



Stellungnahme

des European Centre for Creative Economy (ecce) / RUHR.2010 GmbH
und

der Wirtschaftsförderung Metropole RUHR

nach Beratungen mit den Wirtschaftsförderungen der Städte Bochum, Dinslaken, Dortmund, Duisburg, Essen, Gelsenkirchen, Herne, Mülheim an der Ruhr und Oberhausen sowie der Kreise Ennepe-Ruhr und Wesel. (genannt „Kultur- und Kreativwirtschaft RUHR“)

zum GRÜNBUCH KOM(2010) 183/3 Erschließung des Potenzials der Kultur- und Kreativindustrien

Präambel

Die Kultur- und Kreativwirtschaft RUHR unterstützt die EU Kommission in Ihrem Ziel, die Potentiale der „Kultur- und Kreativindustrien der EU“ in die Leitinitiativen der Strategie „Europa 2020“ einzubringen und bietet an, die langjährigen Erfahrungen der Städte wie der Akteure Kultur- und Kreativwirtschaft in der ordnungspolitischen Kultur- und Kreativwirtschaftsförderung in eine koordinierte Strategie von lokalen, nationalen und internationalen Maßnahmen einzubringen.

Kultur- und Kreativwirtschaft RUHR begrüßt die Fokussierung auf die drei Strategiebereiche der Rahmenbedingungen, der lokalen und regionalen Umgebung sowie der externen Effekte, um daraus einen strategischen Ansatz für „eine kraftvolle kreative Ökonomie und einer von sozialem Zusammenhalt geprägten Gesellschaft zu machen“. Dabei hat die Metropole RUHR in den letzten 3 Jahren in der Weiterentwicklung einer tradierten Industrieregion zu einer wissensbasierten und technologischen Ökonomie Erfahrungen gemacht, die die Vorteile von Hybrid-Strategien innerhalb öffentlicher Verwaltungen wie auch in Bezug zur Kultur- und Kreativwirtschaft selbst aufgezeigt haben. Die Fortentwicklung und Optimierung öffentlicher Organisationsformen im Umgang mit Kreativität in der Wirtschaft wie auch der Kultur ist ein Schlüsselfaktor zum Erfolg Europas, um das Potenzial der Kultur als Katalysator für Kreativität und Innovation noch mehr als bisher zu nutzen. Es hat sich bewährt, formelle öffentliche Strukturen mit informellen kreativen Strukturen sowie lineare Verwaltungsprozesse mit nichtlinearen zu verbinden und neue Bottom Up Entscheidungsprozesse in vorhandene Top Down Politikstrategien aufzunehmen.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft RUHR erfährt eine Anerkennung ihrer gesellschaftlichen und nicht nur ihrer ökonomischen Bedeutung in einer Zeit, in der ein Strukturwandel des europäischen Wirtschaftssystems immer dynamischer wird. Konzepte wie „prosumer“, „open innovation“, „trust goods“, „web2.0“ und des „social network“ werden in allen Wirtschaftssparten immer bedeutender – von der Ernährungsindustrie über den Maschinenbau bis zur Gesundheitswirtschaft. Dabei steigt der Anteil wissensbasierter Wertschöpfung, sog. kreativer Ideen, stärker als die Zahl erfolgreicher Innovationen. Die Kultur- und Kreativwirtschaft RUHR fordert die EU Kommission auf, die Optimierung der heute nicht selten unterbrochenen Wertschöpfungskette von der Idee zum Produkt, das Fließband der Wissensökonomie, zu einem vorrangigen Kern ihrer Strategien zu machen. Dabei ist zu gewährleisten, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft gemäß ihrem eigenen Marktverständnis Teilnehmer der Wertschöpfung wird, und nicht nur als unkreativer Zulieferer anderer Industrien behandelt wird.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft RUHR sieht in dem Ziel der EU Kommission, die positiven externen Effekte von Kreativität besser auszunutzen, eine Großherausforderung für Forschung, Wirtschaft und Politik in den nächsten Jahren, äquivalent der Vermeidung negativer externer Effekte der Umweltverschmutzung vor 20 Jahren heute.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft RUHR begrüßt, dass die EU-Kommission Prioritäten für Aktionen auf europäischer Ebene setzen will und appelliert dabei an alle Institutionen Europas keine supranationalen Aktionen zu entwickeln, die nationale, regionale oder lokale Maßnahmen substituieren bzw. selbst negative externe Effekte produzieren. Der Staat als Akteur verursacht in fragmentierten Märkten wie dem der Kultur- und Kreativwirtschaft, aber auch dem der Innovationsmärkte, regelmäßig „Crowding Out“. Es wird empfohlen, dass supranationale Maßnahmen zwei Kriterien genügen müssen: Sie müssen das leisten, was die Kreativwirtschaft in Nationalstaaten oder Regionen nicht selbst leisten kann und was vorhandene Eigeninitiativen der Kreativwirtschaft unterstützt.

