

---

<i>Vorwort</i>	04	Don't believe the hype!	
----------------	----	-------------------------	--

---

<i>Köpfe</i>	08	Viola Eckelt, Axel von Ernst	<i>Lilienfeld Verlag</i>
	12	Michael Brink	<i>LAVAlabs</i>
	16	Linda Kruse	<i>the Good Evil</i>
	20	Ljiljana Radlovic	<i>DC Open</i>
	24	Norbert Oberhaus	<i>cologne on pop</i>
	28	Agathe D. Muffert	<i>Opaak</i>
	32	Jan Kath	<i>Jan Kath Design</i>
	36	Prof. Dr. Andreas Pinkwart	<i>Minister für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen</i>

---

<i>Netzwerke</i>	42	CREATIVE.Spaces	
------------------	----	-----------------	--

---

<i>Diskurs</i>	58	Innovationsökologien 2030	<i>Dr. Bastian Lange</i>
	64	What are you famous for?	<i>Prof. Dr. Jana Costas</i>
	68	Augmented Creativity	<i>Klaus Burmeister, Dr. Julian Stubbe</i>

---

<i>Zahlen und Fakten</i>	77	Die Kultur- und Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen	
	88	Musikwirtschaft	
	90	Buchmarkt	
	92	Kunstmarkt	
	94	Filmwirtschaft	
	96	Rundfunkwirtschaft	
	98	Markt für darstellende Künste	
	100	Designwirtschaft	
	102	Architekturmarkt	
	104	Pressemarkt	
	106	Werbemarkt	
	108	Software-/Gamesindustrie	
	110	Methodik	

---

<i>Impressum</i>	112		
------------------	-----	--	--

---

# Diskurs

## Vom Wert der Innovation

---

CREATIVE.NRW beschäftigt sich seit Bestehen mit der Kraft und dem Innovationspotenzial der Kultur- und Kreativwirtschaft. Unser Auftrag besteht darin, Schätze zu heben, Nischen auszuleuchten, Verborgenes sichtbar zu machen. Neben der Netzwerkarbeit hat CREATIVE.NRW mit Hilfe ausgesuchter Autor\*innen auch zum Diskurs über das, was Kreativwirtschaft ausmacht, nämlich (soziale) Innovation und Wertschöpfung, beigetragen. Vielleicht haben unsere Publikationen dabei geholfen, die Kreativwirtschaft sukzessive sichtbarer zu machen, aber am Ziel sind wir deshalb noch lange nicht.

Jahrzehntelang standen Kreative nicht gerade im Zentrum wirtschaftlicher Analysen – so wie eben auch Kunst, Kultur und insgesamt all jene Branchen, die heute zur Kreativwirtschaft gezählt werden. Zwar gilt die „meritorische“ Funktion von Kunst und Kultur, ihr Stellenwert für die Entwicklung und Gestaltung von Individuum und Gesellschaft, als

unumstritten. Die Bedeutung schöpferisch-kreativer Prozesse als Wirtschaftsfaktor blieb jedoch lange eher unterbelichtet, bis in den 1990ern mit dem ersten Kulturwirtschaftsbericht aus Nordrhein-Westfalen damit begonnen wurde, den wachsenden Anteil kultureller Güter und Dienstleistungen an Wirtschaftsleistung und Beschäftigung systematisch zu erfassen.

Mit dem Wandel zur digitalen Wissensgemeinschaft ändert sich das nun rasant. Der Schwerpunkt unserer Wirtschaft verschiebt sich spürbar von der Industrie und Produktion auf das Immaterielle, auf Kreativität und Innovation.

Mit den Publikationen *Innovationsökologien. Vier Szenarios für die Kultur- und Kreativwirtschaft* (2010) und *Innovationsökonomien. Strategien zur Erneuerung unternehmerischer Praxis* (2014) haben wir das soziale Innovationskapital der Kreativwirtschaft beschrieben. Die Frage, wie sich ihr Mehrwert gezielt zur Bewältigung von Herausforderungen etwa im Bereich Sozialpolitik, Bildung und Integration nutzen lässt, beschreibt das Konzept „Soziale Innovationen“. Im Mittelpunkt steht die Kreativwirtschaft als Early Adopter bei der Entwicklung nicht-technischer Innovationen und deren Strahl- und Wirkkraft hinein in andere Branchen.

