

**Positionspapier der Kreative MV – Arbeitsgemeinschaft für Kultur-
und Kreativwirtschaft Mecklenburg-Vorpommern**

**8 Punkte zur Verbesserung der Akzeptanz und Wahrnehmung der
wirtschaftlichen Relevanz
der Kultur- und Kreativwirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern**

– Rostock, 4.3.2015 –

1. Kultur- und Kreativwirtschaft braucht Netzwerke
2. Kultur- und Kreativwirtschaft braucht Sichtbarkeit
3. Kultur- und Kreativwirtschaft braucht Raum
4. Kultur- und Kreativwirtschaft schafft branchenübergreifende Kooperationen und Innovationstransfer
5. Kultur- und Kreativwirtschaft braucht Profil
6. Kultur- und Kreativwirtschaft braucht Wertschätzung
7. Kultur- und Kreativwirtschaft braucht Qualifikation
8. Kultur- und Kreativwirtschaft braucht eine Lobby

Ansprechpartner:

Kreative MV - Arbeitsgemeinschaft für Kultur- und Kreativwirtschaft Mecklenburg-Vorpommern
in Trägerschaft des Kreativsaison e.V.
c/o projekt:raum
Warnowufer 29
18057 Rostock
kontakt@kreative-mv.de

Sprecherin der Kreative MV
Corinna Hesse
c/o Silberfuchs-Verlag – Wissensverlag und Mediendienstleister
Holzkruger Weg 12
19260 Tüschow
Tel. 038843-82 41 87
corinna.hesse@silberfuchs-verlag.de

Monitoring Kultur- und Kreativwirtschaft 2014

Im Sommer 2014 führte die Kreative MV in Kooperation mit den Kammern über einen Zeitraum von 10 Wochen ein **Online-Monitoring** bei Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) in Mecklenburg-Vorpommern durch, um die spezifischen Strukturen, Potenziale und Bedarfe der Kreativen in MV in einem ersten Überblick zu ermitteln.

2014 initiierte das Ministerium für Wirtschaft, Bau und Tourismus Mecklenburg-Vorpommern den Wettbewerb „Kreativmacher“, der ausgewählte Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft der Öffentlichkeit vorstellte. Es wurde ein Beirat mit Vertretern der IHK, der Wirtschaftsförderungsgesellschaft Südwestmecklenburg, der Unternehmer- und Branchenverbände und Akteuren der KKW installiert, der begleitend zum Wettbewerb Vorschläge für Entwicklungsmaßnahmen der Branche in MV erarbeitet. Im Dezember 2014 führte die Kreative MV eine **telefonische Befragung der Mitglieder des Beirates** durch, um die Vorschläge des Beirates für weiterführende Fördermaßnahmen zur nachhaltigen Stärkung der Kreativbranche zu ermitteln und Entwicklungspotenziale aufzuzeigen.

Aus beiden Befragungen entwickelte die Kreative MV ein Positionspapier mit Handlungsempfehlungen an die Politik zum zukünftigen Vorgehen für eine weitere Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Zukunftsbranche Kultur- und Kreativwirtschaft – Erklärung der Kreative MV

Trotz ihrer positiven ökonomischen Entwicklung werden die Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern noch lange nicht ausreichend erkannt und erschlossen. Die Branche sollte noch stärker als Innovationstreiber wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Entwicklungen im Land verankert werden. Die Erfolge der Kultur- und Kreativwirtschaft müssen anerkannt und als fester Bestandteil in die wirtschaftspolitische Positionierung des Landes aufgenommen werden. Die Kreativen können und wollen die weitere wirtschaftliche Entwicklung Mecklenburg-Vorpommerns mit vorantreiben.