FRAGE 1

– Wie kann dem Experimentieren, der Innovation und dem Unternehmergeist in den KKI mehr Raum gegeben und mehr Unterstützung geboten werden? Anders gesagt, wie kann der Zugang zu IKT-Dienstleistungen bei/für kulturelle(n) und kreative(n) Aktivitäten verbessert und die Nutzung ihrer kulturellen Inhalte verstärkt werden? Wie können IKT zu einer treibenden Kraft neuer Geschäftsmodelle für einige KKI werden?

Die führenden Branchen, die informations- und kommunikationstechnologischen Kompetenzen als treibende Kraft für neue Geschäftsmodell in der KKI einsetzt, sind

in den letzten 5 Jahren die Games Industrie sowie Mobile Media, gewesen. Ihre Kompetenzbedarfe an geeignetes Personal haben sich so schnell entwickelt und verändern sich immer auch weiterhin so schnell, dass häufig staatliche Hochschulen mit der Anpassung des Curriculums nicht nachkommen und den Anforderungen der Kultur- und Kreativwirtschaft an die Ausbildung des Personals nicht in genügendem Maß entsprechen können. Dieses Phänomen basiert auch auf der hohen Veränderungsgeschwindigkeit der verwendeten Basistechnologien, aber auch der sich schnell ändernden Nutzerwünsche. In der Games Industrie zeigt sich ein neues Zusammenspiel der Träger von Bildung, Technologie und KKI sowie die Entstehung neuer Träger, die staatliche und nichtstaatliche Elemente neu verbinden wie z.B. die Games Academy in Berlin, die ID Factory in Dortmund, die Popakademie Baden-Württemberg in Mannheim sowie die Games Factory Ruhr, Mülheim. Hiervon gilt es zu lernen.

Die Europäische Union sollte solche experimentellen Selbstorganisationen neuer Strukturen fördern; z.B. könnten Gutscheine für neue Bildungsangebote an bestehenden Institutionen und Zuschüsse für Experimente neuer, auch temporärer, hoch flexibler Bildungsträger gegeben werden wie dies z.B. die Bundeskulturstiftung mit Jeki oder Operare macht. Ein Focus sollte auf (noch) ungewöhnliche Schnittstellen von Branchen gelegt werden wie z.B. Architektur und Materialforschung; Freizeitkultur und Grüne Mobilität; Darstellende Kunst und 3-D-Media oder Literatur und Mobile Media.

In der Metropole RUHR wurde mit Living Games eine Bildungsmesse für Games geschaffen, um IT Kompetenzen und KKI Inhalte kongenial zusammenzuführen. Diese kann als Vorbild empfohlen werden.

Ein Fonds für experimentelle Hochzeiten von KKI Inhalten und IKT Technologien kann der IKT Industrie in Form von Wettbewerben und Gutscheinen für den Bezug von kulturellen Inhalten wie z.B. Film, Musik, Design, Literatur und Kulturtourismus bisher nicht vorhandene (wirtschaftliche) Freiräume eröffnen, indem sie neue Geschäftsmodelle in der KKI temporär zu testen. Fördergelder müssen den Bedingungen technologischen und kulturellen Experimentierens genügen, um von KKI angenommen zu werden. Sie müssen z.B. auch informell, ergebnisoffen und nichtlinear sein können und sind mit der bestehenden Grundlagenforschung oder auch Prototypen-Förderung vergleichbar. Gutscheine zur Lizenznutzung sowie branchenübergreifende, bottom up gewachsene Zentren nach dem Vorbild der „Games Factory“ Mülheim sind geeignete Mittel, um Know-How der IKT wie der KKI zu transferieren, ohne dass negative externe Effekte auftreten.