Mit der Publikation *Hidden Values – Die Währungen der Zukunft* wollten wir jene Werte sichtbar machen, die nicht nur die Währungen der Zukunft sind, sondern das Kapital unserer Gesellschaft. Hidden Values – versteckte Werte wie Aufmerksamkeit, Beziehungen und Netzwerke, Daten und Informationen – stellen mittlerweile einen bedeutenden Wirtschaftsfaktor und eine zentrale Ressource dar. Die Kultur- und Kreativwirtschaft bedient sich dieser Ressourcen schon lange. Was für Werbung, Film, Musik, Games und Design schon immer ein Maßstab für Erfolg war, wird nun auch für andere Branchen immer wichtiger. Hieraus ergibt sich ein klarer Startvorteil für die Kultur- und Kreativwirtschaft.

Aktuell befassen wir uns mit der Frage, wie sich unsere Arbeitswelt im Kontext neuer gesellschaftlicher und technologischer Entwicklungen verändert, welche Voraussetzungen künftig gegeben sein müssen, damit gute Arbeit entsteht, bezogen auf den Prozess ebenso wie auf das Ergebnis – und welche neuen Antworten Akteur\*innen der Kreativwirtschaft hierfür finden. Im Folgenden finden Sie ein Update zur *Innovationsökologien*-Publikation, einen Auszug aus der Hidden-Values-Publikation sowie ein erstes Schlaglicht auf unser neues Metathema *Good Work*.

# Innovations- ökologien 2030

Woher kommen Innovationen, wie sehen die Bedingungen dafür aus, und welche braucht es überhaupt? Wie verändert sich das Wesen von Innovation selbst? Und was tragen Künstler\*innen und Kreative dazu bei?

Dr. phil. Bastian Lange ist Privatdozent an der Universität Leipzig. Er lehrte als Gastprofessor an der Humboldt-Universität zu Berlin (2011 – 2012) sowie der Universität Vechta (2018 – 2019). 2008 gründete er das Forschungs- und

Beratungsbüro Multiplicities mit Sitz in Berlin. Seit 15 Jahren unterstützt Multiplicities Politik, Wirtschaft und kreative Szenen im europäischen Kontext auf Wegen zu zukunftstauglichen Stadtregionen. Multiplicities berät Kommunen,

Städte, Länder und EU-Programme im Bereich der Entwicklung innovativer Orte mit kollaborativen Beteiligungsprozessen.

*Diesen Fragen widmete sich 2011 die von CREATIVE.NRW herausgegebene Publikation Innovationsökologien. Die Autoren Dr. Bastian Lange und Holm Friebe plädierten für eine Abkehr vom statischen Begriff der Kultur- und Kreativwirtschaft und zeigten die vielfältigen Verflechtungen kreativer Akteur\*innen in Gesellschaft und Wirtschaft auf. Sie verlagerten den Fokus von einem rein technologischen Innovationsverständnis und lenkten den Blick auf die Low-Tech-, Social und Hidden Innovations – Quellen gesellschaftlichen Fortschritts und wirtschaftlicher Prosperität, an denen Akteur\*innen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft einen erheblichen Anteil haben.*

*Fast zehn Jahre später haben sich entscheidende Parameter geändert: Die Digitalisierung hat ein neues, technologiegetriebenes Betriebssystem unserer Gesellschaft entstehen lassen. Andererseits will das Bundeswirtschaftsministerium erstmals auch nicht-technische Innovationen fördern. Was bedeutet das alles für die Kultur- und Kreativwirtschaft und die Innovationsökologien, in die sie eingebunden ist? Bastian Lange blickt auf knapp zehn Jahre Innovationsökologien zurück, und er macht für die nächste Dekade fünf Vorschläge, wie Innovationsökologien vor Ort weiterentwickelt werden können, um die innovative Kraft der kreativen Akteur\*innen für Gesellschaft und Wirtschaft in digitalen Zeiten zu stärken.*

## INNOVATIONSÖKOLOGIEN 2009 – WAS BISHER GESCHAH ...

Der Begriff Innovationsökologien eröffnete 2009 als Inspirationsbeitrag für das damalige Clustermanagement CREATIVE.NRW einen erweiterten Blick auf die Kultur- und Kreativwirtschaft. Innovationsökologien wurden damals als Zukunftsmodell gehandelt, das neue Arbeitsformen, Kreativität und Innovation sowie die Abkehr aus formalisierten industriellen Produktionslogiken versprach. Mir ihr, so die Hoffnung, sollte der Eintritt in das postindustrielle Zeitalter vollzogen werden.

