

7. Regionalökonomisches Forum

Niederrhein Institut für Regional- und Strukturforchung der Hochschule Niederrhein

Kreative Klasse und Kreativwirtschaft – Motoren der regionalen Wirtschaftsentwicklung?

Mit der Veröffentlichung seiner Theorieansätze hat Richard Florida in Politik, Öffentlichkeit und unter Regionalökonomien ein breites Echo hervorgerufen – viel wurde in den letzten Jahren über das Potenzial von Kreativer Klasse und Kreativwirtschaft diskutiert. In einem breit angelegten Forschungsprojekt überprüfte das Niederrhein Institut für Regional und Strukturforchung (NIERS) Floridas Thesen für die nordrhein-westfälischen Regionen. Zum Projektabschluss organisierte NIERS am 09. November 2010 in der Hochschule Niederrhein (Mönchengladbach) das 7. Regionalökonomische Forum zum Thema „Kreative Klasse und Kreativwirtschaft – Motoren der regionalen Wirtschaftsentwicklung?“. Neben ausgewählten Fachvorträgen diskutierten über 40 Wirtschaftsförderer, Regionalökonomien und -forscher während des Forums über Inhalt, Konsequenzen und Anwendung der Theorieansätze Floridas im regionalwirtschaftlichen Kontext. Im Folgenden werden die Inhalte der Fachvorträge kurz vorgestellt – in Absprache mit den Referenten sind die Vorträge, sofern als Powerpoint-Präsentation vorhanden, zudem als Downloads erhältlich.

Prof. Dr. Dieter Haselbach (Universität Marburg, Infora Consulting Group):

Der regionalwirtschaftliche Impuls der Kreativen: Von der Umwegrentabilität über die Kreativwirtschaft zur Kreativen Klasse

Prof. Dr. Haselbach gab eine generelle Einleitung zu den Themen Kulturwirtschaft, Kreativwirtschaft und Kreative Klasse. Dabei ging er besonders auf die Begriffsabgrenzungen und systematische, konzeptionelle Modelle der Kreativwirtschaft ein. So besprach er z.B. ein die Musikbranche beschreibendes Modell und unterstrich anhand dieses Beispiels die hohe Konjunkturabhängigkeit der Kultur- und Kreativwirtschaft. Der Vortrag wurde mit konkreten Empfehlungen für eine Unterstützung und Förderung der Kulturwirtschaft beschlossen. Kontakt zu Prof. Dr. Haselbach und weitere Informationen zur Kultur- und Kreativwirtschaft finden Sie auf der Homepage der Infora Consulting Group, unter www.ICG.eu.com/culturplan.

Download: Powerpoint-Präsentation (© Prof. Dr. Haselbach)

Prof. Dr. Rüdiger Hamm (Hochschule Niederrhein, Institutsleiter NIERS):

Der regionalwirtschaftliche Impuls der Kreativen: Empirische Ergebnisse

Professor Dr. Hamm erläuterte zunächst die Theorieansätze Floridas. Dann ging er auf die regionalwirtschaftliche Bedeutung der Kreativen Klasse und der Kreativwirtschaft ein; diesbezüglich wurde sein Vortrag durch die Kurzpräsentation einer themenbezogenen Bachelorarbeit (Scholz, A. 2010) ergänzt. Hamm stellte anschließend die Ergebnisse des bei NIERS durchgeführten Forschungsprojektes „Bedeutung der Kreativen Klasse für die nordrhein-westfälischen Regionen“ vor. Hierbei flossen empirisch fundierte Ergebnisse und Vergleiche mit der Humankapitaltheorie in den Vortrag ein.

In der anschließenden Diskussion bereicherte Frau Landsberg vom Beratungs- und Planungsunternehmen agiplan den Vortrag mit dem Hinweis auf die Möglichkeit einer Erweiterung der Indikatoren um den von Florida vorgeschlagenen „Gay-Index“ als Messwert für Toleranz, den agiplan in einem ähnlichen Forschungsprojekt auf der Basis eines deutschlandweiten Datingportals erstellt hat.

Download: Powerpoint-Präsentation (© NIERS), Abschlussbericht zum Forschungsprojekt

MR Wulf Noll (Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr des Landes NRW): *Die Rolle der Kreativen aus Sicht der Landesregierung*

Herr Noll ging als Vertreter der Politik in seinem Vortrag zunächst auf die politische Grundüberzeugung ein: Kreative sind zu fördern, besonders die Innovationsförderung nimmt im politischen Bereich bereits einen hohen Stellenwert ein. Im Ministerium stießen die Modellansätze Floridas dementsprechend auf breite Resonanz, die u.a. zur Förderung des Forschungsprojektes bei NIERS führte. Inwiefern eine Förderung der Kreativen unter dem Einfluss der neuen Landesregierung realisiert wird, ist laut Noll noch nicht abzusehen. Daher behandelte der Vortrag vor allem mögliche politische Betätigungsfelder, die Noll im Rahmen der anwendungsorientierten Förderung der Kreativwirtschaft sieht. Hier betrachtete er Möglichkeiten im Zusammenhang mit den aktuellen Diskussionen um das Thema Fachkräftemangel bzw. -sicherung, die Integrationspolitik und Betätigungen im Bereich des Städtebaus (z.B. Errichtung von Forschungszentren, Ateliers, etc.). Als weitere Punkte nannte er die Förderung kultureller Events und eine spezifische, branchenorientierte Clusterförderung, mit der auch kleinere Städte bestimmte kreative Branchen fördern können.