Die App-Ökonomie ist ein weiteres Beispiel für solche Testräume, in der jedoch die KKI Inhalte in Zukunft verbesserte ökonomische Rahmenbedingungen vorfinden müssen. Beispielsweise sind Abrechnungsmodelle, die Weitergabe von Nutzerdaten sowie die Zugänglichkeit digitaler Angebote transparenter und weniger

monopolistisch zu regeln. Hier liegt zusätzlich zu Best-Practice Key-Aktionen vor allem eine ordnungspolitische, höchst eilbedürftige Aufgabe der EU Kommission.

FRAGE 2

- Wie können Partnerschaften zwischen Kunst- und Designschulen einerseits und Unternehmen andererseits als ein Weg forciert werden, um Unternehmensgründungen, Jungunternehmen und Unternehmergeist sowie die Entwicklung von IKT-Kompetenzen zu fördern?
- Wie kann Peer-Coaching in den KKI auf EU-Ebene gefördert werden?

Partnerschaften zwischen öffentlichen und privaten Bildungsträgern sowie Unternehmen bedürfen einer anreiz verträglichen Kooperationsstruktur, die vor Ort von den Beteiligten in einem dauerhaften Prozess erarbeitet und fortgeschrieben werden müssen. Solche Partnerschaften sind im Eigeninteresse der Akteure, finanzieren sich selbst und bedürfen als Dreh- und Angelpunkt einer mindestens 2jährigen unabhängigen Moderation. Eine Europäische Initiative muss Anreize schaffen, Kooperations- und Moderationsstrukturen auf lokaler Ebene so aufzubauen, dass sie nach einer Initialförderung von maximal 2 Jahren sich selbständig tragen und fortführen. Innovative Ideen für solche Partnerschaften müssen in diesem prozessualen Rahmen lokal erarbeitet werden; sie dürfen nicht zentral vorgegeben und dann lokal umgesetzt werden. Aus diesem Top-Down Prozess entsteht keine Nachhaltigkeit.

Peer-Coaching ist ein personenbezogenes Dienstleistungsprodukt, das in den Branchen der Kreativwirtschaft bereits angeboten wird. Sein Angebot entwickelt sich mit der Nachfrage, die sich jedoch oft zögerlich entwickelt, weil der Käufer dieser Dienstleistung das Ergebnis des Coachings nicht vorab evaluieren kann. Dieser Umstand (Stichwort „Vertrauensgut“) ist eine bekannte Markteintrittsschranke, die durch ein Gutscheinsystem gesenkt werden kann. Das Gutscheinsystem muss degressiv und auslaufend ausgestaltet sein. Innovationen im Peer- Coaching– vor allen am Crossover der Branchen – sollten europaweit ausgezeichnet und veröffentlicht werden, auch um wechselseitige Lerneffekte in den Mitgliedsstaaten zu fördern.

Unternehmensgründungen in unsicheren (nicht in risikanten) Märkten können entscheidend durch urbane Strukturen befördert und erfolgreicher werden. In sog. Kreativ.Quartieren können die Know-How Dienstleistungen, die informellen Angebote sowie die formellen Raumangebote geschaffen werden, die die Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft – von Land zu Land verschieden, jedoch als optimal für eine Existenzgründung – einstufen.

FRAGE3

- Wie können Anreize für private Investitionen geschaffen und der Zugang der KKI zu Kapital verbessert werden? Könnten Finanzierungsinstrumente auf EU-Ebene die Bemühungen auf nationaler und regionaler Ebene unterstützen und ergänzen und damit einen Mehrwert generieren? Wenn ja, wie?
- Wie kann die Investitionsbereitschaft von KKI-Unternehmen erhöht werden? Welche besonderen Maßnahmen könnten ergriffen werden und auf welcher Ebene (regional, national, EU)?

Die Nachfrage nach Finanzierungsinstrumenten ist in allen Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft größer als das Angebot an Finanzierung; dies ist ein Phänomen, das zurzeit beobachtet wird.