Anders als homogene Sektor- und Branchenverständnisse im Industriezeitalter, beschreibt der Begriff Innovationsökologien das Zusammenwirken unterschiedlicher ökologischer Teilsysteme. Indem er auf Wechselwirkungen und Überschneidungen unterschiedlicher Teilbereiche hinweist, erlaubt der Begriff „Innovationsökologien“ präzise Beschreibungen kreativer und immaterieller Produktionsprozesse.

Ausgehend von John Howkins' Konzept der *Creative Ecologies* wurde in der Publikation „*Innovationsökologien*“ (Nordrhein-Westfalen 2011) der Fokus auf die dynamischen Komponenten der jeweiligen sozialen, kulturellen und technologischen Umwelten gelegt. Dadurch wird der kreativen Denk- und Arbeitsweise eine Schlüsselrolle zugewiesen, mit der die Innovationsfähigkeit auch anderer Branchen, Sektoren, Standorte und Regionen erhöht und verbessert werden kann. Der Beitrag hatte das Ziel, die Ansprache und zukünftige Ausrichtung der Kreativwirtschaft näher an ein erweitertes Verständnis von sozialen Innovationsprozessen heranzuführen, oder, kurz gesagt: noch nicht gehobene PS auf alle Straßen zu bringen.

Argumentative Treiber waren damals noch eher diffuse Effekte der Digitalisierung. Als gesellschaftliches Betriebssystem lieferte diese neue Impulse für kreatives Schaffen, Ideenprozesse, dafür notwendige Orte und Räume sowie realwirtschaftliche Wertschöpfung. Damals fehlten jedoch eine sinnfällige Debatte und offene Diskussionen, die beide Trends – Digitalisierung und „Innovationsökologien“ – zusammenfügten.

Nordrhein-Westfalen und andere Bundesländer begannen in der Folge, die Kultur- und Kreativwirtschaft cross-sektoraler, branchenübergreifender und räumlich differenzierter zu betrachten. Die Diskussion war notwendig, um empirische Ordnung in das heterogene Feld Kultur- und Kreativwirtschaft zu bringen. Der Branchenmix sollte adressierbar gemacht werden, damit Politik und Verwaltung eine Einordnung vornehmen konnten.

### DIE KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT REIST DURCH STADT UND LAND

In den 2000er Jahren entstand ein blühendes Berichts-, Beratungs- und Diskussionswesen, das zudem einen regelrechten Wanderzirkus in Stadt und Land auslöste. Fast jede Stadt und Region war der Auffassung, Bestandteil dieses „kreativen Imperativs“ (Osten 2003) werden zu müssen. Der Staub des Wanderzirkus legt sich meistens schnell, und in der Folge haben städtische Verwaltungen die Kultur- und Kreativwirtschaft in ihre institutionellen Aufgaben eingegliedert. Vielleicht war dabei die Einbettung in Verwaltungs- und politische Strukturen zu erfolgreich. Auf dem Weg in die Verwaltungen ist oftmals der genuine autonom-künstlerische und radikale Charakter vieler Künstler und Kreativen sowie ihre innewohnende Unabhängigkeit zwischen den Tischvorlagen, Statistiken und Daten in Vergessenheit geraten und auch verlorengegangen. Der Marsch in die Institutionen und Verwaltungen hat die Kultur- und Kreativwirtschaft spürbar spröde gemacht, dienstbar und ihr das überraschende und irritierende Ursprungsmoment geraubt.

Nach zwanzig Jahren erzählen all diese Sortier- und Ordnungsprozesse von einem gewissen Erfolg derjenigen, die ab den 1990er Jahren begonnen haben, das Feld Kultur- und Kreativwirtschaft begrifflich zu schärfen, empirisch abzubilden, zu strukturieren, die Politik zu sensibilisieren sowie die relevanten Förderstrukturen in Verwaltungen und Gesellschaft aufzubauen.

### KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT IM SCHATTEN DER DIGITALWIRTSCHAFT?

Parallel zum fulminanten Siegeszug durch die Institutionen hat die Digitalwirtschaft im Sprint die Kultur- und Kreativwirtschaft ab den 2010er Jahren in ihrer Wahrnehmung überholt und klar in den Schatten gestellt. Sie ist zum neuen Leitmotiv für Politik und Verwaltung geworden. Dieser Erfolg hat die Kultur- und Kreativwirtschaft als einheitlichen Handlungsgegenstand auseinanderdividiert.

Das neue, digital dominierte gesellschaftliche Betriebssystem hat einige vertraute Begrifflichkeiten der Kultur- und Kreativwirtschaft ersetzt: Aus Künstlern und Kreativen wurden „Gründerinnen und Gründer“ oder sogleich *Serial Entrepreneure*, aus Ateliers und Werkstätten sind „Labs“ hervorgegangen, aus kreativen Milieus entstanden „unternehmerische Ökosysteme“, und Künstlerviertel avancierten zu „*creative neighbourhoods*“ oder sofort zu „kreativen Clustern“.

Parallel ist künstlerisch-kreatives Schaffen im sprachlichen Gewand von *creative* und *artistic thinking* in Reallabore von Kommunen und Städten migriert, um dort Transformationsprozesse partizipativ und interaktiv in Gang zu setzen.

### DAS (EIGENTLICHE) VERSPRECHEN DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT UND ERWEITERTE GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNGEN

Um der Zersplitterung zu entgegnen und die Sichtbarkeit Kultur- und Kreativwirtschaft aufrechtzuerhalten, versprach die Perspektive der Innovationsökologien im Jahr 2009, aus der Innensicht heraus die besonderen prozessualen Wertigkeiten kreativen Denkens, Fühlens, Wahrnehmens und Produzierens sprachlich-analytisch, ökonomisch sowie gesellschaftlich zu benennen. Das sollte die genuinen kultur- und kreativwirtschaftlichen Eigenschaften nicht nur stärken und bewahren, sondern vor allem ihr eigenwilliges und besonderes Momentum gesellschaftspolitisch wirksam werden lassen.

Die weitere Aufladung der Kultur- und Kreativwirtschaft und ihre verbesserte Wirksamkeit durch

kreative Marktteilnehmer für Gesellschaft und Wirtschaft verweisen aber auch auf ein Paradoxon, denn viele der in Szenen und informellen Strukturen verhafteten Kreativen wollen sich nur schwer und selten freiwillig als Gegenstand wirtschaftspolitischer Stadt-Agenden verwerten lassen. Typisch deutsch, könnte man sagen, aber die Skepsis gegenüber dem eigenen Erfolg und der eigenen Wirksamkeit überzog oftmals, und so liebäugeln viele Kreative mit einer Position am gesellschaftlichen Rand.

### SCHNITTSTELLENFELD INNOVATIONSÖKOLOGIEN

Jenseits sektoraler Dynamiken zielte der erweiterte Innovationsbegriff darauf ab, die sozialen, kreativen und kulturell-ästhetischen Verständnisse des „*doing innovation*“ in der Kultur- und Kreativwirtschaft anders als bisher mit Hilfe von Statistiken durchzurechnen und sichtbar zu machen. Das kultur-kreativwirtschaftliche Themenfeld sollte als „Schnittstellenfeld“ (Wellmann 2009) aufgrund des kreativen Tuns, Denkens und Machens nicht im Graben zwischen Kultur und Wirtschaft zerrieben und ebenso wenig in einem Ressort einsortiert werden. Der Vorschlag, Innovationsökologien als Brückenkonzept anzusprechen, wies darauf hin, dass hier gleichermaßen für Kultur und Wirtschaft Potenzialitäten zum Ausdruck kommen.

Seit 2019, nach drei Dekaden Kultur- und Kreativwirtschaft, gibt es die erfreuliche Nachricht über eine Förderabsicht „nicht-technischer Innovationen“ im Bundesministerium für Wirtschaft und Energie. Ingenieuren und Tüftlern stehen bald neue Weggefährten der Ideengenerierung für das Land an der Seite.