Die Kreative MV empfiehlt daher dem Ministerium für Wirtschaft, Bau und Tourismus Mecklenburg-Vorpommern, weiterführende Maßnahmen zur nachhaltigen Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft in MV durchzuführen. Die Mitglieder des Beirates bieten an, diese Maßnahmen weiterhin aktiv zu begleiten und kommunikativ zu unterstützen. Die Kreative MV regt an, die regelmäßigen Treffen des Beirates weiterzuführen, um den branchenübergreifenden Austausch fortzusetzen. Alle Fördermaßnahmen sollen sorgfältig und langfristig evaluiert und die Ergebnisse offen und transparent diskutiert werden, um nachhaltige Entwicklungen zu fördern und die Maßnahmen sinnvoll aufeinander abzustimmen und zu bündeln.

8-Punkte-Positionspapier der Kreative MV

1. Kultur- und Kreativwirtschaft braucht Netzwerke

Für die Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft ist es von zentraler Bedeutung, ihr künstlerisches, technologisches und marktrelevantes Wissen kontinuierlich zu aktualisieren. So können sie neue Impulse in ihre unternehmerische Praxis aufnehmen und sich erfolgreich am Markt behaupten. In einer Zeit des schnellen Wandels basieren Wissens- und Marktvorsprünge in allen Wirtschaftsbranchen auf hochwertiger Expertise der Marktteilnehmer.

Innovationen werden heute nicht nur fachspezifisch entwickelt, sondern branchenübergreifend, um interdisziplinäre Lösungsansätze für die komplexen Herausforderungen der Gegenwart und Zukunft zu finden. Die Kultur- und Kreativwirtschaft als Querschnittsbranche und permanenter Innovationstreiber ist prädestiniert für die Entwicklung dieser interdisziplinären Lösungsansätze. Netzwerkarbeit innerhalb der Branche und die Zusammenarbeit mit Netzwerken anderer Branchen sind die essentielle Forschungs- und Entwicklungsressource für die Kultur- und Kreativwirtschaft.

Da die Branche kleinteilig strukturiert ist und weitgehend aus Kleinunternehmen und Freiberuflern besteht, ist die Netzwerkarbeit von noch größerer Bedeutung als bei anderen Branchen, um kooperierende Kompetenz- und Innovationscluster zu bilden.

Handlungsempfehlung der Kreative MV:

Es sollte eine zentrale Anlaufstelle für die Kultur- und Kreativwirtschaft durch das Land finanziert werden, um akteursbasierte Netzwerkarbeit professionell zu koordinieren und landesweit zu stärken.

Die Anlaufstelle soll dazu beitragen, spezifische Profile und Bedarfe in MV zu ermitteln und Maßnahmen sinnvoll zu bündeln. Dabei sollten regionale Netzwerke und Kompetenzen sowie lokale Multiplikatoren eingebunden werden, um auch den ländlichen Raum flächendeckend zu erreichen.

Regelmäßige dezentrale Netzwerktreffen mit Orientierungsangebot ermöglichen Synergien und Kooperationen, da viele Geschäftsabschlüsse nur durch persönlichen Kontakt angeschoben werden können. Sinnvoll ist auch eine jährliche Branchenkonferenz, um die persönlichen Kontakte zu stärken und Branchentrends zu diskutieren.

Da in anderen Bundesländern solche zentralen Anlaufstellen bereits installiert wurden, sollte MV von diesem wichtigen Trend nicht abgehängt werden, sondern sich die Standortvorteile der Nähe zu den Kreativmetropolen Berlin und Hamburg sowie die Anbindung an den Ostseeraum nutzbar machen.

2. Kultur- und Kreativwirtschaft braucht Sichtbarkeit

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist wesentlicher Vorreiter in der Entwicklung und Anwendung neuer Kommunikationsformate. Neue digitale Geschäftsmodelle schaffen Wettbewerbsvorteile für Unternehmen. Gerade für ein dünn besiedeltes Flächenland wie Mecklenburg-Vorpommern bietet der digitale Raum große Chancen, Akteure abseits der Metropolen anzusiedeln, digital zu vernetzen und Sichtbarkeit zu erzeugen. Das Innovationspotenzial der Kultur- und Kreativwirtschaft im Bereich digitale Technologien und Kommunikation sollte für das Land stärker erschlossen und sichtbar gemacht werden.

