

German Creative Economy Summit am 28. & 29. April 2026 in Hamburg

Kreativwirtschaft kämpft für neue Spielregeln: KI im Fokus des 3. German Creative Economy Summits in Hamburg

**Hamburg Kreativ
Gesellschaft mbH**

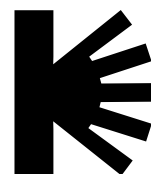
Hongkongstraße 5
20457 Hamburg

T +49 40 87 97 986-0
F +49 40 87 97 986-20
kreativgesellschaft.org

Am 28. und 29. April fand der 3. German Creative Economy Summit, der bundesweite Leitkongress der deutschen Kreativwirtschaft, in Hamburg statt. Der inhaltliche Schwerpunkt in diesem Jahr: Künstliche Intelligenz. Rund 1.100 Teilnehmende kamen in der Internationalen Theaterfabrik Kampnagel zusammen, um sich branchenübergreifend auszutauschen und über den künftigen Umgang mit KI zu sprechen. Dabei wurde deutlich, wie tiefgreifend Künstliche Intelligenz die Kreativwirtschaft verändert – und dass zentrale Fragen zu Wertschöpfung, Urheberrecht und Geschäftsmodellen derzeit neu verhandelt werden.

Dr. Carsten Brosda, Senator für Kultur und Medien: „Der German Creative Economy Summit zeigt, wie vielfältig und agil die Kreativbranche gerade auch in Hamburg ist. Hier kommen Kreative, Politik und Wirtschaft zusammen, um darüber zu sprechen, was die technologische Entwicklung für eine Branche bedeutet, die ganz wesentlich auf menschlicher Kreativität fußt und wie wir diese gewinnbringend für alle begleiten können. Es braucht diese Orte des echten Austauschs, der Reibung und der Inspiration jenseits digitaler Filterblasen. Dass wir diese Debatten hier in Hamburg führen, ist ein starkes Signal – und ich freue mich sehr, dass wir mit der geplanten Fortsetzung im Jahr 2027 an diesen Erfolg anknüpfen werden.“

Gitta Connemann, Parlamentarische Staatssekretärin, Bundesministerium für Wirtschaft und Energie: „Die Zukunft des Standorts Deutschland ist ohne Kreativwirtschaft nicht zu denken, denn sie ist unser Wirtschaftsmotor und sie ist unser Innovationsmotor – und daher unverzichtbar. Digitale Technologien wie Künstliche Intelligenz sind eine Herausforderung. Sie können Risiken sein, sie können aber auch Chancen bergen. Meine Empfehlung: Betrachtet sie als ein Instrument für die eigene Kreativität. Sucht die Kollaboration, nicht die Konfrontation. Denn am Ende bleibt ein Premiumprodukt und das ist der menschliche Geist und die menschliche Kreativität – sie sind nicht zu ersetzen.“



Egbert Rühl, Geschäftsführer der Hamburg Kreativ Gesellschaft und Veranstalter des German Creative Economy Summit:

„Die aktuelle wirtschaftliche Debatte zielt stark darauf ab, die bisherigen Erfolgsmodelle der deutschen Wirtschaft zu stabilisieren – das ist nachvollziehbar, greift aber zu kurz. Die nächsten Märkte entstehen längst anderswo: in der digitalen Ökonomie, in neuen Geschäftsmodellen und in der Verbindung von Technologie und Kreativität. Wenn wir wettbewerbsfähig bleiben wollen, müssen wir stärker in diese Richtung denken – und auch bereit sein, etablierte Pfade zu verlassen. Die Kreativwirtschaft bringt dafür zentrale Voraussetzungen mit: Sie verbindet unternehmerisches Denken mit Innovationskraft und ist in der Lage, neue Wertschöpfung zu entwickeln, bevor sie in anderen Branchen sichtbar wird. Genau deshalb kann sie eine wichtige Rolle dabei spielen, die nächste Phase wirtschaftlicher Entwicklung aktiv mitzugestalten – und genau dafür braucht es Plattformen wie den German Creative Economy Summit.“

Zwischen KI-Boom und strukturellem Wandel

Die Veränderungen durch den Einsatz von Künstlicher Intelligenz sind bereits auf Führungsebene sichtbar: Im C-Level-Panel wurde deutlich, wie stark sich Produktionsprozesse und Wertschöpfung verschieben. Die Effizienzgewinne sind erheblich – gleichzeitig steigen Komplexität und Abstimmungsbedarf.

Anschaulich wurde auch, wie unterschiedlich die Branche bereits mit der neuen Technologie arbeitet: von Medienhäusern wie der FUNKE Mediengruppe, bei denen KI fester Bestandteil des Redaktionsalltags ist, bis hin zu Solo-Selbstständigen, die mithilfe von KI ihre kreativen Prozesse neu organisieren und daraus neue unternehmerische Perspektiven entwickeln.

„Wir beschäftigen uns alle mit ähnlichen Herausforderungen und Themen. Deshalb ist es wichtig, dass man über den Tellerrand hinausschaut und nicht nur mit der eigenen Branche diskutiert, sondern mit allen gemeinsam. Natürlich ist das Thema KI wichtig und das müssen wir diskutieren – vor allem auch die Wirtschaftlichkeit und die Implikationen. Ich finde es aber auch wichtig, dass wir über die gesamtwirtschaftliche und gesamtgesellschaftliche Lage sprechen, die sich in dem letzten halben Jahr speziell verändert hat. Und das wäre mir ein Anliegen, dass wir das noch stärker zusammenbringen als Thema.“ sagt Larissa Pohl, WPP Open X Europe Lead bei Scholz & Friends.