Mit der Abkehr vom Sektorenmodell geht auch ein verändertes Selbstverständnis des künstlerisch-kreativen Einzelgängers und Einzelunternehmers einher. Anstelle der heroischen Alleingänge wuchs die Erkenntnis, dass gute und kreative Ideen in Teams durch Kooperationen und in sektorübergreifenden Projektnetzwerken erfolgen. Kritiker bemängeln die dadurch entstehende Prekarisierung und die Unklarheit der Frage der Autorenschaft sowie der Urheberschaft des Einzelnen. Das offenbart den Bruch mit Verständnissen industrieller Autorenschaft gegenüber kollaborativen Wissens-

netzwerken, in denen nach selbstbestimmten und situativen Regeln Wertteilung, Reputation und Honorierung erfolgen.

### DIE RÄUME DER INNOVATIONSÖKOLOGIEN

Seit einer Dekade ist das Augenmerk verstärkt auf die Räume der Kreativszene und ihre Orte gerichtet worden. Eine kaum zu überblickende Anzahl von *Creative Labs*, *Coworking Spaces*, *Fablabs*, Ideenlaboren und Werkstätten hat der kreativen Arbeitswelt in Städten unerwartet ein Gesicht und soziale und technische Infrastrukturen gegeben.

Die Rückkehr der kreativen Manufaktur und Produktion, in Gestalt von Werkräumen, Prototypenbau und *Experience Spaces*, erzählt ein weiteres Mal, warum gemischte und kleinstrukturierte Quartiere in Städten gesichert werden müssen: Gegen den berechtigten gesellschaftlichen Druck, verstärkt fehlenden bezahlbaren Wohnraum einzufordern, müssen in Städten in Zukunft auch Arbeits- und Gewerberäume mit zur DNA eines Quartiers gehören. Ein Weniger an monotonen Luxusquartieren, Konsummeilen und reflexhaften Sicherungen von Basisstrukturen für den Automobilverkehr in Innenstädten wäre eine Konsequenz einer Standortpolitik für ein Mehr an Innovationsökologien.

Denn Innovationsökologien gedeihen als Hybrid vormoderner kleinteiliger Produktions- und Misch- und Manufakturquartiere in Verbindung mit digitalen Infrastrukturen. Gerahmt durch Effekte des „guten Lebens“ (Luftqualität, öffentliche Räume, Freiraumsicherheit und soziale Durchmischung) ergibt sich ein digital-analoger Humus, der relevante Ideen und Lösungen für die nächste Dekade 2030 zu generieren im Stande ist.

### ZIELE VON INNOVATIONSÖKOLOGIEN BIS 2030

Zehn Jahre nachdem die Idee Innovationsökologien vorgelegt wurde, gibt es Anlässe und Notwendigkeiten, die Komfortzone des Erreichten zu verlassen und die Kultur- und Kreativwirtschaft für die kommende Dekade zu wappnen. Es gilt, verstärkt

Stadt- und Raumpotenziale für sie auszubauen, Mut zu mehr Experimenten zu haben, regulierend die Ertragsbasis einer jungen Avantgarde auszubauen, hervorragende digitale Infrastrukturen in Stadt und Land zu errichten und Wissenschaftskooperationen einzufordern und auszubauen. Klimawandel und die ökologische Bedrohung zeigen aber auch, dass energetische Stoffströme reduziert, Materialien wiederverwertet und die nachteiligen Effekte scheinbar endlosen wirtschaftlichen Wachstums zurück auf ein „menschliches Maß“ (Gehls 2010) geschraubt werden müssen. Es folgen fünf konkrete Vorschläge, wie dies gelingen kann.

## Was tun? Fünf konkrete Vorschläge für die Innovationsökologien 2.0

### 1. STADTÖKOLOGIEN – MEHR FREI- UND SPIELRÄUME

Die hohe Anzahl von kreativen Laboratorien und kulturellen Inkubatoren zeigt, wie wichtig Frei- und Spielräume sind. Aus diesen Innovations-Hot-Spots erwachsen Impulse für Lösungen im Bereich urbaner Nachhaltigkeit, Transformation der Logistik und ressourcenschonender Mobilität. Die Kultur- und Kreativwirtschaft als Vorreiter für „New-Work-Prozesse“ und deren Wirksamkeit für Zivilgesellschaft, Gemeinwohl und Integration zu nutzen, könnte viele aktuelle Fragen der nutzerzentrierten Stadtentwicklung im Zuge des Klimawandels adäquater beantworten.