Handlungsempfehlung der Kreative MV:

Es sollte ein Internetportal / Onlinemarktplatz für die Kreativwirtschaft eingerichtet werden, das die Akteure, Produkte und Dienstleistungen der Branche sichtbar macht.

Die in der Kreativbranche entwickelten, neuen digitalen, interaktiven und mobilen Kommunikationsformen können hier anderen Branchen vorgestellt und für sie nutzbar gemacht werden. Auf diese Weise profitieren sowohl die kreativen Anbieter als auch die Nutzer ihrer Dienstleistungen. Während die Kreativen ihr Einkommen sichern, kommen die Nutzer in den Genuss einheimischer Kreativität; ein hohes Gut, das sie bisher zu selten in Anspruch nehmen, weil es schlicht nicht ausreichend präsentiert wird.

Durch Verlinkung und gemeinsame Datenplattformen sollten die Angebote bundesweit vernetzt werden, um den Anbietern in MV größere Reichweite und Märkte zu erschließen.

3. Kultur- und Kreativwirtschaft braucht Raum

Die Arbeitswelt in der digital geprägten Wirtschaft wandelt sich fundamental, Arbeitsplätze werden räumlich flexibel und Arbeitsprozesse zunehmend interdisziplinär. Die Kultur- und Kreativwirtschaft erprobt diese Arbeitsmethoden in flexiblen Teams und Kompetenzclustern und gibt daher Impulse für andere Wirtschaftszweige zur Gestaltung von Team-Konstellationen, die Innovationen generieren. Oft mieten sich Mitarbeiter von traditionellen „Dampfern“ der „alten“ Wirtschaft in Co-Work-Spaces der Kreativbranche ein, um nah am Puls der Zeit zu sein und Innovationen aufzugreifen. Im Umfeld von Kreativzentren wird der städtische Raum aufgewertet („Gentrifizierung“), Kreative tragen zur Wiederbelebung von entlegenen Dörfern bei, die durch Abwanderung gekennzeichnet sind („Raumpioniere“). Andere Branchen profitieren daher von kreativen Leistungen (z.B. Immobilienbranche, Tourismus), ohne aber die kreativen Leistungsträger an den erzielten Gewinnen zu beteiligen. Im Gegenteil: Oft werden Kreative durch den steigenden Mietenspiegel aus den Quartieren vertrieben, zu deren Aufwertung sie selbst beigetragen haben.

Handlungsempfehlung der Kreative MV:

Es sollten rechtliche Rahmenbedingungen geschaffen werden, dass Kreativzentren und Co-Work-Spaces in Eigenregie durch die Kreativen dauerhaft betrieben werden können (z.B. Bildung von Genossenschaften zum Kauf von Immobilien).

Kreativzentren sind Anlaufstellen für Peer-to-peer-Beratung und kooperative Projektentwicklung. Die Impulse dafür kommen aus der Szene selbst, die Bedarfe für bezahlbare Büros, Lager und Ateliers sind groß, viele selbstgegründete Co-Works sind ausgebucht. Die Administration ist jedoch sehr aufwändig (ständige Fluktuation, Untermietverträge etc), daher sollte der Betrieb gefördert werden. Die Finanzierung kann durch die stärkere Zusammenarbeit mit anderen Branchen gelöst werden, die von den Kreativzentren monetär profitieren.

4. Kultur- und Kreativwirtschaft schafft branchenübergreifende Kooperationen und Innovationstransfer

Innovationsstrategien, kollaborative Arbeitsprozesse, Team-Konstellationen, neue, offene und „durchlässige“ Arbeitsräume und -formate sowie flexible und kleinteilige Strukturen in der Kultur- und Kreativwirtschaft unterscheiden sich teilweise sehr stark von klassischen Wirtschaftsbranchen und Verwaltungen. Dieses „andere Denken und Arbeiten“ kann sehr fruchtbare Impulse und neue Perspektiven für Innovationen und Managementstrategien in anderen Bereichen geben.

