables. The main explanatory variables are the dummies “Artists EUROSTAT” and “Performing Artists”. They take the value of 1 when individuals state a principal occupation out of the lists given in Table A.1 in the appendix, and 0 when individuals state another principal occupation. Apart from the occupation, a multitude of control variables is used, such as income and working hours.¹³ Note that nonworking individuals are excluded from the sample because the main explanatory variable is the occupation.

4.2 Basic results

Table 1 shows descriptive statistics on the differences in job satisfaction between artists and non-artists. Both groups of artists exhibit significantly higher job satisfaction than non-artists. In the case of Performing & Visual Artists, the difference is 0.26 index points (on a scale from 0-10) and 0.61 index points for Performing Artists. These findings are in line with the results of Rose (2007), who found that artists rank high in a comparison of raw job satisfaction scores in the United Kingdom.

¹³Detailed descriptions are given in Table A.2 in the appendix.

Table 1: Mean job satisfaction scores, scale 0-10

Performing & Visual Artists	7.32
Non-Artists	7.06
Difference	0.26*** (0.0540)
Performing Artists	7.67
Non-Artists	7.06
Difference	0.61*** (0.1036)

Notes: The differences are tested with a two-sided t-test. Standard errors in parentheses. ***, **, * denotes significance at the 1%, 5%, and 10% level respectively. *Data source:* SOEP 1990-2009

However, raw job satisfaction differences might reflect many characteristics that distinguish artists from non-artists. The multivariate regressions presented in Table 2 hold a multitude of such characteristics constant. Equations 1 and 2 differ only with respect to the definition of artists used.¹⁴ We employed the most frequently used control variables in studies on job satisfaction, such as pay, working hours, gender, education, and age.

The regression results confirm that artists are more satisfied with their jobs than non-artists, even when a multitude of work aspects are controlled for. However, the effect is only statistically significant for the group “Performing Artists” (equation (2)). For the group “Visual & Performing Artists,” the effect is not statistically significant (equation (1)) for two reasons.

First, the standard errors are relatively large due to the rather small number of artists in the sample and the usage of a conservative way of estimation (robust, corrected for repeated observations on individuals).

Second, the size of the effects is reduced compared to the raw differences indicated in Table 1. One explanation here is that artists are substantially more often self-employed than non-artists. The percentages of the self-employed are 35% (Performing & Visual Artists) and 40% (Performing Artists) compared to Non-Artists with 9%.¹⁵ Self-

¹⁴The regressions are estimated with an OLS model. Strictly, job satisfaction is an ordinally scaled variable, which would speak for an ordered response model. However, OLS models have the advantage that the estimated coefficients are easier to interpret and experience shows that they are a close approximation of estimations of job and life satisfaction (Ferrer-i-Carbonell and Frijters, 2004). To ascertain, we also estimated the regressions with an ordered logit model. As expected, the results remained largely unchanged.

¹⁵The coefficients/standard errors without controlling for self-employment are 0.1724/0.1010 (Perform-

Table 2: Pooled cross-section regressions (dependent variable: Job satisfaction, scale 0-10)

	(1)	(2)
Performing & Visual Artists	0.1471 (0.1008)	
Performing Artists		0.5393*** (0.1811)
Non-Artists	ref. group	ref. group
Total gross income (log)	0.4491*** (0.0180)	0.4491*** (0.0180)
Working hrs. per week	-0.0294*** (0.0028)	-0.0294*** (0.0028)
(Working hrs.) ²	0.0002*** (0.0000)	0.0002*** (0.0000)
Tenure	-0.0079*** (0.0027)	-0.0079*** (0.0027)
(Tenure) ²	0.0002** (0.0001)	0.0002** (0.0001)
Self-employed	0.2336*** (0.0390)	0.2340*** (0.0390)
Number of Obs.	173'491	173'491
Number of Individ.	28'677	28'677
Time period	1990 - 2009	1990 - 2009
p-value (F-statistic)	0.0000	0.0000

Notes: OLS regressions. Robust standard errors in parentheses (corrected for repeated observations on individuals). ***, **, * denotes significance at the 1%, 5%, and 10% level respectively. In addition to the variables shown, the regressions include variables for age, gender, education, living in the new Laender, firm size, and year.

Data source: SOEP 1990-2009

employment has been repeatedly found to have a positive effect on job satisfaction (e.g. Benz and Frey, 2008), which is also confirmed in the regressions from Table 2. The reason is that the self-employed enjoy on average greater independence and autonomy than the employed (Benz and Frey, 2008).

Even though for both groups of artists, the job satisfaction effect in the multivariate regression is reduced compared to the raw difference, it remains quantitatively large and statistically significant in the case of the Performing Artists. Hence, the objective work aspects included in the regressions from Table 2 cannot completely explain why artists are more satisfied with their jobs than non-artists. There seem to be further aspects, related to artistic work itself, that make artists happier in their jobs.