### 2. SPIELFELDÖKOLOGIEN – MEHR DIVERSE EXPERIMENTE UND MUTIGE EXPLORATIONEN

Innovationsprozesse lassen sich nur bedingt planen. Die Idee von Matchingprozessen wird nach wie vor von mechanistischen Technikverständnissen dominiert, prozesshafte Trial-and-Error-Logik ist eher eine Bedrohung als ein systemischer

Mehrwert. Derartige explorative und ergebnisoffene Prozesse brauchen Spielfelder, in denen alle sich ausprobieren und rohe Ideen getestet werden können. Unintendierte Nebeneffekte stellen sich durch Prozess-, Kommunikations- und Netzwerkkperimente ein. Ergebnisoffenes Sampling, Gaming, Performing erschließt Neues.

### 3. QUARTIERSÖKOLOGIEN – REGULATION VON STADTRÄUMEN

Politik für Metropolregionen muss planungs- und baurechtlich mehr regulieren, um Nischen, Ateliers, Manufakturproduktionen und Mischungsverhältnisse gegen den homogenisierenden und den Wohnungsbau antreibenden Megatrend Urbanisierung und gleichzeitig gegen globales Immobilieninvestitionskapital zu sichern. Politik ist daher angehalten, urbane kreative Quartiersökologien mit Sonderregelungen und Beweislastumkehr bei Neubauten in ausgewiesenen Quartieren rechtlich zu sichern oder sogar Teilflächen und -räume in Quartieren für das Gemeinwohl zurückzukaufen.

Urban-kreative Quartiersökologien greifen die Diskurse der Planungsrechtsnovelle 2017 auf, nach denen die Baugebietskategorie „Urbane Gebiete“ in die Baunutzungsverordnung aufgenommen wurde. Diese Kategorie soll nicht nur das Planen und Bauen in innerstädtischen Gebieten vereinfachen, sondern auch die Umsetzung einer Nutzungsgemischten Stadt der kurzen Wege ermöglichen. Diese Baugebietskategorie kann um die Komponente urban-kreative Quartiersökologien (UKQ) erweitert werden.

### 4. INNOVATIVE POSTWACHSTUMSÖKOLOGIEN

Zunehmender Ressourcenverbrauch, wachsende CO<sub>2</sub>-Emission, Schadstoffbelastung in Luft und Wasser durch Verbrennungsmotoren und Agrobusiness werfen ein Schlaglicht auf ein unhinterfragtes Basisnarrativ unserer alltäglichen Konsumpraktiken: Wachstum! Innovationsökologien gerade der Designpraxis „cradle to cradle“, der Up- und Recycling-Logiken im Bereich der Architektur sowie CO<sub>2</sub>-emissionsfreie Musik- und Festivalproduktion können der Kultur- und Kreativwirtschaft eine

Gehls, Jan (2010): *Cities for People*. Washington: Island Press.

Lange, Bastian (2017): *Offene Werkstätten und Postwachstumsökonomien: kollaborative Orte als Wegbereiter transformativer Wirtschaftsentwicklungen?* In: *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie* 61, Vol. 1: S. 38 – 55.

Nordrhein-Westfalen, Clustermanagement Kultur und Kreativwirtschaft des Landes (2011): *Innovationsökologien: Vier Szenarios für die Kultur- und Kreativwirtschaft in NRW 2020*. Düsseldorf, Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (Auftragsstudie von Holm Friebe und Bastian Lange für das Clustermanagement Kreativwirtschaft in NRW).

Osten, Marion von (2003): *Einleitung*. In: Marion von Osten / Beatrice von Bismarck (Hrsg.), *Norm der Abweichung*. Zürich u. a., Edition Voldemeer. S. 7 – 18.

Wellmann, Inga (2009): *Schnittstellenkulturen – Hybride Akteure, Patchworkökonomien, Intermediäre Institutionen*. In: Bastian Lange / Ares Kalandides / Birgit Stöber / Inga Wellmann (Hrsg.), *Governance der Kreativwirtschaft*. Bielefeld, Transcript. S. 183 – 198.

wegweisende Richtung des neuen und besseren Umgangs mit Ressourcen und Stoffströmen geben. Weniger ist mehr, sagte schon vor 90 Jahren der Bauhaus-Architekt Ludwig Mies van der Rohe. Heute agiert unter dem Leitbegriff Postwachstumsökonomien (Lange 2017) eine heterogene kreative Szene (Repaircafé, Urban Gardening, Aquaponik, Fahrradreparaturläden etc.), die nicht utopisch, sondern praxisnah im Alltag eine Abkehr vom Credo des Wachstums (vor-)lebt.