Durch Kooperationen der Kultur- und Kreativwirtschaft mit anderen Branchen und mit kommunalen Gebietskörperschaften können Vorurteile und Hürden überwunden werden, um die Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft vollumfänglich für die Wertschöpfung zu erschließen. Dafür muss eine Kommunikation auf Augenhöhe entwickelt werden, die Kleinunternehmen und Freiberufler als vollwertige Geschäfts- und Kommunikationspartner anerkennt. Zielgerichtete Besuche im kreativwirtschaftlichen Umfeld und Branchengespräche zum Beispiel können Verwaltungshandeln stärker auf die Belange, die Praktiken und die Verfahrensweisen der Kreativwirtschaft einstellen.

Handlungsempfehlung der Kreative MV:

Gemeinsam mit den Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft sollten Modellprojekte entwickelt werden, die die Potenziale der Branche für andere Wirtschaftszweige und kommunale Gebietskörperschaften beispielhaft aufzeigen und nachhaltige Entwicklungen für die Region anstoßen.

Dies kann z.B. durch öffentliche Aufträge und Ausschreibungen für Kreative im Rahmen von regionalen Entwicklungskonzepten geschehen, die über die zentrale Anlaufstelle der Kreativen branchendeckend kommuniziert werden können. Durch die aktive Einbindung der Kreativen in die Entwicklung der Modellprojekte wird Kommunikation auf Augenhöhe gewährleistet und eine möglichst breite Resonanz bei den Kreativen im Land erzeugt. So könnten Kreative auch durch ständige Vertreter in Regionalentwicklungsgremien wie den LEADER-Aktionsgruppen oder der Metropolregion aktiv mitarbeiten. Dabei können auch bislang „ungenutzte“ Orte in ihrer wirtschaftlichen Relevanz erschlossen werden und neue Wertschöpfungsmöglichkeiten für alle Branchen eröffnet werden.

5. Kultur- und Kreativwirtschaft braucht Profil

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist erwiesenermaßen auch in ländlichen Räumen ein Zukunftsmarkt und Wachstumsmotor. Jedoch unterscheiden sich Strukturen und Profile der Branche in dünn besiedelten Flächenländern deutlich von den Strukturen in Metropolen. Um die spezifischen Bedarfe, Charakteristika, Stärken und Profile der Branche in MV zu unterstützen, das Verständnis für die Branche in anderen Wirtschaftszweigen und Politik zu stärken und die Potenziale der Branche vollumfänglich zu erschließen, sollte regelmäßig eine Potenzialanalyse für den Standort MV statistisch valide erstellt werden.

Handlungsempfehlung der Kreative MV:

Wie in anderen Bundesländern sollte regelmäßig ein Kulturwirtschaftsbericht für Mecklenburg-Vorpommern nach dem Leitfaden der Wirtschaftsministerkonferenz erstellt werden, um eine solide Datenbasis für die weitere Entwicklung der Branche zu erfassen und die Kenntnisse über die Branche zu schärfen und zu vertiefen.

Darüber hinaus regt die Kreative MV wirtschaftsgeografische Studien in Kooperation mit regionalen Hochschulen an, die die Impulse der Kultur- und Kreativwirtschaft auf die Stadt- und Landentwicklung untersuchen und Wertschöpfungsketten in größeren Kontexten analysieren.

