

## **Absender**

Dieses Dokument wurde von Einrichtungen aus dem Netzwerk öffentlicher Fördereinrichtungen für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland geschrieben. Es dient als Open Source Gedankengut zur modularen Verwendung in der Diskussion zum Konjunkturprogramm für Deutschland, um das Programm auch für die Kreativwirtschaft adaptierbar zu gestalten. Da die Kultur- und Kreativwirtschaft keine explizite Beachtung in dem Konjunkturprogramm findet, sind diese Erweiterungen und Ergänzungen für die Anschlussfähigkeit des Programms in der Kultur- und Kreativwirtschaft dringend notwendig. Wir bitten daher das Dokument zu nutzen, es zu erweitern und als Grundlage für Diskussionen und aktive Erweiterungen zu nutzen.

---

## **Die Potentiale der Kultur- und Kreativwirtschaft im Konjunkturprogramm nutzen und fördern!**

Am 3. Juni 2020 hat der Koalitionsausschuss der Bundesregierung unter dem Titel „Corona-Folgen bekämpfen, Wohlstand sichern, Zukunftsfähigkeit stärken“<sup>1</sup> ein Programm vorgestellt, das „Deutschland schnell wieder auf einen nachhaltigen Wachstumspfad“ führen und damit „Arbeitsplätze und Wohlstand“ sichern soll. Das Programm wurde am 12.6.2020 von Bundeskabinett beschlossen.

Kultur- und Kreativwirtschaft findet in diesem Programm keine explizite Berücksichtigung, für den engeren Kulturbereich<sup>2</sup> allerdings soll es ein Förderprogramm im Umfang von 1 Mrd. Euro geben.

Hier soll dargelegt

- werden welche Lücken das Konjunkturprogramm aus Sicht der Kultur- und Kreativwirtschaft aufweist,
- an welchen Stellen Anschlussfähigkeit für die Kultur- und Kreativwirtschaft besteht,
- wie die Förderprogramme ausgestaltet werden müssten, um auch positive Wirkungen für die Kultur- und Kreativwirtschaft entfalten zu können.

Aus der Erfahrung der bisherigen, unterschiedlichen Fördermittelvergabe durch die Länder sollten einheitliche und koordinierte Mittelvergaben und Ausführungsbestimmungen des Bundes und der Länder unbedingt angestrebt werden.

### **Kultur- und Kreativwirtschaft ist Leitbranche und Innovationstreiber**

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist von zentraler Bedeutung für das wirtschaftliche, gesellschaftliche und ökologische Fortkommen Deutschlands. Sie ist nach klassischen ökonomischen Kriterien eine Leitbranche. Sie stößt darüber hinaus Effekte für Kunst, Kultur und Gesellschaft an, die weit über ihre ökonomische Bedeutung hinausragen. Kultur- und Kreativwirtschaft ist -neben der Wissenschaft- der zentrale Innovationstreiber in diesem Land. Im Sinne eines horizontalen Know How-, Innovations- und Agilitätstransfers, der in alle Wirtschaftsbranchen hinein wirkt, vollbringt die Kultur- und Kreativwirtschaft mit ihren Spillover-Effekten wichtige transformative Aufgaben für die gesamte Wirtschaft, die Innovationseffekte und damit Steuerungsmöglichkeiten im Rahmen des Innovationstransfers bieten. Jede hier ansetzende Förderung wirkt daher mindestens doppelt. Sowohl in die

---

<sup>1</sup> bmwi.de: [https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Downloads/E/eckpunkt Papier-corona-folgen-bekaempfen.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=6](https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Downloads/E/eckpunkt Papier-corona-folgen-bekaempfen.pdf?__blob=publicationFile&v=6)

<sup>2</sup> Unter Pkt. 16 findet sich das „Programm zur Milderung der Auswirkungen der Corona-Pandemie im Kulturbereich“, das „insbesondere (auf) die Erhaltung und Stärkung der Kulturinfrastruktur“ ausgerichtet ist. Auch „die Förderung alternativer, auch digitaler Angebote“ soll daraus finanziert werden.