4.3 The effect of unobserved individual characteristics

A common objection to results such as those reported above is that an observed correlation between being an artist and job satisfaction might suffer from endogeneity biases. Special personality traits might cause artists to be happier with their jobs, irrespective of the occupation they have. If the personality of artists—or other omitted factors—truly had a positive effect on job satisfaction, the estimated coefficients in the pooled OLS regressions would not reflect benefits from artistic work but merely personality differences between artists and non-artists. The panel structure of the SOEP permits us to track individuals over time and to investigate how the job satisfaction of the same individuals changes when they move into or out of artistic work. In table 3, regressions with individual fixed effects are estimated that control for time-invariant individual characteristics.

The results largely indicate that the job satisfaction effects of artistic work are a robust phenomenon. The coefficient of the “Performing & Visual Artists” (equation (3)) is of similar magnitude to the one reported in Table 2. This indicates that differences in unobserved individual characteristics, such as personality, do not greatly distort the estimations of equation 1. Compared to equation 2, the coefficient of the variable “Performing Artists” in equation 4 is substantially smaller and statistically not significant. One possible explanation is a different personality trait profile. Second, the estimation of this coefficient in Table 3 might be unreliable. The estimation is based on only 39 changes into or out of artistic work (compared to 191 changes in the case of Performing & Visual ing or Visual Artist), and $0.5718/0.1768$ (Performing Artist).

Table 3: Fixed and random effects regressions (dependent variable: Job satisfaction, scale 0-10)

	Fixed effects		Random effects	
	(3)	(4)	(5)	(6)
Perf. & Visual Artists	0.1545 (0.1075)		0.1758** (0.0792)	
Perf. Artists		0.1686 (0.2364)		0.4547*** (0.1622)
Non-Artists	ref. group	ref. group	ref. group	ref. group
Total gross income (log)	0.3319*** (0.0144)	0.3317*** (0.0144)	0.3526*** (0.0117)	0.3525*** (0.0117)
Working hrs. per week	-0.0000 (0.0021)	-0.0000 (0.0021)	-0.0112*** (0.0018)	-0.0112*** (0.0018)
(Working hrs.) ²	-0.0000 (0.0000)	-0.0000 (0.0000)	0.0001*** (0.0000)	0.0001*** (0.0000)
Tenure	-0.0600*** (0.0022)	-0.0599*** (0.0022)	-0.0390*** (0.0019)	-0.0390*** (0.0019)
(Tenure) ²	0.0009*** (0.0001)	0.0009*** (0.0001)	0.0007*** (0.0001)	0.0007*** (0.0001)
Self-employed	0.2350*** (0.0339)	0.2361*** (0.0339)	0.2735*** (0.0275)	0.2742*** (0.0275)
Number of Obs.	173'491	173'491	173'491	173'491
Number of Individ.	28'677	28'677	28'677	28'677
Time period	1990 - 2009	1990 - 2009	1990 - 2009	1990 - 2009
p-value (F-statistic)	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000

Notes: OLS regressions with individual fixed effects and random effects respectively. Standard errors in parentheses. ***, **, * denotes significance at the 1%, 5%, and 10% level respectively. In addition to the variables shown, the regressions include the same variables for age, education, living in the new Laender, firm size, and year as in the OLS regressions presented in Table 2.

Data source: SOEP 1990-2009

Artists). To circumvent this problem, the random effects technique can be applied. The random effects technique exploits the information of all observations, and not only the information of changes into or out of artistic work.

Table 3 contains the random effects regressions.¹⁶ The coefficient of the variable “Performing Artists” is of similar magnitude as in the OLS regression (equation (2)). In the fixed effects regression (equation (4)), this coefficient is substantially smaller. This result indicates that the estimation of the coefficient with the fixed effects model might indeed be hampered by too few changes into or out of artistic work. The coefficients of “Performing & Visual Artists” is of similar magnitude in the random effects regressions, the fixed effects regressions, and the OLS regressions, which confirms the robustness and corroborates the conjecture that the number of changes into or out of artistic work is sufficient in the case of “Performing & Visual Artists.” The fact that these coefficients are statistically significant only in the random effects regressions is a consequence of the smaller standard errors produced by this technique.

4.4 Potential explanations for the job satisfaction difference

So far we find that “Performing Artists” enjoy higher utility from work than non-artists, even when changes in instrumental outcomes are controlled for. Controlling for unobserved individual heterogeneity does not alter the job satisfaction difference between artists and non-artists greatly. Hence, it seems that aspects of actual artistic work itself make artists happier in their jobs than non-artists. In some SOEP waves, individuals were asked detailed questions about their work. Some of these questions concern valuations of outcomes, others “procedural” aspects of work, that is, processes and conditions leading to outcomes. The following questions concern procedural aspects of work. “Is your job varied?” “Do you often learn something new on the job, something which is relevant for your career?” “Do you decide yourself how to complete the tasks involved in your work?” They each have to be answered with “applies completely,” “applies partly,” or “applies not at all.”¹⁷ Figures 2 to 4 depict, for artists and non-artists, the overall percentage over the years 1995 and 2001 that answered the questions concerning procedural aspects of work

¹⁶Note that the Hausman specification test favors the fixed effects over the random effects specification. The same result was found in a Danish job satisfaction study by D’Addio et al. (2007). As such, the random effects results should be viewed with a certain caution.