6. Kultur- und Kreativwirtschaft braucht Wertschätzung

Es ist wünschenswert, dass die Politik kreativwirtschaftlichen Leistungen nicht nur differenzierter gegenüber tritt, sondern sie ebenso differenziert honoriert. Die Wertschätzung kann symbolischer Natur sein (Auszeichnungen), kommunikativer (Berichte), persönlicher (Mentoren), qualifizierender (Coaching) und/oder monetärer Art sein. Politik und öffentliche Hand können wichtige und weitreichende Honorierungen aus ihrem Bestand veranlassen und so für ein höheres Maß der Wertschöpfung und Akzeptanz der Branche sorgen.

Handlungsempfehlung der Kreative MV:

Die Ressourcen und das Knowhow der Kultur- und Kreativwirtschaft aus MV sollten bei öffentlichen Ausschreibungen, Förderprogrammen und Projekten stärker eingebunden werden und kommunikativ unterstützt werden (Landesmarketing, Regionalmarketing). Förderprogramme sollten sich an den Bedarfen und Profilen der Akteure im Land orientieren und Ideen und Innovationen der Branche vorantreiben.

7. Kultur- und Kreativwirtschaft braucht Qualifikation

Um am Markt bestehen zu können, benötigen Akteure und Newcomer der Branchen Kompetenzen im Künstlerischen und in unternehmerischen Belangen. Die Hochschulen sollten neben der kreativen Ausbildung auch die Grundsteine für unternehmerisches Handeln und erfolgreiches Wirtschaften legen. Regionale Hochschulen und Wirtschaft sollten Kooperationsprojekte initiieren, um den kreativen Nachwuchs aktiv und frühzeitig an den Wirtschaftsstandort MV zu binden.

Handlungsempfehlung der Kreative MV:

Hier sollten insbesondere auch die Potenziale der Kreativen eingebunden werden, da Strategien der kollegialen Beratung und des Mentorings aus der unternehmerischen Praxis vor allem für Themen wie Markterschließung, Geschäftsmodell-Entwicklung, neue Technologien und Markttrends, Preisgestaltung und Marketing starke Impulse setzen können und die Wettbewerbsfähigkeit der Akteure durch den Erfahrungsaustausch entscheidend stärken.

Die Entwicklung von Innovationen verläuft heute so schnell, dass „klassische“ Ausbildungsinstitute mit den Lehrplänen kaum Schritt halten können; direkte Peer-to-Peer-Beratung ist daher oftmals näher am Puls der Zeit. Es bestehen zahlreiche Beratungs-, Coachings- und Fortbildungsangebote für Kreative, die stärker untereinander abgestimmt und besser kommuniziert werden sollten.

Die Orientierungsberatung durch das Kompetenzzentrum des Bundes läuft Ende 2015 aus. Die Initiative der Bundesregierung für Kultur- und Kreativwirtschaft hatte mit dieser Maßnahme zum Ziel, einen Impuls für die Bundesländer zu geben, länderspezifische eigene Anlaufstellen und Beratungsangeboten aufzubauen. Zahlreiche Länder haben diesen Impuls bereits aufgenommen und eigene Beratungsangebote installiert.

8. Kultur- und Kreativwirtschaft braucht eine Lobby

Die Kultur- und 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.

Handlungsempfehlung der Kreative MV:

Die Kreative MV als landesweites Netzwerk der Kultur- und Kreativwirtschaft im Verbund der Kreative Deutschland bietet allen demokratischen politischen Parteien und der Verwaltung der Ministerien an, Fokusthemen und Bedarfe, die aus der Praxisarbeit in der Branche identifiziert werden, zu bündeln und transparent und aktuell zu kommunizieren.

Daneben werden durchgeführte Fördermaßnahmen durch Befragungen der Branche und ihrer Kooperationspartner evaluiert, auch in Zusammenarbeit mit wissenschaftlichen Institutionen des Landes. Die Kreative MV bietet den Verbänden der Teilmärkte (wie Designwirtschaft, Filmwirtschaft, Musikwirtschaft etc) stetigen Wissenstransfer und Kooperationen an, um gemeinsame Strategien zur Weiterentwicklung der Branche zu entwickeln und umzusetzen.