Kultur- und Kreativwirtschaft als auch in die Gesamtwirtschaft. Explizit in den verschiedenen Feldern der technischen Innovationsförderung ist darauf zu achten interdisziplinäre Teams unter Einbeziehung kultur- und kreativwirtschaftlicher Akteure zu schaffen um Fehlentwicklungen wie z.B. im Bereich KI (iterative Verstärkung bestehender Vorurteile) zu vermeiden. Darüber hinaus setzt die Branche gesellschaftliche, wirtschaftliche aber auch ökologische Neuorientierungen in Gang. Somit bedeutet eine Unterstützung dieser wirtschaftlich leistungsfähigen Branche auch ein Konjunkturprogramm für das Miteinander in Deutschland und die Lösungskompetenz unserer Gesellschaft.

### **Kultur- und Kreativwirtschaft ist durch Corona massiv betroffen**

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist einer der Sektoren, der am stärksten durch die Corona-Krise getroffen sind. Sie erschafft Inhalte und muss mit sehr leichtem Gepäck unterwegs sein, um schnell und beweglich zu bleiben. Die dezentralen, fluiden Netzwerkstrukturen bilden keine Subsistenz sichernden Rücklagen. Das ist ihr Potential und in der Krise manchmal auch sehr bedrohlich.

### **Die Lücken**

Das Konjunkturprogramm des Koalitionsausschuss' wäre aus Sicht der Kultur- und Kreativwirtschaft sehr viel stärker, wenn es drei Themen berücksichtigt würde:

1. eine neue, aktuelle, umfassende Innovationsstrategie zu implementieren,
2. Programme zur Markterschließung für alle KMU, Soloselbstständige und Freiberufler,
3. Programme zur Monetarisierung von Inhalten in digitalen Systemen.

#### **zu 1. Innovationsstrategie<sup>3</sup>**

Der erweiterte Innovationsbegriff muss selbstverständlich Grundlage aller bestehenden und neuen Innovationsprogramme sein. Innovation ist in diesem Zusammenhang mehr als bloß technologische, forschungsgetriebene Weiterentwicklung. Innovation entsteht immer häufiger entlang nichtlinearer Wege, abseits bekannter Pfade und kann mit vergleichsweise wenig Ressourcen von kleinen Teams vorangetrieben werden. Ein erweiterter Innovationsbegriff der neue, moderne Formen der Innovation einschließt: Open Innovation, Dienstleistungs- und Prozessinnovation, kulturelle Innovationen und Geschäftsmodellinnovationen. Akteur\*innen wie innovative Start-Ups oder Vertreter\*innen der Kultur- und Kreativwirtschaft verändern Regeln und Funktionsweisen von Innovationsprozessen und prägen ihre Gestaltung. Eine derartige Verbreiterung der Basis erfordert neue Konzepte, die sich nicht nur an der Achse Unternehmen-Forschungseinrichtung orientieren, sondern ein offenes Umfeld für Innovationen schaffen.

Innovative Innovationsformate

- Es muss möglich werden, Innovationsbereiche zu schaffen, in denen temporär sehr reduzierte formale und administrative Regeln herrschen.
- Es sollte Hochrisiko-Innovationsprogramme geben.
- Innovationsprogramme muss es auch außerhalb von FuE geben
- Informelles Kapital soll als geldwertes Kapital anerkannt werden.

#### **zu 2. Markterschließung**

Zentrales Element aller wirtschaftlichen Tätigkeit ist es, Kunden für die eigenen Angebote, Produkte und Leistungen zu finden. Die Corona-Eindämmungsmaßnahmen haben sowohl

---

<sup>3</sup> Schon 2016 hat sich das BMWi mit diesen Fragen befasst: *Ökonomische und verwaltungstechnische Grundlagen einer möglichen öffentlichen Förderung von nichttechnischen Innovationen*. Studie im Auftrag des Bundeswirtschaftsministeriums, Dez. 2016 <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Studien/studie-zu-nichttechnischen-innovationen.html>

die Angebots- als auch die Nachfrageseite stark eingeschränkt; es ist zu befürchten, dass die Einwirkungen auf das Marktverhalten dauerhafter sind, als gehofft. Viele der bekannten und etablierten Instrumente der Markterschließung, der Kundenakquise funktionieren aktuell und für die kommende Zeit nicht mehr. Dies gilt sowohl für B2B als auch für B2C. Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist davon mehrfach getroffen, zum einen, weil ihre Angebote im Bereich der Markterschließung (Werbung, Gestaltung, Media, Messebau, Veranstaltungen...) nicht mehr nachgefragt werden, zum anderen, weil sie selbst ihre Leistungen und Produkte nicht anbieten kann (Ausfall sämtlicher Kreativ-Messen und nationalen und internationalen Festivals). Ein Konjunkturprogramm sollte Elemente enthalten, das die Unternehmen dabei unterstützt nationale und internationale Märkte zu erschließen.