¹⁷These questions were only asked in two SOEP waves, namely in 1995 and 2001.

with the most approving answer, that is, with “applies completely.”

Figure 2 shows that the fraction who answered the question “Is your job varied?” with “applies completely” is at least 20 percentage points higher for both groups of artists. The difference to non-artists is highly statistically significant.¹⁸ Hence, it seems that artists have much more diverse jobs than non-artists.

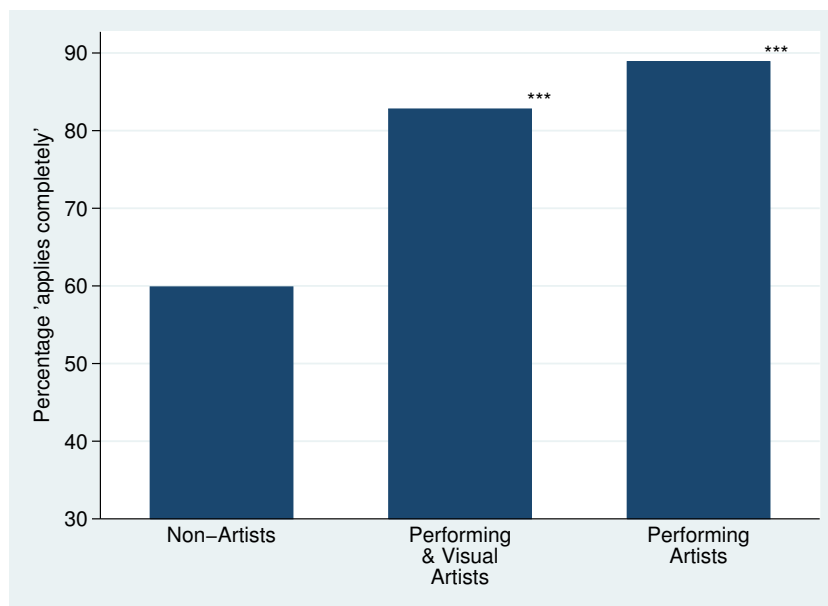
Figure 3 shows that the fraction who answered the question “Do you often learn something new on the job, something which is relevant for your career?” with “applies completely” is also at least 20 percentage points higher for the artists. Again, the difference to non-artists is highly statistically significant. Hence, it seems that artists also learn more on their jobs than non-artists.

Figure 4 shows that the fraction who answered the question “Do you decide yourself how to complete the tasks involved in your work?” with “applies completely” is at least 15 percentage points higher for the artists. The difference is only statistically significant for “Performing & Visual Artists.” Overall, the results indicate that artists enjoy more autonomy in their jobs than non-artists. This is not surprising insofar as artists are substantially more often self-employed than non-artists (see Section 4.2). The self-employed are known to enjoy more independence and autonomy in their jobs than the employed (see e.g. Benz and Frey, 2004).

The first question concerning valuations of work outcomes is “What is your attitude towards the following areas – are you concerned about them? Your job security.” This question has to be answered with either “very concerned,” “somewhat concerned,” or “not concerned at all.” It was asked in all SOEP waves included in our sample, that is, from 1990 to 2009. Figure 5 depicts, for artists and non-artists, the overall percentage who answered this question with “not concerned at all.” Both groups of artists responded more often with “not concerned at all” than non-artists, and the group “Performing & Visual Artists” statistically significantly so. These results are somewhat surprising in light of the literature on the subject, which depicts the artists’ labor market situation as rather grim (cf. Section 2.2). It should be noted, however, that the difference to non-artists is quantitatively rather small. The differences range between 1.9 and 4 percentage points. This is rather small compared to the questions on procedural aspects of work, where the

¹⁸A note on non-artists: Strictly, both groups of artists have their own “complementary set” in the labor force, that is, their own group of non-artists. However, these complementary sets are almost identical. Therefore, only one group of non-artists is depicted (complementary set of “Performing & Visual Artists”).

Figure 2: Job variety “Is your job varied?” (1995 and 2001 pooled)



Notes: The difference to non-artists is tested with a two-sided t-test. ***, **, * above the bar denotes significance at the 1%, 5%, and 10% level respectively.