Eckart Preen (Wirtschaftsförderungsgesellschaft Krefeld mbH):

Die Rolle der Kreativen aus Sicht der Wirtschaftsförderung in einem Oberzentrum

Herr Preen stellte die Wirtschaftsförderungsgesellschaft Krefeld und ihre branchenorientierten Aktivitäten vor; als empirische Grundlage diente eine wissenschaftliche Untersuchung zu Kompetenzfeldern und Wachstumsbranchen der Stadt. Diese zeigt u.a., dass in Krefeld nur 266 Unternehmen (ca. 8% aller Unternehmen Krefelds) der Kreativwirtschaft zuzurechnen sind. Preen deutete auf dieser Basis darauf hin, dass in Krefeld mit einem Anteil von 34% der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im produzierenden Sektor die Kreativwirtschaft nicht die höchste Priorität hat. Anschließend stellte er die die Kultur- und Kreativwirtschaft fördernden Aktivitäten vor: wichtige Punkte sind die Förderung regionaler Netzwerke (z.B. texellence), Kooperationen mit Stadtmarketing, Kulturbüro und Marketing Club (z.B. „Business Breakfast“), die Immobilienwirtschaft (Schaffung und Förderung von Lofts, Studio- und Probenräumen, etc.) und die Förderung kulturorientierter Events (z.B. „Krefelds Kreative“ 24. – 25. Februar 2011).

Warnend ging der Vortrag auf mögliches Konfliktpotenzial und die Gefahr des Fehlinvestments bei der Förderung der Kreativen ein: als Beispiel wurde die Kulturpolitik bzgl. des Gängeviertels in Hamburg angeführt. In der anschließenden Diskussion konnte der Forumsteilnehmer Mark Nerlich (TU Hamburg-Harburg) direkt auf diesen Punkt eingehen.

Powerpoint-Präsentation (© Wirtschaftsförderungsgesellschaft Krefeld mbH) ist auf Anfrage beim NIERS Institut erhältlich.

Werner Lippert (Creative.NRW): *Brauchen Kreative ein Clustermanagement?*

Herr Lippert stellte von Anfang an seine Überzeugung in den Vordergrund: Ja, Kreative brauchen ein Clustermanagement. Zu den Aktivitäten im Rahmen des Clustermanagements, die er zudem als Ziele für Creative.NRW vorstellte, zählten:

- Unterstützung von Kreativen z.B. durch Anbieten von Hilfestellungen (Seminare, Workshops, etc.)
- Unterstützung einer Art „Dachmarke“ der Kreativen, „Sprachrohr“ und Vermittler zwischen Kreativen und Politik bzw. Öffentlichkeit
- Unterstützung der disziplinübergreifenden Vernetzung und des aktiven Austauschs von Kreativen

Herr Lippert beendete seinen Vortrag mit klaren Forderungen: Kultur- und Kreativförderung sollte eher als Investition anstatt als Subvention betrachtet werden. Kreativität sollte von Öffentlichkeit, Politik und Wirtschaftsförderungen vermehrt als Hard Factor betrachtet und dementsprechend behandelt werden.

Diskutiert wurden im Anschluss vor allem die Fragen der Nachhaltigkeit des Clustermanagements und der Möglichkeit einer Selbstfinanzierung, die nicht auf öffentliche Fördermittel angewiesen ist. In diesem Rahmen wurde eine ökonomische Einordnung der Kreativwirtschaft angeregt; hier stellt sich die Frage der Messbarkeit des gesellschaftlichen Mehrwertes und externer Effekten der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Martin Wenke (Dekan Fachbereich Wirtschaftswissenschaften, Hochschule Niederrhein): *Fazit*

Neben seiner forumsbegleitenden Funktion als Moderator beschloss Herr Wenke die Veranstaltung mit einem zusammenfassenden Fazit. Die vielbeachteten Theorien zur Förderung der Kreativen Klasse und Kreativwirtschaft zielen auf die Idee ab, dass durch die Förderung der Kreativen ein positiver Einfluss auf Investoren, Unternehmen und auch die „nichtkreativen“ sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Region erfolgt. Durch das Forum hindurch zog sich dementsprechend die Überzeugung: Ja, Kreativwirtschaft und Kreative Klasse können als Motoren der regionalen Wirtschaftsentwicklung gesehen werden.

Bei der Anwendung und Umsetzung der Theorieansätze Floridas vor dem Hintergrund der Regionalökonomie tauchen jedoch grundsätzliche Fragen auf, so z.B.: Wer ist kreativ, wer nicht? Ist die Einordnung nach Berufsgruppen die richtige Vorgehensweise zur Klärung dieser Frage? Wie kann eine anwendungsorientierte Umsetzung der Theorieansätze im Detail aussehen, im regionalen wie regionsübergreifenden Kontext? Was ist der gesellschaftliche und ökonomische Mehrwert der Kultur- und Kreativwirtschaft, wie kann man diesen berechnen? Hat die Förderung einen nachhaltigen Effekt? Teilweise, jedoch nicht erschöpfend, konnten die Fachvorträge und Diskussionen auf diese Fragen eine Antwort finden – die Themen Kreativwirtschaft und Kreative Klasse bieten dementsprechend weiteres Diskussions- und Forschungspotential.