Darüber hinaus sollten Maßnahmen für bereits existierende Marktplätze Anwendung finden:

- Etablierte Marktplätze erhalten (Messen, Kongresse und Festivals)
- Marktplätze digitalisieren
- Zugang zu Marktplätzen schaffen
- Erfolgreiche Auftritte auch für alle KMU ermöglichen, in dem die Beauftragung professioneller Auftragnehmer\*innen gefördert wird.

### zu 3. Monetarisierung

Die Plattformökonomie kann vielen Marktteilnehmer\*innenn internationale Reichweite verschaffen. Die Inhalte, die den Plattformen Reichweite und damit Einnahmen aus Werbung und Datenwirtschaft verschaffen, werden oftmals nicht angemessen geschützt und honoriert.

Ein Konjunkturprogramm sollte sich deshalb diesen Fragen widmen:

- Mittels geeigneter Instrumente eine Haltung bei Verbraucher\*innen erzeugen, dass Inhalte auch in den digitalen Systemen selbstverständlich bezahlt werden.
- Eine klare Strategie verfolgen, Inhalte von staatlichen/ teilstaatlichen Einrichtungen nur in den Fällen kostenlos in den digitalen Systemen zur Verfügung zu stellen, in denen das keine negativen Auswirkungen auf Marktteilnehmer\*innen hat. Sondern im besten Fall auch ökonomische Verwertung befördert.
- Eine europäische, nicht gewinnorientierte Einrichtung schaffen, die
  - die Kennzeichnung von Inhalten jeder Art mit Hilfe von Metadaten ermöglicht,
  - die Nutzung von Inhalten mit Hilfe der Metadaten erfasst,
  - mit den Plattformen geeignete Monetarisierungsvereinbarungen schließt,
  - mit den Rechteinhabern adäquat abrechnet.

## **Anschlussfähigkeit und Ausgestaltung der Förderprogramme**

### **A) Konjunktur- und Krisenbewältigungspaket**

Die in folgenden Punkten zur Änderungen von betriebswirtschaftlichen Rahmenbedingungen vorgestellten Maßnahmen können sich auch positiv auf die Lage von Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft auswirken und sind deshalb zu begrüßen:

Pkt 5. steuerlicher Verlustrücktrag

Pkt 6. degressive Abschreibung

Pkt 7 Körperschaftssteuerrecht

Bei der Umsetzung ist jeweils darauf zu achten, dass die Maßnahmen so gestaltet werden, dass sie auch für Kleinbetriebe, Solo-Selbstständige und Freiberufler unbürokratisch anwendbar sind und positive Wirkung entfalten können.

Die in Pkt. 8. Mitarbeiterbeteiligung

Im Rahmen demographischer Veränderungen im Rahmen kultur- und kreativwirtschaftlicher Wertschöpfung verändert sich die Unternehmensstruktur in einigen Teilmärkten stark (z.B. Privattheater, private Kinoveranstalter\*innen). In diesem Zusammenhang wird die

Möglichkeit der Mitarbeiterbeteiligung ausdrücklich begrüßt, da sie die Grundlage darstellt Unternehmen der Branche langfristig am Markt zu halten.

In diesem Zusammenhang sollte auch die Rechtsform der Genossenschaft in den Fokus genommen und gefördert werden. Als einzige auch unternehmerische Rechtsform, die klar auf gleichberechtigter Beteiligung aufbaut und Risiken auf viele Schultern verteilt, erlebt sie seit einigen Jahren vor allem in der Kultur- und Kreativwirtschaft und sozialem Unternehmertum zu Recht eine starke Renaissance.

Die unter Pkt. 9 schneller Neustart nach Insolvenz aufgeführten Maßnahmen können für die Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft sehr hilfreich sein. Zu klären ist bei der Umsetzung, wie sich die Verkürzung des Entschuldungsverfahrens für natürliche Personen auf die Insolvenzen von Unternehmen auswirkt. Ein schneller Neustart kann nicht bedeuten, dass die Entschuldungsdauer von drei Jahren abgewartet werden muss, bis eine Person/ Unternehmer\*in wieder als Unternehmer\*in am Wirtschaftsleben teilnehmen darf.

