



10-Punkte-Papier zur Verbesserung der Akzeptanz und Relevanz der Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen

Kontext

Im November 2010 erarbeitete CREATIVE.NRW, das Cluster für Kultur- und Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen mit der Szenariostudie "Innovationsökologien" ein Plädoyer für einen erweiterten Innovationsbegriff. Die Publikation spricht die Kreativwirtschaft als Initiator nachhaltiger Lösungen für gesellschaftliche Problemstellungen an und weist auf die Bedeutung sozialer Innovation hin. Im Kern wird auf die noch nicht aktivierten Potentiale der Kreativwirtschaft an den Schnittstellen zu anderen Branchen und Produktionsfeldern hingewiesen. Im Jahr 2011 und 2012 wurden dazu über drei Workshops in Düsseldorf, Berlin und Brüssel Ableitungen für politikvorbereitende Maßnahmen erarbeitet, die neue, zukunftsfähige Beschäftigungsfelder und Wertschöpfungsprozesse eröffnen. Das Hauptziel der Workshopreihe bestand darin, Themenfelder und konkrete Handlungsansätze zur weiteren Unterstützung der Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen zu generieren.

Welchen Herausforderungen ist die Kultur- und Kreativwirtschaft ausgesetzt?

Trotz ihrer positiven ökonomischen Entwicklung ist die Kultur- und Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen noch nicht vollumfänglich als Innovationstreiber wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Fragen verankert. Die Erfolge der Kultur- und Kreativwirtschaft auf breiterer Basis müssen anerkannt und als fester Bestandteil in die wirtschaftspolitische Positionierung des Landes aufgenommen werden.

Die 10 Punkte

1. Kreativität braucht Netzwerke

Für die Akteure der Kreativwirtschaft ist es von zentraler Bedeutung, ihr künstlerisches, technologisches und marktrelevantes Wissen kontinuierlich zu aktualisieren, um neue Impulse in ihre unternehmerische Praxis aufnehmen zu können. Wissens- und Marktvorsprünge basieren in allen Wirtschaftsbranchen auf hochwertiger Expertise der Marktteilnehmer. Regional fachspezifische und branchenübergreifende Netzwerke sind die essentielle Forschungs- und Entwicklungsressource der Kreativwirtschaft.

Kreativnetzwerke als F&E Ressourcen begreifen und fördern!

2. Kreativität braucht Transparenz

Die Kreativwirtschaft ist wesentlicher Vorreiter in der Entwicklung und Anwendung neuer Kommunikationsformate. Diese Formate sind gekennzeichnet durch ihre generelle Offenheit und ihren stark auf Kollaboration und individuelle Teilhabe ausgerichteten Charakter. Neue digitale Geschäftsmodelle aus der Open Data Bewegung stehen für Wettbewerbsvorteile und schaffen mehr Akzeptanz und Transparenz für die politische Entscheidungsprozesse.

Neue Akteure zulassen, Daten freigeben!

3. Kreativität braucht Qualifikation

Um am Markt bestehen zu können, benötigen Akteure und Newcomer der Branche Kompetenzen im Künstlerischen wie in unternehmerischen Belangen. Die nordrhein-westfälischen Hochschulen müssen daher ihre Anstrengungen darauf richten, neben der kreativen Ausbildung auch die Grundsteine für unternehmerisches Handeln und erfolgreiches Wirtschaften zu legen.

Angebote zur arbeitsmarktlichen Ausbildung ermöglichen und fördern!

4. Kreativität braucht Raum

Der Transfers von Wissen, Ideen und Technologien vollzieht sich nicht mehr ausschließlich an vorgegebenen Orten wie Wissenschafts- oder Technologiezentren, sondern in neuen Räumen, in neuen Team-Konstellationen und Arbeits-Formaten. Die Kreativwirtschaft benötigt für den Aufbau neuer Unternehmen und Existenzgründungen Räume, die durch eine Kultur der Offenheit geprägt sind. Solche Räume können nicht systematisch geplant oder „von oben“ verordnet werden. Die Ansiedlung von Kreativen in Nordrhein-Westfalen muss über Nutzungskonzepte von lokalen Initiativen wie z.B. Coworking-Spaces verbessert werden. Vorrangig notwendig sind die Entwicklung eines gebiets- und themenbezogenen Standortmarketings und im Besonderen auch die Generierung preiswerter Angebote zur temporären Nutzung von Gebäuden und Räumen in öffentlichem Eigentum.