Öffentlich und dauerhaft verbilligte Finanzierungszugänge bergen die Gefahr der adverse selection, führen zu Marktverzerrungen und können Mehrwerte vernichten. Es gilt daher der Finanzierungswirtschaft, neue Anreize zu Steigerung von innovativen Finanzierungsangeboten zu geben. Dies gilt nicht nur für die KKI, sondern für die immer mehr zunehmenden fragmentierten und durch Innovationen in der Voraussicht eingeschränkten Märkte wie z.B. auch im Maschinenbau oder Grüne Technologien. Bisher wurden richtigerweise neue Finanzierungsinstrumente überwiegend für Märkte mit großer oder sogar totaler Voraussicht und geringer Fragmentierung entwickelt, die es nun angesichts neuer Marktstrukturen um Instrumente für hoch fragmentierte Märkte zu ergänzen gilt

Die Investitionsbereitschaft von KKI Unternehmen wird erhöht, indem sich ihre Ertragssicherheit erhöht – z.B. durch Ausfallbürgschaften nach dem Vorbild der HERMES-Versicherungen. Dieses erfolgreiche Modell der Exportförderung ist bisher der Kreativwirtschaft kaum zugänglich und eignet sich als Maßnahme der Europäischen Union, um Europa in der globalen Konkurrenz wettbewerbsfähiger zu machen.

Auf lokaler Ebene sind Investitionshindernisse oft Unsicherheiten von steuerlichen Rahmenbedingungen, die sich von Stadt zu Stadt unterscheiden können wie z.B. Abschreibungsregelungen oder Gewerbesteuerpflichten.

Auf Unternehmerebene sind Investitionshindernisse z.B. fehlende gesicherte Kenntnisse über den eigenen, jedoch hoch fragmentierten Markt. Die Senkung von Informationskosten über den Markt (Such-/Kooperations-/Vertragskosten) ist ein geeignetes Instrument, das nicht marktverzerrend wirkt, sondern allen Unternehmen zu Gute kommt. Dies kann wie in anderen Wirtschaftssparten auch durch regelmäßige Quartalsberichte über die Branchenentwicklung geschehen. Die EU Kommission sollte die unabhängige Erhebung und Verbreitung von Marktinformationen auf regionaler Ebene fördern.

FRAGE 4

– Wie lässt sich die Integration der KKI in die strategische regionale/lokale Entwicklung verstärken? Welche Instrumente und welche Partnerschaften erfordert ein integrierter Ansatz?

In der Metropole RUHR sind im Rahmen der Kulturhauptstadt RUHR.2010 mehrere integrative Initiativen für KKI in der regionalen und lokalen Entwicklung entstanden. Aufgrund der regelmäßigen hohen externen Effekte der KKI wird empfohlen, die Anwendung integrativer, ressortübergreifender Strategien regelmäßig zu prüfen und zu verfolgen. Das Potential der KKI wird damit nicht nur im ökonomischen Bereich abgerufen, sondern auch für die Entwicklung von Bildung, Jugendarbeit, Migration und Stadtplanung.

Die Initiativen sind durch folgende Kernelemente gekennzeichnet, die für ihren Erfolg zentral waren: Beteiligung verschiedenster Ressorts aus Verwaltung und Politik (Hybrid Ansatz)

und

Beteiligung der Akteure der Kreativwirtschaft auf Augenhöhe (Bottom Up Ansatz)

(Beispiel Städtische Roundtable der Kreativ.Quartiere RUHR)

Regionale Arbeitskreise der Städte und der Wirtschaftsförderungen (Beispiel Regionaler Arbeitskreis der WMR für die Wirtschaftsförderer der Städte sowie relevanter regionaler Akteure wie ECCE)

Regelmäßige öffentliche Sichtbarmachung und Dialoge mit der Kreativwirtschaft (Beispiel CREATIVE STAGE Ruhr)

Die Verstärkung der Integration der KKI kann ohne einen maßgeblichen Impuls der Städte und Regionen für die Ergänzung bestehender Politikangebote um Hybrid- und Bottom Up-Prozesse nicht gelingen. Diese Impulse sind eine lokale Ordnungspolitik, keine subventionierende Förderpolitik und entsprechen damit auch Umständen, in denen sich immer mehr Regionen und Städte in ganz Europa in der Nachfolge der Finanz- und Wirtschaftskrise in den nächsten Jahren befinden werden.