Urheberrecht und Plattformökonomie im Zentrum der Debatte

Kreative Inhalte bilden die Grundlage datengetriebener Systeme – gleichzeitig bleibt der Umgang mit Urheberrechten weitgehend ungeklärt. Bestehende Regelungen halten mit der technologischen Entwicklung nicht Schritt, und selbst dort, wo sie greifen, ist ihre Durchsetzung oft unzureichend.



Entsprechend wurde in den Diskussionen deutlich, dass es klarere Regeln, faire Marktbedingungen und eine stärkere Wertschätzung kreativer Arbeit braucht. Zugleich rückte ein strukturelles Ungleichgewicht zwischen Kreativen und Plattformen in den Fokus: Während kreative Inhalte die Basis digitaler Geschäftsmodelle darstellen, liegen Kontrolle, Nutzung und Monetarisierung überwiegend bei den Plattformen.

Vor diesem Hintergrund wurde intensiv diskutiert, wie Kreative stärker an den zentralen Mechanismen der digitalen Ökonomie beteiligt werden können. Im Raum stehen Ansätze, die ihnen mehr Einfluss auf die Nutzung ihrer Inhalte und die Ausgestaltung von Plattformen ermöglichen – mit dem Ziel, bestehende Abhängigkeiten zu überwinden und eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe zu schaffen. Neben rechtlichen Fragen rückte auch die Relevanz europäischer Infrastrukturen und Datenräumen stärker in den Fokus.

Passend zum KI-Schwerpunkt zeigte die Premiere der Dokumentation „Täuschend echt? Deepfakes, Demokratie & die Macht der Bilder“ mit Eckart von Hirschhausen abschließend, dass KI nicht nur wirtschaftliche Prozesse, sondern auch die Grundlagen öffentlicher Kommunikation verändert. Der Umgang mit synthetischen Bildern und digitaler Manipulation wird damit zu einer zentralen gesellschaftlichen Herausforderung.

Eine Branche mit zentraler wirtschaftlicher Bedeutung

Mit rund zwei Millionen Erwerbstätigen und über 200 Milliarden Euro Jahresumsatz zählt die Kreativwirtschaft zu den bedeutenden Branchen Deutschlands. Die aktuellen Entwicklungen betreffen damit nicht nur einzelne Teilmärkte, sondern zentrale Fragen der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Transformation.

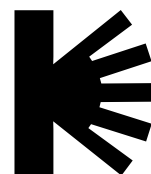
Der GCES als Ort der Aushandlung zentraler Zukunftsfragen – Fortsetzung für 2027 bestätigt

Der German Creative Economy Summit bringt jährlich Akteur*innen aus allen Teilmärkten der Kreativwirtschaft mit Vertreter*innen aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft zusammen. Auch 2026 wurde deutlich: Die zentralen Fragen der KI-Ökonomie werden hier nicht nur diskutiert – sondern konkret verhandelt. Für 2027 ist eine Fortsetzung des German Creative Economy Summits geplant.

Bild- und Kommunikationsmaterial finden Sie auf der [Presseseite](#).

Über den German Creative Economy Summit

Der German Creative Economy Summit verbindet als führende Plattform Kreativschaffende und Unternehmen aus allen elf Teilmärkten der



Kreativwirtschaft mit Entscheider*innen aus Politik, Wissenschaft, Verbänden und nationalen Fördereinrichtungen. Veranstalter der Konferenz ist die Hamburg Kreativ Gesellschaft, Deutschlands größte öffentliche Fördereinrichtung für die Kreativwirtschaft in Hamburg. Gefördert wird der German Creative Economy Summit von der Hamburger Behörde für Kultur und Medien.

Über die Hamburg Kreativ Gesellschaft

Die Hamburg Kreativ Gesellschaft ist seit 2010 die städtische Wirtschaftsförderung für die Kreativwirtschaft in Hamburg. Als eine der größten und ältesten Institutionen ihrer Art in Deutschland unterstützt sie Kreativschaffende aller elf Teilmärkte – von Design und Musik über Film und Architektur bis hin zu Games und Werbung. Mit Förderprogrammen, Beratungen, Netzwerkveranstaltungen und Innovationsformaten stärkt die Hamburg Kreativ Gesellschaft die wirtschaftliche und gesellschaftliche Relevanz der Branche. Darüber hinaus ist sie aktiv in der Vermittlung und Entwicklung von Räumen für Kreativschaffende sowie in Quartiers- und Stadtentwicklungsprozesse involviert. Mit dem Projekt Jupiter, der Umnutzung eines ehemaligen Kaufhauses, hat sie einen bundesweiten Leuchtturm für kreative Zwischennutzung geschaffen, der 2024 mit dem polis Award ausgezeichnet wurde. Weitere Informationen unter: [kreativgesellschaft.org](https://www.kreativgesellschaft.org)

Für Rückfragen melden Sie sich bei:

Hamburg Kreativ Gesellschaft
Jean Rehders
Jean.Rehders@kreativgesellschaft.org
+49 40 2372435-34
+49 (0) 178 78 58 665

www.kreativgesellschaft.org | www.german-creative-economy-summit.de
Instagram: @kreativgesellschaft | @gces.hamburg