### 5. KOOPERATIONSÖKOLOGIEN – MEHR KOLLABORATION ZWISCHEN WISSENSCHAFT, FORSCHUNG UND KREATIVEN

Kollaborationen zwischen Wissenschaft und Kreativakteuren sind oft asymmetrisch, aber seit langer Zeit Routine, z. B. im Design- und Architekturbereich. Anders als etablierte disziplinäre Forschungsk Kooperationen weisen sich transdisziplinäre Forschungen dadurch aus, dass das Niveau der Augenhöhe zwischen den Stakeholdern neu

kalibriert werden muss. Mit Freelancern in offenen Kooperationsnetzwerken können dann Fragestellungen gemeinsam innovativ bearbeitet werden. Dadurch entstehen unvorhersehbare „Kollisionen“ verschiedener Partner und Themen. Tiefere Einblicke in die realweltliche Bedürfnislage von Unternehmensprozessen sowie Forschungsinstitutionen bekommen Berater, Broker und Kreative nur dann, wenn gut justierte Zusammenarbeit und entsprechendes Vertrauen zentrale Parameter sind.

### INNOVATIONSÖKOLOGIEN 2030

Damit würde sich der Kreis schließen: Innovationsökologien 2.0 müssen Freiheitsgrade im Verbund mit Politik, Verwaltung und Szene zurückerobern, in der nächsten Dekade bis 2030 gedeiht sonst in Silos und monotonen Sektoren nichts relevant Neues. Klima- und Sinnkrisen in Gesellschaft und Wirtschaft verlangen aber neue Ideen und Lösungen. In die Pflicht genommen, kann das die Kultur- und Kreativwirtschaft in der nächsten Dekade liefern.

Herausgeber  
 CREATIVE.NRW  
 Kompetenzzentrum Kreativwirtschaft  
 c/o Startplatz  
 Im Mediapark 5  
 50670 Köln  
 www.creative.nrw.de

Redaktion  
 Carolin Paulus, Guido Halfmann

Gestaltung  
 BOROS, Sabine Hoffmann

Druck  
 JVA Geldern

Portraitfotos:  
 Albrecht Fuchs  
 Fotos Netzwerke und Team:  
 Bozica Babic

Die Erhebung und die Auswertung der Daten und Zahlen zum Teil „Zahlen und Fakten – Die Kultur- und Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen“ erfolgten durch die Prognos AG (Bearbeiter: Kathleen Freitag, Roman Bartuli, Carolin Karg) im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen. Stand: September 2019

Die Meinungen und Positionen der einzelnen Gastautor\*innen dieser Publikation spiegeln nicht zwangsläufig die Meinung oder Haltung des Herausgebers und des Ministeriums für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen wider.

#### Über CREATIVE.NRW

CREATIVE.NRW ist das Netzwerk der Kreativen in Nordrhein-Westfalen. Im Auftrag des NRW-Wirtschaftsministeriums arbeitet das Kompetenzzentrum Kreativwirtschaft gemeinsam mit starken Partnern daran, die Impulse der Kreativen für Innovationen und Wachstum in Wirtschaft und Gesellschaft noch weiter zu verstärken – und die Rahmenbedingungen für erfolgreiches kreatives Arbeiten stetig zu verbessern. Mehr Informationen gibt es hier: [www.creative.nrw.de](http://www.creative.nrw.de) und bei Facebook, Twitter und Instagram.



Dieses Werk ist unter einem Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 Germany Lizenzvertrag lizenziert. Sie dürfen das Werk bzw. den Inhalt vervielfältigen, verbreiten und öffentlich zugänglich machen. Unter folgenden Bedingungen:

#### Namensnennung

Sie müssen den Namen des Autors/Rechteinhabers bzw. der Autorin/Rechteinhaberin in der von ihm oder ihr festgelegten Weise nennen.

#### Keine kommerzielle Nutzung

Dieses Werk bzw. dieser Inhalt darf nicht für kommerzielle Zwecke verwendet werden.

#### Keine Bearbeitung

Dieses Werk bzw. dieser Inhalt darf nicht bearbeitet, abgewandelt oder in anderer Weise verändert werden.