Data source: SOEP 1995, 2001

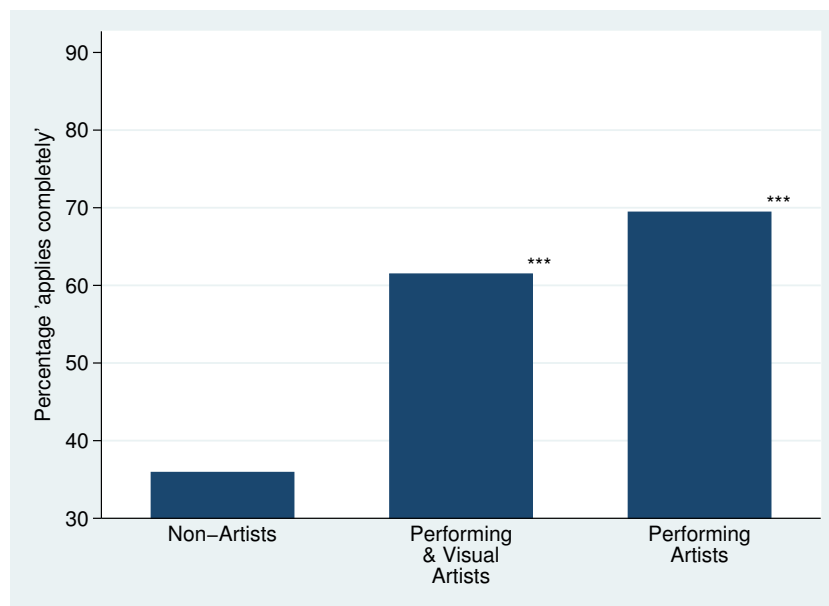
smallest such difference is 15 percentage points.

The second question concerning valuations of work outcomes is “How satisfied are you today with the following areas of your life: your personal income?” This question has to be answered on a scale from 0 (totally unhappy) to 10 (totally happy). It was asked in all SOEP waves from 2005 onwards.¹⁹ Figure 6 shows that the artists are less satisfied with personal income than non-artists, but the difference is not statistically significant.

There seem to be no substantial differences in satisfaction with job security and income that could explain the difference in overall job satisfaction between artists and non-artists. On the other hand, artists seem to enjoy considerably more favorable procedural working conditions than non-artists, such as job variety, on-the-job learning, and autonomy. These factors are likely to contribute to the artists’ high job satisfaction, in particular, job variety and autonomy, which have been found to have a positive effect on job satisfaction in previous studies (Warr, 1999; Benz and Frey, 2004). To assess exactly to what extent procedural work aspects explain the job satisfaction difference between artists and non-

¹⁹The respective variable in the SOEPlong is called p4739.

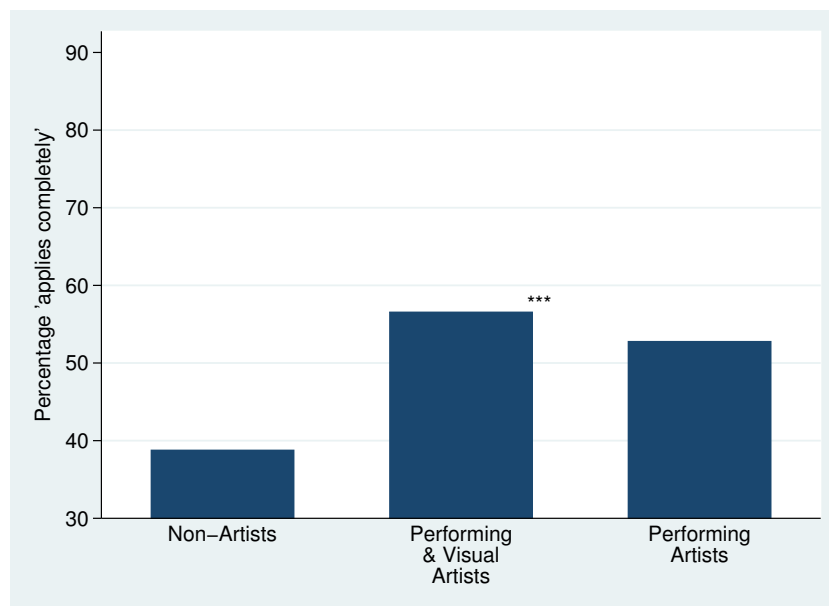
Figure 3: On-the-job learning “Do you often learn something new on the job, something which is relevant for your career?” (1995 and 2001 pooled)



Notes: The difference to non-artists is tested with a two-sided t-test. ***, **, * above the bar denotes significance at the 1%, 5%, and 10% level respectively.

