

<b>Quelle</b>	Neue Ruhr Zeitung / Neue Rhein Zeitung vom 20.11.2010
<b>Seite</b>	29
<b>Ausgabe</b>	NRZ Essen (Fernausgabe)
<b>Ressort</b>	Mantel Kultur
<b>Quellrubrik</b>	NRZ Essen-Postausgabe
<b>Web-Link</b>	<a href="http://www.waz-mediengruppe.de">http://www.waz-mediengruppe.de</a>
<b>Autor</b>	Stephan Hermsen
<b>Urheberinfo</b>	Westdeutsche Allgemeine Zeitungsverlagsgesellschaft E. Brost & J. Funke GmbH u. Co. KG



## Konjunkturmotor Kreativität?

Besichtigung einer Branche zwischen Hoffen und Bangen, zwischen Schloss und Industrieruine

Autor: Stephan Hermsen

Wenn alle nicht recht wissen, wie es weiter gehen soll, müssen Kreative her. Sie sollen der Kulturhauptstadt Nachhaltigkeit sichern, den Regionen Innovationsfreude und NRW den Aufschwung. Das ganze am besten nicht, in dem sie - wie jüngst in Essen -- in der Innenstadt leerstehende Häuser besetzen. Sie mögen bitte reichhaltig vorhandene

Industrieruinen nutzen. Doch der Wind der Kreativität weht nun mal, wo er will. So gesehen ist Christian Boros der Mann, der den Wind einfangen soll. Er arbeitet drei Jahre fürs Wirtschaftsministerium als als Manager des "Clusters Kreativwirtschaft". Cluster klingt wie Klumpatsch und ist in dem Fall auch so ähnlich: Ein ziemliches Durcheinander. Dennoch kann man ihn vorzeigen. Zur Halbzeit des Clustermanagements lud

man zur Pressereise. Chancen zum Einblicke in eine unübersichtliche Branche.

Denker in Dortmund

In der "Ständigen Vertretung" haben sie den ganzen Tag gebrütet. Das kleine, ehemalige Ladenlokal ist jetzt ein "Thinktank", eine Hirnzelle zum Nachdenken. Da haben sich Kreative überlegt, wo sie hinwollen: Wie ihre Bran-

che in zehn Jahren aussehen könnte. Zum Abschluss gibt es kreative Käselollis mit Sesamkörnern, Bier, Bionade und gebratene Blutwurst im Glas auf lilafarbenem Kraut und vier Szenarien.

1. Kreative werden gebraucht, weil alle Alltagsgegenstände individueller werden, gefertigt nach Erlebniswelten und kulturellen Hintergründen.

2. Kreativer ist jeder, weil Wissen, Wohnung und Wirkungsstätte jederzeit wechseln können und man sich stets neu erfinden muss.

3. Kreativwirtschaft wird zum Zulieferer fürs Handwerk in "kleinen, geilen Fabriken".

4. Oder sie unterstützt Manufakturen, die hochqualitative Produkte herstellen - "es gibt sie noch, die guten Dinge".

### Schickes im Schloss

Man muss nicht lange raten, zu welchem Szenario Michael Sieger wohl neigen würde. Unter dem großen Ölgemälde des Fürstbischofs von Paderborn und Münster, bei feinen Häppchen und knisterndem Kaminfeuer im 100-Quadratmeter-Saal erläutert Sieger dann, warum er aus nackter Not in den kreativ gestalteten Luxus geflüchtet ist: Die Chinesen, sagt er, können es billiger. Sie werden auch in der Qualität aufholen, daher gelte: "Die Kreativität ist unsere letzte Bastion." Beim Rennen um die billigsten Wasserkräne für Obi würde die Firma Dornbracht verlieren, mit dem Sieger-Design kann sie Wasserkräne für 500 Euro verkaufen - dann aber weltweit.

Also gestaltet Sieger, der Designer, mit seinem Bruder, dem Kaufmann, und 35 Mitarbeitern im schicken Wasserschloss Harkotten von 1752 Luxusgegenstände. Mittlerweile von der Modelinie übers Pflegebett bis zum Stromanschluss. Sieger lässt in Alteuropa fertigen, setzt darauf, dass es genug Wohlhabende gibt, denen edle Dinge gutes Geld wert sind. Wer so verkaufen will, muss repräsentieren wie ein Adliger. Darum das Schloss, wo man über tiefem Teppich in der Firmenfarbe Dunkellila zur dunklen Holztür mit indirekt beleuchteter Klinke schreitet. Dahinter ein Raum mit dunklem Marmor, der Flachbildschirm neben den Orchideen zeigt Szenen aus Afrika, ein Rinnsal beginnt zu plätschern und erinnert mich, warum ich diesen nur zwölf Quadratmeter großen Raum gegangen bin... Ob Michael Sieger sich in diesem Raum im Spiegel

anschaut und leise summt "So seh'n Sieger aus, schalalalah"?