Um diese lokale Strukturpolitik in einer globalen Wissens- und Innovationsgesellschaft zu fördern, wird ECCE in Kooperation mit der EU Kommission einen Creative Industries Policy Award verleihen. Eine öffentliche Konsultation zum Jury- und Vergabeverfahren startet im Herbst 2010.

Zugleich ist die KKI aufgefordert ihrerseits vorhandene Spartenabgrenzungen zu überwinden und die Chancen des Crossover von Public-Private-Partnership zu

nutzen. Hierfür sind anreiz verträgliche Teilnehmungsmodelle zentral wie sie Prof. Stiegler vom IRI Centre Pompidou unter dem Begriff „Teilnehmungsökonomie“ formuliert. So widersprechen zum Beispiel Ausschreibungsregeln teilweise dem urheberrechtlichen Schutzbedarf der Akteure, die sich in öffentlichen Strategienprozessen beteiligen.

FRAGE 5

– Welche neuen Instrumente sollten aktiviert werden, um die kulturelle Vielfalt mit Hilfe der Mobilität kultureller und kreativer Werke, von Künstlerinnen und Künstlern sowie Kulturschaffenden innerhalb der EU und darüber hinaus zu fördern? Inwieweit können virtuelle Mobilität und Online-Zugang zu diesen beitragen?

Die Schaffung des Zugangs zu WEBTV und IPTV fähigem Internet – nach dem Vorbild Großbritannien – ist zentrale Voraussetzung für einen physischen und geistig offenen Kreativraum Europas und ist eine öffentliche Aufgabe wie der Straßenbau.

Erst auf dieser Basis, erst nach einer Sichtbarwerdung und digitalen Teilnahme an der europäischen Welt kann die schon vorhandene Mobilität kultureller Vielfalt gefördert werden. Hier gilt es verschiedene Typen zu unterscheiden:

Die persönliche Mobilität ist in Kreativität und Kultur schon seit Jahrhunderten inhärent gegeben. Kreativität sucht die Differenz von Kulturen und Erfahrungen als eigene Ressource für Neues und Inspiration; dies ist jedoch in diesem Stadium ökonomisch nicht verwertbar und wäre eine nicht willkommene Einschränkung des Kreativprozesses selbst. Mobilität hat in diesem Falle den Charakter eines öffentlichen Gutes und bedarf der öffentlichen Förderung. Die EU Kommission sollte daher die Förderung von Mobilität von kreativen Personen ausweiten – unabhängig von beruflichem Werdegang oder Ausbildung.

Die Mobilität von kulturellen und kreativen Werken – seien es Waren bzw. sogar Unikate oder Dienstleistungen – findet im europäischen Markt privater Güter statt, der sog. „Clubgüter“. Hier ist die EU Kommission gefordert, Eintrittshürden in Auslandsmärkten abzubauen ohne marktverzerrend zu agieren. Es gilt eine europäische Transferstruktur gerade für bisher nur national tätige Kleinunternehmen der KKI zu schaffen – neben den Großunternehmen, die auf z.B. Auslandshandelskammern zurückgreifen können. Ziel ist, dass diese auch den Binnenmarkt effektiver und effizienter nutzen können und somit mehr Beschäftigung und Wachstum schaffen.

In der Metropole RUHR wird dazu in Rahmen der Kulturhauptstadt 2010 das Projekt der Kreativ.Residenzen und der Auslandsinkubatoren nach dem Modell der Dutch DFA gestartet. In Dortmund, Bochum, Duisburg und anderen Städten sowie

Partnerstädten im Ausland wie Kosice, Istanbul oder Rotterdam entstehen langfristige Landeplattformen (Residenzen), die die Akteure der Kreativwirtschaft kurzfristig und temporär nutzen können. Die Idee ist, dass diese Struktur der Warenmobilität bzw. der Kreativ.Residenzen der projektbasierten Wirtschaftsstruktur der Kreativwirtschaft entspricht – sie setzt ihrerseits ein hohes Maß an digitaler, reibungsloser Mobilität auch für große Bild- und Filmdatenmengen voraus.