Data source: SOEP 1995, 2001

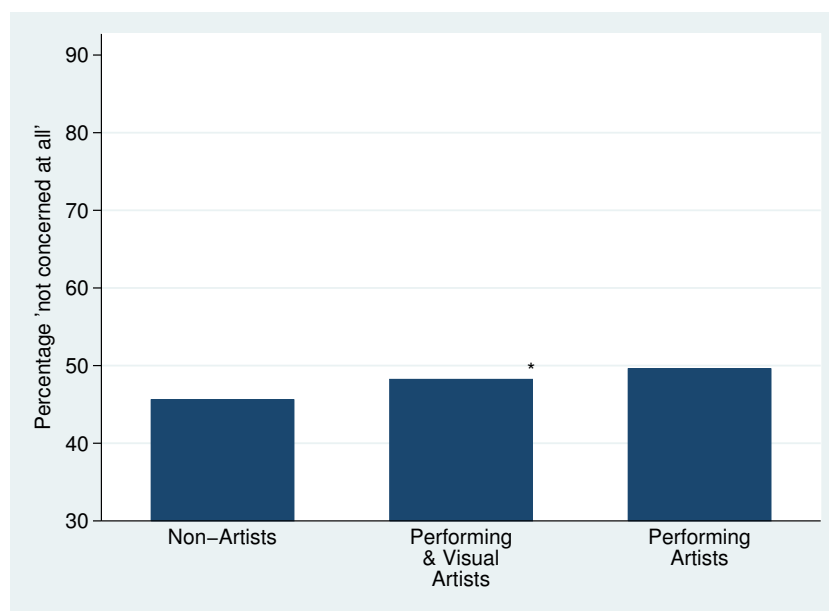
Figure 4: Autonomy “Do you decide yourself how to complete the tasks involved in your work?” (1995 and 2001 pooled)



Notes: The difference to non-artists is tested with a two-sided t-test. ***, **, * above the bar denotes significance at the 1%, 5%, and 10% level respectively.

Data source: SOEP 1995, 2001

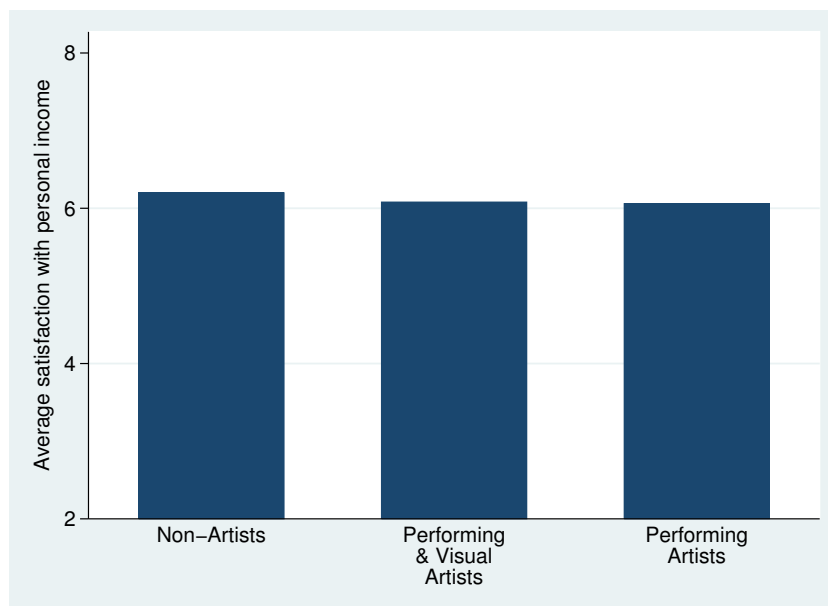
Figure 5: Concerns about job security “What is your attitude towards the following areas - are you concerned about them? Your job security” (1990-2009 pooled)



Notes: The difference to non-artists is tested with a two-sided t-test. ***, **, * above the bar denotes significance at the 1%, 5%, and 10% level respectively.

Data source: SOEP 1990-2009

Figure 6: Average satisfaction with personal income, scale 0-10 (2005-2009 pooled)



Notes: The difference to non-artists is tested with a two-sided t-test. ***, **, * above the bar denotes significance at the 1%, 5%, and 10% level respectively.

Data source: SOEP 2005-2009

artists, it would be necessary to include them as control variables in the regressions from Table 2. However, only two SOEP waves could be used, which would not leave a large enough number of artists in the sample. Therefore, such an approach is not reliable with the data at hand, and the evidence on the reasons for the job satisfaction difference between artists and non-artists remains suggestive. Note that the factor “autonomy” is likely to correlate strongly with self-employment and firm size (Benz and Frey, 2008). Hence, by including self-employment and firm size as control variables, we do account to some extent for differences in autonomy in the regressions.

4.5 Artist-specific effects of income and working hours

This section addresses the two fundamental assumptions of Throsby’s (1994) work-preference model. The first one being that artists actually derive utility from work and not disutility, as assumed by standard economics. More precisely, Throsby assumes that an additional unit of working time adds to artists’ utility, all else equal. In order to test this hypothesis, it is necessary to allow for an artist-specific effect of working hours on job satisfaction.

Technically, working hours are interacted with the artist dummies.²⁰ The second fundamental assumption of the work-preference model is that artists derive less utility from income than other workers. In order to test this hypothesis, it is necessary to allow for an artist-specific effect of income on job satisfaction. Therefore, income is also interacted with the artist dummies.

Table 4 contains the regressions with interaction terms. The same specifications as in Table 2 are estimated, with the difference that interaction terms for income and working hours are included and working hours do not enter in squared form. The coefficients of the variable “Working hrs. per week” represent the effect of working hours on job satisfaction for non-artists alone. They show that for non-artists working hours have a significantly negative effect on job satisfaction. Hence, non-artists seem to function as assumed by standard economics in this respect.