### Zukunft für Zollverein

Wir müssen uns auch Kurt Mehnert als glücklichen Menschen vorstellen. Er sitzt in einem preisgekrönten Sanaa-Gebäude im Weltkulturerbe Zollverein, darf sich "Präsident" nennen und muss nichts weiter tun, als jungen Menschen schöne Künste beibringen. Die Folkwang-Universität, so heißt die 1927 gegründete Traditionshochschule, bringt Musicalstars, Schauspieler, Tänzer, Musiker und Sänger hervor. In Duisburg, Bochum, in Werden im Essener Süden und Designer bald im raueren Norden in Katernberg. Hier entsteht der Fachbereich Design. Den hat Folkwang vor wenigen Jahren von der Universität Duisburg-Essen geerbt - und Professor Mehnert gleich mit. Dann ist dem noch dieser Würfel in den Schoß gefallen: Die private Design-Hochschule scheiterte: Zu hohe Gebühren. Jetzt sitzt Mehnert im Betonwürfel aus schönster aber für Uni-Zwecke unpraktischster Architektur. Er sagt das natürlich anders: "Dieses Objekt darf man nicht mit Alltäglichkeit bespielen." Deswegen bekommt die Uni neben dem spektakulären Bau noch ein zweites Gebäude für die Designer und nährt damit die Hoffnung, dass Zollverein doch der virulente Design-Standort wird, für den es seit Jahren ausgegeben wird. Wenn es gelingt, junge Designer zu halten. Zwar weiß Mehnert, wo seine Studierenden herkommen - aus aller Herren Länder - aber nicht, ob sie bleiben. Für Gastronomie und günstigen Wohnraum will Folkwang sorgen und muss dennoch hoffen, dass Katernberg so cool wird, dass sich Cluster bilden. Manager Boros sagt es so: "Es ist wie beim Motor. Es muss eine gewisse Verdichtung erreicht werden, damit der Funke auch zündet."

### Kunst und Klügel

Das sagt auch Alexander Sies, nur mit anderen Worten. Der Galerist aus Düsseldorf meint, dass das Rheinland - also Düsseldorf gemeinsam mit Köln! - neben Berlin als einzige Region in Deutschland die Chance hat, als Einkaufsort für internationale Kunstsammler auf der Weltkarte zu erscheinen - auch wegen der Institute, Hochschulen und der Tradition. Im Ausland geht man als Tourist ja nicht in den einsamen

Gasthof, sondern auf die Promenade mit mehreren Lokalen. Deswegen, sagt Sies, kann er auch keinem Galeristen raten in Gelsenkirchen zu eröffnen. Clusterbildung bedeutet nicht: Kreativquartiere auszuweisen, wo gerade Ladenlokale oder Fabrikhallen leer stehen. Kreative Orte lassen sich nicht ausrufen, sie müssen wachsen.

### Menü mit Minister

Vermutlich deswegen - und weil er natürlich kein Geld zu verschenken hat - sagt NRW-Wirtschaftsminister Harry Voigtsberger beim Abendessen im NRW-Forum am Beuys-Ufer auch nichts von struktureller Förderung. Kreative, sagt er, seien ein wichtiger Standortfaktor, man wolle sie mitnehmen auf die nächsten Auslandsreise, Kontakte knüpfen, Vielfalt zeigen. Und fördern? Das müssen die Banken. Mikrokredite bietet die NRW-Bank dafür flächendeckend an, sagt er. 10 000 Euro zum Beispiel, was für die Erstaussstattung ein kleines Kreativunternehmens durchaus ein Anfang ist. Mikrokredite sind einst in den Entwicklungsländern erfunden worden, damit Bauern Pflanzen und Saatgut kaufen konnte. Kann auch den zarten Pflänzchen Kreativwirtschaft helfen. Vielleicht werden ja mal Bäume drauß, die andere Branchen in den Schatten stellen können. Das Kreativquartier Zollverein hat der Minister oft im Blick. Immer, wenn er wissen will, ob's schon fünf vor zwölf ist. Auf seiner Armbanduhr prangt klein, aber unüberschbar das Logo des Förderturns.

Zitat: Es muss eine Verdichtung erreicht werden, damit der Funke auch zündet

### Bild 1:

Kreativwirtschaft: Die Branche ist kleinteilig, viele sind Einzelkämpfer. Wirtschaftsförderer Christian Boros merkt: Für Kreative ist es schon wichtig, vom Land NRW ernstgenommen und angesprochen zu werden - statt von oben verordnete Quartiere zu bekommen.

Foto: Matthias Graben

### Bild 2:

Fürstlich: Michael (vorn) und Christian Sieger,

Foto: sieger design

<b>Quelle</b>	Neue Ruhr Zeitung / Neue Rhein Zeitung vom 20.11.2010
<b>Seite</b>	29
<b>Ausgabe</b>	NRZ Essen (Fernausgabe)
<b>Ressort</b>	Mantel Kultur
<b>Quellrubrik</b>	NRZ Essen-Postausgabe
<b>Web-Link</b>	<a href="http://www.waz-mediengruppe.de">http://www.waz-mediengruppe.de</a>
<b>Urheberinfo</b>	Westdeutsche Allgemeine Zeitungsverlagsgesellschaft E. Brost & J. Funke GmbH u. Co. KG



## Was machen die denn?

### KREATIVWIRTSCHAFT

203 000 Menschen, davon 154 000 sozialversicherungspflichtig beschäftigt, in etwa 50 000 Unternehmen, 36 Milliarden Umsatz: In NRW ist die Kreativwirtschaft laut Wirtschaftsministerium zweitstärkste Branche. Dazu zählen:

Design, Mode, Kunstmarkt, Musik- und Literaturverlage, Rundfunk, Fernsehen, Journalisten, Architekten, Entwickler von Computerspielen und -programmen sowie die Werbebranche.

Das macht sie auch so kleinteilig: grad mal 3,5 Beschäftigte pro Firma, pro

Kopf rund 180 000 Euro Umsatz bedeutet zudem auch - bei angenommenen zehn Prozent Gewinn - gerade mal ein durchschnittliches Monatseinkommen von 1500 Euro.