FRAGE 6

– Welche Instrumente sollten auf EU-Ebene vorgesehen oder verstärkt werden, um Zusammenarbeit, Austausch und Handel zwischen den EU-KKI und Drittländern zu fördern?

Es wird empfohlen, dass die EU Kommission nach dem Modell der Kreativ.Residenzen der Metropole RUHR in Drittländern sog. Europäische Kreativhäuser einzurichten. Ein Vorbild hier sind z.B. die deutschen Literaturhäuser oder Goethe-Institute im Ausland. In Fortschreibung dieser traditionellen Auslandsinstitute sollten diese Orte jedoch gerade auch den kommerziellen Akteuren aus allen Branchen der Kreativwirtschaft aus allen Nationen offen stehen. Sie verstehen sich als Präsentations- und Dialogorte und gecoatchte (?) Eintrittspunkte in ausländische Netzwerke und Märkte. Ihre Trägerschaft wäre eine Public-Private-Partnership.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft RUHR schlägt vor, ein erstes Europäisches Kreativhaus in Shanghai im Anschluss an die Expo zu eröffnen und ist bereit, dazu einen maßgeblichen Beitrag zu leisten. Die Kultur- und Kreativwirtschaft RUHR ist im deutschen Pavillon bereits vertreten.

Mindestens so wichtig ist, dass Drittländer Kreativhäuser in Europa einrichten. Dies entspricht einer Pull-Strategie im Unterschied zur oben genannten Push-Strategie. Die Metropole RUHR eignet sich mit über eingewanderten 100 Nationen und mit der Industrie im Wandel als Brennglas und Experimentierfeld für ausländische Kreativhäuser.

FRAGE 7

- Wie können die externen Effekte der KKI auf andere Industrien und die Gesellschaft als Ganzes beschleunigt werden? Wie können wirkungsvolle Mechanismen für diese Art der Wissensverbreitung entwickelt und umgesetzt werden?
- Wie können „kreative Partnerschaften“ zwischen den KKI und Bildungseinrichtungen / Unternehmen / Verwaltungen gefördert werden?
- Wie können der stärkere Einsatz bestehender zwischengeschalteter Stellen und die Entwicklung einer Reihe unterschiedlicher zwischengeschalteter Stellen als Mittlerinnen zwischen Künstler- und Kreativgemeinschaften und den KKI auf der einen Seite und Bildungseinrichtungen / Unternehmen und Verwaltungen auf der anderen Seite gefördert werden?

Die Wirkung externer Effekte der KKI ist bisher in Europa weitgehend unerforscht – nicht so die externen Effekte anderer Branchen. Dort wurden nach mehrjährigen Forschungen Märkte zur Internalisierung und damit zur Bepreisung der externen Effekte geschaffen: Die materiellen Bewertungen von externen Effekten in der KKI sind demgegenüber bisher strittig und weit von einer Methodik, geschweige denn einem einheitlichen Standard entfernt. Folgende Fragen illustrieren den heutigen Zustand in der KKI: Wie wird beispielsweise der Markenwert einer Kulturinstitutionen errechnet? Wie hoch sind die externen Effekte von Museen für die Hotellerie? Wie müsste die Wirtschaft eigentlich die externen Effekte des Musikunterrichts für das firmeninterne Teamwork und gute Arbeitsklima entlohnen? Externe Effekte sind nach der Theorie öffentlicher Güter / Neuen Institutionen Ökonomie nicht zu verwechseln mit dem Input, den die KKI für andere Branchen wie die ITK leistet.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft RUHR plädiert daher zuerst für die Einrichtung eines interdisziplinären Forschungsprogramms führender europäischer Universitäten mit Expertisen an der Schnittstelle von Wirtschaft und Kultur – wie z.B. dem Goldsmith College, der Universität Rotterdam, der Universität Siena, der Udo Berlin und der TU Dortmund.

Die RUHR.2010 beabsichtigt im Frühjahr 2011 dazu ein Forschungsseminar mit NESTA London und CIDA Huddersfield mit den o.g. Universitäten durchzuführen.

Grundsätzlich gilt, dass die externen Effekte der KKI durch andere Industrien besser genutzt werden können, wenn es eine Wertschöpfungskette und damit Preise für externe Effekte gibt. Dazu sind urheberrechtliche Regelungen in der digitalen Wirtschaft erforderlich.