The coefficients of the interaction terms of the artist dummies with working hours are positive and statistically significant for both groups of artists (equations (7) and (8)). Hence, the effect of working hours on job satisfaction seems to differ between artists and non-artists. In order to obtain the effect of working hours on job satisfaction for artists, it is necessary to sum up the coefficients of the variable “Working hrs. per week” and the coefficients of the respective interaction terms. It can be seen that for both groups of artists the sum is positive. Hence, for artists unlike for non-artists, the effect of working hours on job satisfaction is positive. These findings corroborate Throsby’s assumption that artists actually derive utility from work and not disutility, as assumed by standard economics. Thus, a special treatment of artists in the theoretical modeling of labor market behavior seems warranted.

The coefficients of the variable “Total gross income (log)” represent the effect of income on job satisfaction for non-artists. As expected, income has a significantly positive effect on job satisfaction for non-artists.

The coefficients of the interaction terms of the artist dummies with income are negative for all groups of artists and statistically significantly so for the group “Performing & Visual Artists.” So the effect of income on job satisfaction seems to differ between artists and non-artists, at least in case of the group “Performing & Visual Artists” (equation (7)). In case of the group “Performing Artists,” the coefficient is not statistically significant, though of

²⁰For the sake of simplicity, squared working hours are disregarded.

Table 4: Pooled cross-section regressions with interaction terms (dependent variable: Job satisfaction, scale 0-10)

	(7)	(8)
Working hrs. per week	-0.0104*** (0.0009)	-0.0103*** (0.0009)
Performing & Visual Artists x Work.hrs.	0.0177** (0.0073)	
Performing Artists x Work.hrs.		0.0223* (0.0127)
Total gross income (log)	0.4066*** (0.0171)	0.4048*** (0.0170)
Performing & Visual Artists x Tot.gr.inc.	-0.2615** (0.1113)	
Performing Artists x Tot.gr.inc.		-0.2338 (0.1928)
Number of Obs.	173'491	173'491
Number of Individ.	28'677	28'677
Time period	1990 - 2009	1990 - 2009
p-value (F-statistic)	0.0000	0.0000

Notes: OLS regressions. Robust standard errors in parentheses (corrected for repeated observations on individuals). ***, **, * denotes significance at the 1%, 5%, and 10% level respectively. In addition to the variables shown, the regressions include variables for occupation (dummy for artistic occupations), firm tenure, self-employment, age, gender, education, living in the new Laender, firm size, and year.

Data source: SOEP 1990-2009

similar magnitude to the coefficients of the other groups (equation (8)). The reason for the statistical insignificance here is likely the small number of observations on the group “Performing Artists.” In order to obtain the total effect of income on job satisfaction for artists, it is necessary to sum up the coefficients of the variable “Total gross income (log)” and the coefficients of the respective interaction terms. It can be seen that for all groups of artists, the sum is positive. Hence, for artists like for non-artists, the effect of income on job satisfaction is positive. However, the effect is substantially smaller for artists. In case of “Performing & Visual Artists,” the effect is more than halved compared to non-artists. These findings corroborate Throsby’s assumption that artists derive less utility from income than other workers. This holds at least for the group “Performing & Visual Artists,” where the coefficients of the interaction terms exhibit statistical significance.

5 Conclusion

In this paper, German panel data is employed to investigate artists’ job satisfaction. Artists are on average found to be considerably more satisfied with their work than non-artists. The results indicate that differences in material outcomes, such as higher pay or a lower number of working hours as well as differences in personality, cannot account completely for the observed difference in job satisfaction. Partially, but not fully, the job satisfaction difference can be attributed to the higher self-employment rate among artists. The rest of the job satisfaction difference seems to be caused by aspects of artistic work itself. What these aspects are cannot be demonstrated with certainty within the scope of this study, but suggestive evidence is found that it is “procedural” aspects, such as increased job variety and on-the-job-learning, which make artistic work particularly rewarding.

There are some caveats to these results. First, data from one country only is employed. Given the availability of data, future studies may expand the analysis to other countries in order to investigate the robustness of the results in different cultural and economic contexts.

Second, the observed correlations between artistic work and job satisfaction does not rule out endogeneity. Causation may run in the reverse direction if more satisfied people are more likely to become artists. It would be an interesting task for a future study to

rule out this concern. In order to do so, a source of exogenous variation has to be found. The data hint at an event that could potentially be used as a “natural experiment” on the creation of artists. In 1998, after 16 years of ruling of the right-leaning Christian Liberal coalition, the left-leaning Social Democrats together with the Greens won the elections in Germany. Left-leaning parties traditionally grant more government support to the arts than right-leaning parties. Indeed, the data show that the artists’ percentage of the total labor force increased substantially in the years following 1998. If it can be shown convincingly that a raise in government aid lead to this increase, the change of government in 1998 might be used as a “natural experiment” on creation of artists.²¹

A third caveat is that the number of artists in the sample is relatively small, as artists constitute a diminutive fraction of the total labor force (between 0.2% and 0.7%, depending on how “artist” is defined). Consequently, the standard errors are relatively large, and, even though the effects of the main explanatory variables are of considerable magnitude, they are not statistically significant in some regressions.