#### Pkt. 10 Investitionen des Bundes

Bei allen Aufträgen vor allem auch im Bereich der Digitalisierung von Verwaltung sollte darauf geachtet werden, dass die Instrumente in inzwischen bewährten Verfahren mit den jeweiligen Kunden entwickelt werden. User Centered Design, Gamification, Augmented Reality, UX-Design etc. müssen dabei berücksichtigt werden. Das einheitliche Verständnis sollte sein, dass es sich nicht um technische Aufträge handelt, sondern um gestaltete Prozesse und gestaltete Umsetzung von technischen Mechanismen. Bei den Vergaben sind Regeln zu entwickeln, die auch neuen und kleinen Akteuren am Markt Chancen auf eine Bewerbung und Beauftragung bieten.

#### Pkt. 11 Entbürokratisierung

Wenn die Vereinfachung des Vergaberechts dazu führt, dass die Verwaltung einfacher und schneller in die Umsetzung von Vorhaben kommt und dadurch die Anzahl der Beauftragungen steigt, ist das Vorhaben zu begrüßen. Selbstverständlich auch, weil es die Vielfalt der Auftragnehmer erhöhen kann und die Zugänglichkeit auch von Solo-Selbstständigen, Freiberuflern und kleinen Unternehmen zu Aufträgen der öffentlichen Hand wachsen kann. Die Sichtbarkeit von Ausschreibungen und Aufträgen sollte erhöht werden. Voraussetzung dafür ist eine punktuelle Weiterbildung zum Vergaberecht und den Vergabemechanismen. *Das Netzwerk öffentlicher Förderinstitutionen für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland* bietet sich an, die Schnittstelle zu organisieren und darüber hinaus einen länderübergreifenden Pool mit Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft zu schaffen, um deren Sichtbarkeit auch für potentielle Auslober und Auftraggeber\*innen zu erhöhen und das Wissen über Inhalte und Kompetenzen der heterogenen Kreativwirtschaft sichtbar zu machen.

Die in Pkt. 13 Überbrückungshilfen aufgeführten Programme sind unbedingt nötig, um u.a. allen Unternehmen im Wertschöpfungsnetzwerk Veranstaltungen das Überleben zu sichern. Leider ist die Forderung der Anerkennung von "Unternehmerlohn" als Betriebsausgabe auch bei Personengesellschaften hier nicht erkennbar berücksichtigt worden sondern wird mit der Verlängerung des vereinfachten Zugangs in die Grundsicherung (Pkt. 14) beantwortet.

Jenseits der Notwendigkeit diese beiden Maßnahmenpakete zu koordinieren, wenn der Unternehmerlohn nicht als Betriebsausgabe anerkannt wird, zeigt sich hier ein Bruch in der Systematik. Wenn (Solo-) Selbständige und Kleinstunternehmen sich als Unternehmen verstehen und unternehmerisch handeln sollen, müssen sie auch in der Krise entsprechend eingeordnet und nicht als Privatpersonen auf die Grundsicherung verwiesen werden. Die Corona-Krise forderte von vielen Akteuren außerdem eine Umstrukturierung des Geschäftsmodells, was zu zusätzlichen Kosten führt und führte. Diese Investitionskosten sollten bei den Überbrückungshilfen ebenfalls Beachtung finden und als Betriebskosten akzeptiert werden.

#### Pkt. 15 Stabilisierung gemeinnütziger Organisationen

Bei der Umsetzung sollte der Zugang zu den Programmen auch für Social Entrepreneurship und Social Impact geöffnet werden. Der Fokus scheint hier zu sehr auf Beherbergungsbetrieben zu liegen. Der niederschwellige Umgang mit Sicherheiten muss gewährleistet sein, es sollte nicht das Hausbankprinzip gelten.

Dass das Konjunkturprogramm sich explizit dem Kulturbereich (Pkt. 16) widmet, ist sehr gut. Auf die Einhaltung der Balance zwischen der Erhaltung und Stärkung der Kulturinfrastruktur und der Förderung alternativer auch digitaler Angebote ist unbedingt zu achten. Auch der Kultursektor sollte die Chance nutzen sich zukunftsfähiger zu machen. Für die Umsetzung digitaler Angebote gilt das zu Pkt. 10 gesagte. Digitale Angebote der öffentlichen Kultureinrichtungen sollten, soweit rechtlich möglich, einen freien Zugang auch für unternehmerische Aktivitäten schaffen.