Alternativ können institutionelle Formen wie Partnerschaften, Foren oder Roundtable von Produzenten und Verwertern von externen Effekten geschaffen werden – mit dem Ziel, dass diese die externen Effekte gemeinsam verwerten.

Ein Beispiel hierfür sind die Roundtables der Kreativ.Quartiere RUHR, die als Mittler und Moderator zwischen Stadt, Kreativwirtschaft und Immobilienbesitzern und ihren externen Effekten wirken.

Um den „Einsatz bestehender zwischengeschalteter Stellen und die Entwicklung einer Reihe unterschiedlicher zwischengeschalteter Stellen als Mittlerinnen zwischen Künstler- und Kreativgemeinschaften und den KKI“ zu erhöhen, sind Hybrid-Institutionen wie die Roundtable der Kreativ.Quartiere RUHR oder der Arbeitskreis Kreativwirtschaft der WMR empfehlenswert. Ihre Effektivität ist davon abhängig, ob die Interessen aller Beteiligten anreizverträglich behandelt werden; es müssen daher Mitnahmeeffekte verhindert werden und die sog. Nash-Strategien verfolgt werden. Ein solches Institutionen-Building ist in der Spieltheorie und Neuen Institutionen Ökonomie ausführlich erforscht worden.

In der Metropole RUHR wurden damit gute Erfahrungen gemacht. Als besonders wichtige Kriterien für die Anreizverträglichkeit eines Institution-Buildings gegenüber den jeweiligen Zielgruppen und ihren Identitäten / Milieus haben sich herausgestellt:

1. Langfristige, sich wiederholende Prozesse der Roundtable
2. Keine Finanzierung der Teilnahme am Roundtable
3. Transparenter und offener Teilnehmerkreis auf freiwilliger Basis
4. Erarbeitung von Strategien ohne vorhandene Projektfinanzierungen (Verhinderung des Limitierungseffektes von Projektfinanzierung)
5. Projektfinanzierungen folgen erst nach Strategiefindungen

Weitere empfehlenswerte Mittlerinstitutionen aus der Metropole RUHR sind das European Centre for Creative Economy, das Zentrum für Kulturelle Bildung am Dortmunder U, die Branchen Kommissionen Musik in Bochum, Games in Mülheim und DesignCommission in Essen, KreativQuartiere sowie die Living Games

Zusammenfassung

Die Kultur- und Kreativwirtschaft RUHR empfiehlt zur Förderung der KKI im Rahmen der Strategie „Europa 2020“ prioritär anreiz verträgliche Institutionen- und Marktstrukturen zur Beteiligung der öffentlichen wie privaten Akteure der KKI, zur Gewinnung der externen Effekten der KKI und zur Stärkung von Innovationen in der KKI und damit in der Wirtschaft allgemein zu schaffen. Dies schafft sich selbst refinanzierende Arbeitsplätze und eine dringend erforderliche Steigerung der Einkommen in der KKI.

Im nächsten Schritt kann in exemplarische, finanziell degressive und zeitlich limitierte Projektförderungen investiert werden, die ein Crowding-In und eine Steigerung von Fremdinvestitionen bewirken sowie ein Beispiel der eigenen langfristigen Nachhaltigkeit und Re-Finanzierung geben.

Es ist empfehlenswert eine digitale Plattform von Produzenten und von Verwertern von externen Effekten, wie zum Beispiel Städten oder Universitäten, aufzubauen. Wenn diese als Wissensdatenbank gestaltet ist, die eine gemeinsame Verwertung externer Effekte ermöglicht, wird sich die Verbreitung und Bereitstellung von Wissen in ganz Europa erhöhen. Eine solche Datenbank müsste – anders als Wikipedia – eine Eintrittshürde sowie eine Mitnahmehürde gewährleisten, damit Wissen nicht als externer Effekt entwertet wird. Vielmehr entsteht eine KIKI-Wissens-Börse – so wie es eine Börse für Umweltzertifikate gibt. Darüber hinaus wäre eine solche Datenbank – z.B. als zertifiziertes Experten-Netzwerk – eine ideale Ressource für die Mobilisierung von Konferenzteilnehmern oder von Partnern in Keyaction-Projekten.