Zugang zu kommunalem Eigentum erleichtern, Strukturen für freien Internetzugang bereitstellen!

5. Kreativität braucht aufgeschlossene Strukturen

Das politisch-administrative System der Städte und Regionen muss sich angesichts des verschärften Standortwettbewerbs stärker als bisher auf die Anforderungen der kreativen Akteure einlassen. Zielgerichtete Besuche im kreativwirtschaftlichen Umfeld und Branchengespräche zum Beispiel können Verwaltungshandeln stärker auf die Belange, die Praktiken und Verfahrensweisen der Kreativwirtschaft einstellen.

Politisch-administrative Offenheit schaffen!

6. Kreativität braucht Kohäsion

Um die Querschnitts-Disziplin Kreativwirtschaft in Zukunft aktiv und effizient fördern zu können, braucht es die Synergieeffekte aus den Kooperationen der Ressorts Wirtschaft, Kultur und Stadtentwicklung. Diese stehen gemeinsam in der Pflicht, mit den Akteuren vor Ort die Zukunft des nordrhein-westfälischen Standortes zu bestimmen.

Kooperation zwischen Wirtschaft und Kultur auf Politik- und Verwaltungsebene institutionalisieren!

7. Soziale Innovation braucht wirtschaftspolitische Anerkennung

Die wirtschaftliche Relevanz der Kreativwirtschaft basiert nicht zuletzt auf ihrer Führungsrolle im Bereich soziale Innovation. Dass Innovationen jetzt und in Zukunft nicht mehr nur klassisch-technische Bereiche betreffen, sondern immer dringender auch in gesellschaftlichen und arbeitsweltlichen Themenfeldern benötigt werden, ist eine Einsicht, die sich bislang noch unterhalb des Radars der öffentlichen Aufmerksamkeit vollzieht. Das Thema soziale Innovation verlangt seinen Platz auf der wirtschaftspolitischen Agenda des Landes Nordrhein-Westfalen.

Soziale Innovation auf die wirtschaftspolitische Agenda Nordrhein-Westfalens setzen!

8. Kreativität braucht Wertschätzung

Politik muss kreativwirtschaftlichen Leistungen nicht nur differenzierter gegenüber treten, sondern sie ebenso differenziert honorieren. Diese Art der Auszeichnung kann symbolischer (Auszeichnungen), kommunikativer (Berichte), persönlicher (Mentoren), qualifizierender (Coaching) und/oder monetärer Art sein. Staat und Politik können wichtige und weitreichende Honorierungen aus ihrem Bestand (Wissenschaft, Kunst, staatseigene Unternehmensanteile) heraus veranlassen und so für ein höheres Maß an Wertschätzung und Akzeptanz der Branche sorgen.

Kreativität honorieren!

9. Kreativität braucht eine Lobby

Die Kreativwirtschaft benötigt eine starke, effiziente Lobby, um nachhaltige Strukturen und Institutionalisierungen schaffen zu können. Die vorhandenen Kräfte müssen in ihrer branchenspezifisch starken Diversität und Kleinteiligkeit ein einheitliches Sprachrohr in die Politik finden. Umgekehrt ist es für die Zukunft des Wirtschaftssektors zwingend notwendig, der Politik kompetente Ansprechpartner für die Entwicklung der Branche zur Verfügung zu stellen.

Verbindung der Politik mit der Branche sichern!

10. Kreativität braucht Europa

Die Kreativwirtschaft Nordrhein-Westfalens ist bis dato noch nicht ausreichend in europäischen Netzwerken und Strukturförderprogrammen der Europäischen Kommission vertreten. Die stärkere Integration des Wirtschaftsministeriums in Politikstrukturen der EU, z.B. ERRIN (European Regions Research and Innovation Network) oder der Coalition for Action on ICT in Regional Programmes (www.ictregio.eu) stellen Möglichkeiten dar, regionale Akteure auf neuen europäischen Märkten zu positionieren. Darüber hinaus können durch die stärkere Europäisierung der nordrhein-westfälischen Kreativwirtschaft auch perspektivisch junge Talente nach Nordrhein-Westfalen gezogen werden. Um die Branche effizient in europäischen Netzwerken zu verzahnen, braucht es eine Kompetenzerweiterung in der Bearbeitung europapolitischer Fragen im Bereich Kreativwirtschaft.

Europapolitik aktiv mitgestalten!