Als Treiber für die Digitalisierung in der Kultur spielt die Kultur- und Kreativwirtschaft, wie bei anderen Wirtschaftsbranchen auch, eine wichtige und ausschlaggebende Rolle. Die Spillover Effekte und Digitalkompetenzen, die die Kultur- und Kreativwirtschaft auch für den engeren Kulturbereich erbringen kann, sollten unterstützt und gefördert werden. Wenn Kultureinrichtungen sich digitalisieren, gelingt ihnen das mit der Kultur- und Kreativwirtschaft (z.B. Games-Entwickler für Serious Games in Museen, Filmproduktionen für Live-Streaming von Theatern und Konzerten, Web-Designer für digitale Wissensplattform) besser. Um einen Anreiz für solche Kooperationen zu schaffen, sollte die Beauftragung von Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft zum Kriterium in Förderprogrammen zur Unterstützung von Digitalisierungsprozessen in Kultureinrichtungen werden.

#### Pkt. 17 Digitalisierung in der Forstwirtschaft

Für die Digitalisierung in der Forstwirtschaft gilt das zu Pkt 10 ausgeführte. Die Möglichkeiten Holz aus Baustoff zu nutzen, sollte in den entsprechende Ausbildungsgängen schwerpunkthaft gelehrt werden. Die Architektenkammern sollten unterstützt werden, entsprechende Fortbildungen anzubieten. Die Einrichtungen der Stadtplanung und die Genehmigungsbehörden müssen mit einer entsprechenden Strategie unterstützt werden, diesen Baustoff zu fördern. Die zuständigen Bundeseinrichtungen sollten -auch im Sinn der Umgangs mit grauer Energie- schwerpunkthaft Modellprojekte anstoßen und unterstützen.

#### Pkt. 28 Ausbau von Ganztagschulen und Ganztagsbetreuung

In den Katalog der förderfähigen Investition sollte die Unterstützung der Schulbuchverlage und Lehrmittelherstellende gehören, ihre Angebote in die digitalen Systeme zu transferieren um E-Learning strukturiert unterstützen zu können. Für die Entwicklung geeigneter Vermittlungsformen, geeigneter Kanäle und neuer Vermittlungskonzepte sollten die Potenziale und Kompetenzen der Kultur- und Kreativwirtschaft unbedingt genutzt werden.

#### Pkt. 30 Ausbildungsförderung für KuK Kleinbetriebe

Die geplanten Prämien für Auszubildende wird mittelfristig Kleinstbetriebe nicht maßgeblich dazu bewegen, Auszubildende einzustellen. Die Betriebe dürfen in Krisenzeiten nicht auf den Kosten für den Azubi sitzenbleiben. So sollte beispielsweise neben der Möglichkeit der Kurzarbeit auch die Kostenübernahme für die Berufsschulen garantiert werden. (Motivation Lehrlinge aufzunehmen, zu stabilisieren, auszubauen)

#### Pkt. 31 Gemeinschaftsaufgabe GRW

Bei der Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur auch im ländlichen Raum sollte die Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft unbedingt Berücksichtigung finden. Kultur- und Kreativwirtschaft ist ein beschäftigungsintensiver Wirtschaftszweig, der, die schnelle Zugänglichkeit ins Internet vorausgesetzt, relativ ortsunabhängig ist und keine aufwändigen Infrastrukturmaßnahmen benötigt. Die Förderung von Netzwerken der lokalen Wirtschaft mit der lokalen Kultur- und Kreativwirtschaft sind ein erster Schritt.

## **B) Zukunftspaket**

### Pkt. 32 steuerliche Forschungszulage

Hier ist beispielhaft anzuwenden, was in diesem Papier zum Thema Innovationsstrategie (Seite 2) ausgeführt wird. Eine Zulage, die sich von FuE löst und zum Beispiel auch künstlerische Forschung, Designforschung, kundenzentrierte Forschung und Cross-Innovation unterstützt, ist anzustreben.

### Pkt. 34 projektbezogene Forschung

Die Fokussierung auf das Energiesystem entspricht der angestrebten (und notwendigen) Energiewende. Diese Fokussierung sollte ergänzt werden um die Schaffung von Forschungseinrichtungen im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft. Solche Einrichtungen fehlen in Deutschland völlig.