For the same reason, that is, the overall small number of artists, the data from all available SOEP waves has to be pooled for the regressions. Therefore, procedural work aspects cannot be included in the regressions because they were only assessed in a few SOEP waves. Including procedural work aspects in the regressions would yield more detailed evidence on their role in explaining the high job satisfaction among artists. In future studies and with more extensive data at hand, this procedure might become feasible and yield valuable insights.

²¹Note that the change of government did not create a natural experiment in the sense that people were randomly chosen to become artists. Rather, the term is here used to describe an exogenous change in conditions for artists. Also note that the change of government was not completely exogenous, as the new government was elected by the individuals in the data set.

Appendix

Table A.1: Occupations included in the two definitions of artists

	Performing & Visual Artists	Performing Artists
Authors, journalists, other writers (2451)	yes	
Sculptors, painters, related artists (2452)	yes	
Composers, musicians, singers (2453)	yes	yes
Choreographers, dancers (2454)	yes	yes
Film, stage and related actors, directors (2455)	yes	yes
Photographers, image and sound recording equipment operators (3131)	yes	
Street, night-club and related musicians, singers, dancers (3473)	yes	yes
Clowns, magicians, acrobats, related professionals (3474)	yes	yes

Notes: Occupation code according to the International Standard Classification of Occupations 88 (ISCO-88) in parentheses.

Table A.2: Variables

Name	Description
Job satisfaction	Overall job satisfaction. Scale: 0 (totally unhappy) to 10 (totally happy)
Life satisfaction	Overall life satisfaction. Scale: 0 (totally unhappy) to 10 (totally happy)
Performing & Visual Artists	= 1 if individual is a performing or visual artist in her principal occupation, 0 else (see Table A.1 for a list of the respective occupations)
Performing Artists	= 1 if individual is a performing artist in her principal occupation, 0 else (see Table A.1 for a list of the respective occupations)
Total gross income	Current gross monthly labor income in Euros
Working hrs. per week	Total working hours in an average week (including overtime)
Tenure	Firm tenure in years
Self-employed	= 1 if self-employed, 0 if employed
Age	Age in years
Sex	=1 if female
Years of education	Amount of education (or training) in years
East	= 1 if living in one of the new Laender, 0 if living in one of the old Laender
Foreign	= 1 if nationality is not German

References

- Abbing, H. (2002). *Why Are Artists Poor? The Exceptional Economy of the Arts*. Amsterdam University Press.
- Adler, M. (1985). Stardom and Talent. *American Economic Review*, 75(1):208–212.
- Adler, M. (2006). Stardom and Talent. In Ginsburgh, V. A. and Thorsby, D., editors, *Handbook of the Economics of Arts and Culture*. North-Holland.
- Alper, N. O. and Wassall, G. H. (2006). Artists' Careers and Their Labor Markets. In Ginsburgh, V. A. and Thorsby, D., editors, *Handbook of the Economics of Arts and Culture*. North-Holland.
- Benz, M. and Frey, B. S. (2004). Being Independent Raises Happiness at Work. *Swedish Economic Policy Review*, 11:95–134.
- Benz, M. and Frey, B. S. (2008). Being Independent Is a Great Thing: Subjective Evaluations of Self-Employment and Hierarchy. *Economica*, 75:362–383.
- Bille, T. (2010). Creative Labour: Who Are They? What Do They Do? Where Do They Work? - A Quantitative Study from Denmark. *Mimeo*.
- Clark, A. E. (2001). What Really Matters in a Job? Hedonic Measurement Using Quit Data. *Labour Economics*, 8:223–242.
- Clegg, C. W. (1983). Psychology of Employee Lateness, Absence, and Turnover: A Methodological Critique and an Empirical Study. *Journal of Applied Psychology*, 68(1):88–101.
- D'Addio, A. C., Eriksson, T., and Frijters, P. (2003). An Analysis of the Determinants of Job Satisfaction when Individuals' Baseline Satisfaction Levels May Differ. *Working Paper 2003-16, Centre for Applied Microeconomics, University of Copenhagen*.
- D'Addio, A. C., Eriksson, T., and Frijters, P. (2007). An Analysis of the Determinants of Job Satisfaction when Individuals' Baseline Satisfaction Levels May Differ. *Applied Economics*, 39:2413–2423.