### Pkt. 35 Mobilität

Der Einsatz von Cross-Innovation- und Quadruple-Helix-Prozessen sollte auch bei der Entwicklung von innovativen Mobilitätssystemen zum Standard gemacht werden. Vor allem für Zukunftsinvestitionen der Fahrzeughersteller und der Zulieferindustrie, die Schifffahrt, bei der Entwicklung moderner Flugzeuge, bei der Weiterentwicklung von Smart City-Anwendungen, der nachhaltigen Architektur und im Bereich des transparenten Designs gibt es bereits erfolversprechende Ansätze in diese Richtung.

### Pkt. 40 Registermodernisierung

Hier ist zu prüfen, ob die Erfahrungen aus vermeintlich fernen Wirtschaftsbereichen (wie der Musikwirtschaft) mit der Schaffung von einheitlichen Identifiers Anwendung finden können bei der Bewältigung dieser Aufgabe.

Der Digitalisierungsschub (Pkt.42) ist für die gesamte Kultur- und Kreativwirtschaft, wie für die gesamte deutsche Wirtschaft die zentrale Herausforderung. Dabei stehen die Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft auf beiden Seiten. Zum einen stehen auch sie vor der Herausforderung, ihre Geschäftsmodelle ins digitale zu transformieren. Deshalb müssen die Bedarfe und Möglichkeiten der Kultur- und Kreativwirtschaft bei der Förderung des Aufbaus von Plattformen und der Befähigung zur beschleunigten digitalen Transformation berücksichtigt werden. Maßgeschneiderte Angebote für diese komplexen Herausforderungen sind zu finden, der Einsatz von Intermediären, die Themen aufbereiten, Impuls setzen, lokale Netzwerke schaffen und geeignete Innovationsformate entwickeln und umsetzen, ist zu prüfen.

Zum anderen kann die Kultur- und Kreativwirtschaft erheblich zur digitalen Transformation von KMUs beitragen. Die Stimulierung von solchen Prozessen durch Cross-Innovation und dem Einsatz von Innovations-Gutscheinen ist ein erfolversprechendes Instrument.

### Pkt. 43 Künstliche Intelligenz

Wie bei allen Technologien wird auch bei der KI ihre Relevanz und im nächsten Schritt ihre auch unternehmerische Verwertbarkeit durch die Anwendbarkeit bestimmt.

Förderprogramme für Innovationsvorhaben, die sich mit der Anwendung von KI beschäftigen, sollten der auf Seite 2 beschriebenen Innovationsstrategie folgen, die unter Pkt 10 genannten Ansätze verfolgen und grundsätzlich auch Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft einladen, sich an diesen Programmen zu beteiligen und so interdisziplinäre Lösungsteams schaffen.

### Pkt. 44 Startup im Bereich Quantentechnologien

siehe Pkt. 43

### Pkt. 48 Smart City

Ein Teil der bisher geförderten Smart-City-Projekte bedient sich der Kompetenzen der Kultur- und Kreativwirtschaft und der Beteiligungs- und Innovationsformate, die vor allem im Design entstanden sind. Auf deren Beteiligung sollte in geeigneten zukünftigen Projekten besonders geachtet werden.

Pkt. 50 Pakt für den öffentlichen Gesundheitsdienst

Auch in den hier geplanten Erneuerungs- und Innovationsprozessen können die Erfahrungen und Methoden von Cross Innovation, Gamification, User Centered-, Transformative-, Circular-Design eingesetzt werden.

Pkt. 51 Zukunftsprogramm Krankenhäuser

siehe Pkt. 50

**C) Europäische und Internationale Verantwortung**

Pkt. 56 wirtschaftliche Erholung Europas

Die eingangs genannten drei Leitthemen, die im Konjunkturprogramm für Deutschland des Koalitionsausschuss' (vom 3.6.2020) keine Berücksichtigung fanden, sollten im europäischen Programm verankert werden. Deutschland soll die Gestaltungsmöglichkeit seiner Ratspräsidentschaft im 2. Halbjahr 2020 nutzen um die Themen:

- zeitgemäße, zukunftsfähige Innovationsstrategie
- Markterschließung
- Monetarisierung in der Plattformökonomie zu platzieren und voranzubringen.