- Erhardt, J., Saris, W., and Venhofen, R. (2000). Stability of Life-Satisfaction over Time. *Journal of Happiness Studies*, 1(2):177–205.
- EUROSTAT (2011). *Cultural Statistics*. EUROSTAT Pocketbooks. Office for Official Publications of the European Communities.
- Ferrer-i-Carbonell, A. and Frijters, P. (2004). How Important Is Methodology for the Estimates of the Determinants of Happiness? *The Economic Journal*, 114:641–659.
- Frank, R. and Cook, P. (1995). *The Winner-Take-All Society*. The Free Press.
- Frey, B. S. (2003). *Arts & Economics: Analysis & Cultural Policy*. Springer.
- Frey, B. S. (2008). *Happiness: A Revolution in Economics*. The MIT Press.
- Frey, B. S. and Pommerehne, W. W. (1989). *Muses and Markets: Explorations in the Economics of the Arts*. Blackwell.
- Haak, C. (2005). Künstler zwischen selbständiger und abhängiger Erwerbsarbeit. *Discussion Paper 2005-107*, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB).
- IAB (2011). Berufe im Spiegel der Statistik. <http://bisds.infosys.iab.de/>.
- Karttunen, S. (1998). How to Identify Artists? Defining the Population for 'Status-of-the-Artist' Studies. *Poetics*, 26:1–19.
- Kristensen, N. and Johansson, E. (2008). New Evidence on Cross-Country Differences in Job Satisfaction Using Anchoring Vignettes. *Labour Economics*, 15:96–117.
- Layard, R. (2006). *Happiness: Lessons from a New Science*. Penguin.
- Menger, P.-M. (1999). Artistic Labor Markets and Careers. *Annual Review of Sociology*, 25:541–574.
- Menger, P.-M. (2001). Artists as Workers: Theoretical and Methodological Challenges. *Poetics*, 28:241–254.
- Menger, P.-M. (2006). Artistic Labor Markets: Contingent Work, Excess Supply and Occupational Risk Management. In Ginsburgh, V. A. and Thorsby, D., editors, *Handbook of the Economics of Arts and Culture*. North-Holland.

- Pugno, M. (2004). Rationality and Affective Motivation: New Ideas from Neurobiology and Psychiatry for Economic Theory? *Discussion Paper 0501, Department of Economics, University of Trento.*
- Rengers, M. (2002). *Economic Lives of Artists: Studies into Careers and the Labour Market in the Cultural Sector.* Doctoral Thesis. Utrecht University.
- Robinson, M. D. and Montgomery, S. S. (2000). The Time Allocation and Earnings of Artists. *Industrial Relations*, 39(3):525–534.
- Rose, M. (2007). Why So Fed Up and Footloose in IT? Spelling Out the Associations between Occupation and Overall Job Satisfaction Shown by WERS 2004. *Industrial Relations Journal*, 38(4):356–384.
- Rosen, S. (1981). The Economics of Superstars. *American Economic Review*, 71(5):845–858.
- Sandvik, E., Diener, E., and Seidlitz, L. (1993). Subjective Well-Being: The Convergence and Stability of Self-Report and Non-Self-Report Measures. *Journal of Personality*, 61(3):317–342.
- Santos, F. (1976). Risk, Uncertainty and the Performing Artist. In Blaug, M., editor, *The Economics of the Arts.* Westview Press.
- Söndermann, M. (2004). *Kulturberufe - Statistisches Kurzportrait zu den erwerbstätigen Künstlern, Publizisten, Designern, Architekten und verwandten Berufen im Kulturberufemarkt in Deutschland 1995-2003.* Arbeitskreis Kulturstatistik (ARKStat) im Haus der Kultur, Bonn.
- Throsby, D. (1994). A Work-Preference Model of Artist Behaviour. In Peacock, A. and Rizzo, I., editors, *Cultural Economics and Cultural Policies.* Kluwer.
- Throsby, D. (2001). Defining the Artistic Workforce: The Australian Experience. *Poetics*, 28:255–271.
- Throsby, D. and Hollister, V. (2003). *Don't Give Up Your Day Job: An Economic Study of Professional Artists in Australia.* Australia Council.

- Towse, R. (1992). The Earnings of Singers: An Economic Analysis. In Towse, R. and Kahke, A., editors, *Cultural Economics*. Springer.
- Towse, R. (2006). Human Capital and Artists' Labour Markets. In Ginsburgh, V. A. and Thorsby, D., editors, *Handbook of the Economics of Arts and Culture*. North-Holland.
- UNESCO (1980). *Records of the General Conference, Twenty-First Session, Belgrade 1980. Volume 1: Resolutions*. Imprimerie des Presses Universitaires de France.
- Wagner, G. G., Frick, J. R., and Schupp, J. (2007). The German Socio-Economic Panel Study (SOEP) - Scope, Evolution and Enhancements. *Schmollers Jahrbuch*, 127(1):139–169.
- Warr, P. (1999). Well-Being and the Workplace. In Kahneman, D., Diener, E., and Schwarz, N., editors, *Well-Being: The Foundations of Hedonic Psychology*. Russell Sage Foundation.
- Withers, G. (1985). Artists' Subsidy of the Arts. *Australian Economic Papers*, 24:290–295.