



Europäische Union
Regionalpolitik

panorama

inforegio

29

Frühjahr 2009

Kreativität und Innovation

Antriebskräfte für regionale Wettbewerbsfähigkeit

de

EDITORIAL

Danuta Hübner

3

ÜBERBLICK

4-7

Eine innovative und kreative Zukunft für Europa

8-11

INTERVIEW

12-13

ALLGEMEINES

Kulturhauptstadt Europas: Liverpool 2008

14-17

VOR ORT

Beschäftigen Sie den ganzen Menschen
- Kunst als Weg zu einem kreativen Arbeitsraum

18-19

GEMEINSAME BASIS

Kreativität und Innovation mit vereinten Kräften fördern

20

INFORMIEREN SIE SICH AUSFÜHRLICHER

21

HINTER DEN KULISSEN DER GD REGIO

Wie Politiken entstehen

22

IM MUSIKPARK, MANNHEIM

23

IM ZENTRUM FÜR NANOGESUNDHEIT

24-25

NETWORKING

Fünfte Konferenz Regionen für den wirtschaftlichen Wandel
- Netzwerke für Ergebnisse

26

LETZTE AUSGABEN, NÄCHSTE AUSGABEN

27

TERMINE

28

VERLEIHEN SIE IHRER STIMME GEHÖR

Fotos (Seiten):
Titelseite © EC

Pages 3, 4, 5, 8/9, 18, 19, 21, 24/25, 26 - © EC

Page 6/7 - © Conseil général de la Savoie

Pages 9, 11, 12/13, 27 - © iStockphoto

Pages 14-17 - © Peter Claesson

Page 22 - © Ivo Kljuce (Musikpark Mannheim GmbH).

Page 23 - © Tim Claypole

Herausgeber: Raphaël Goulet, Europäische Kommission, GD Regionalpolitik

Diese Zeitschrift wird in Deutsch, Englisch und Französisch auf Recyclingpapier gedruckt

und liegt unter folgender Adresse in 22 Amtssprachen der Europäischen Union vor:

http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/panora_de.htm

Die Beiträge in dieser Veröffentlichung geben die Ansichten der Verfasser und nicht notwendigerweise die Meinungen der Europäischen Kommission wider.



Wir leben in einer lebendigen EU mit einem Reichtum an Vielfalt, die vor kreativer Energie und innovativen Ideen sprüht. Wie ein Konferenzredner kürzlich erklärte, sind Regionen ‚groß genug, um ins Gewicht zu fallen, und klein genug, um sich darum zu kümmern‘ und damit in einer idealen Ausgangslage, um diesen natürlichen Reichtum zu bewahren und alles dafür zu tun, ihn zu fördern.

Diese Ausgabe von Panorama unterstreicht die Bedeutung der Kreativität und Innovation für ein gesundes und wohlhabendes Europa – ein Ziel, das die Kommission als Ganze mit der Erklärung 2009 zum Jahr der Kreativität und Innovation anerkennt. Im Laufe des Jahres wird die Kommission Debatten anstoßen, wie Europas kreatives und innovatives Potenzial gesteigert und die Bedeutung von Kreativität und Innovation als wichtige Motoren für die persönliche, gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklung verstärkt ins Bewusstsein der Menschen gerückt werden können.

Die Debatte wirft Fragen auf. Wie definieren wir die Schlagwörter Kreativität, Innovation und Kultur? Wie hängen sie zusammen? Wie können Kultur und kreatives Denken Innovation fördern? Kunst und Wirtschaft – sind sie wie Wasser und Öl oder können sie sich gegenseitig beflügeln? Wie können wir Menschen helfen, ihre Fähigkeiten zur Kreativität und zu innovativem Denken zu entfalten? Welche Rolle spielt Bildung und lebenslanges Lernen, um unsere Bevölkerungen dynamischer, selbstbewusster und kreativer zu machen? Panorama widmet sich einigen der zentralen Fragen und befasst sich mit mehreren Projekten, die am besten zeigen, wie Kreativität und Innovation Wandel bewirken können.

Ich hoffe, dass die Ernennung des Jahres 2009 zum Jahr der Innovation und Kreativität uns ständig daran erinnern wird, dass wir unsere Bemühungen um Reformen und Innovationen ungebrochen fortsetzen müssen.

Vor dem Hintergrund des stetig wachsenden Wettbewerbs und der ersten globalen Herausforderungen sind innovative Praktiken und kreative Lösungen ein Sprungbrett für Wachstum und Wohlstand in unseren Regionen und Ländern. Qualifikationen, Ideen, Prozesse: Alles zusammen genommen soll uns zu einem Wettbewerbsvorsprung verhelfen.

Europa sollte auf die gegenwärtige Wirtschaftskrise nicht mit einer Mittelkürzung in Fähigkeiten und Innovationen reagieren. Wir müssen das Vertrauen haben, dass wir uns auf die Qualität unserer Ideen und auf unsere Anpassungsfähigkeit verlassen können und gleichzeitig verfügbare öffentliche Mittel zielgerichteter einsetzen und bessere Ergebnisse liefern.

Danuta Hübner

Für Regionalpolitik zuständiges Mitglied der Europäischen Kommission

” Innovative Praktiken und kreative Lösungen sind ein Sprungbrett für Wachstum und Wohlstand in unseren Regionen und Ländern. “

EINE INNOVATIVE UND KREATIVE

ZUKUNFT FÜR EUROPA

2009 – Das Europäische Jahr der Kreativität und Innovation soll zum Umdenken darüber anregen, was Kreativität und Innovation bedeuten und wie sie zu unserer persönlichen, wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung beitragen. Das Konzept ist breit gefasst, die Begriffe sind schwer zu definieren, und auch wenn das Thema immer mehr Forscher anlockt, sind die Ergebnisse bislang noch schwierig zu quantifizieren. Eines steht jedoch fest: Wenn die EU wettbewerbsfähig bleiben und die allen Mitgliedstaaten gemeinsamen Werte voranbringen will, müssen diese Fragen ergründet werden.

Ideen definieren, politische Maßnahmen entwickeln

Innovation und die Wissenswirtschaft, der Übergang zu einer kreativen Wirtschaft, Bildung für Kreativität und Innovation, Kreativität und Innovation im öffentlichen Sektor, kulturelle Vielfalt als Medium für Kreativität und Innovation, die Herausforderungen der nachhaltigen Entwicklung, das Potenzial kreativer und kultureller Industrien – all diese Themen sollen im Rahmen einer Reihe von Debatten, die im Laufe des Jahres stattfinden, erörtert werden.

Während diese Schlüsseldebatten in Brüssel anlaufen, werden die Regionen der EU im Jahr der Kreativität und Innovation daran arbeiten:

- engere Beziehungen zwischen Kunst, Wirtschaft, Schulen und Universitäten zu knüpfen;
- durch Zusammenarbeit mit der Geschäftswelt bei jungen Leuten das Bewusstsein für Unternehmertum zu schärfen und
- Innovationskapazität in öffentlichen und privaten Organisationen und Unternehmen zu entwickeln.

Um das Interesse der Öffentlichkeit an diesen Themen wach zu halten, werden prominente Persönlichkeiten aus ganz Europa als Botschafter des Jahres fungieren. Viele dieser Personen, die beispielsweise aus der Welt der Musik, der wissenschaftlichen Forschung und der Architektur bekannt sind, haben ihre Vorstellungen darüber, was unter „Kreativität und Innovation“ zu verstehen ist, auf der speziellen Website des Jahres veröffentlicht.

Europas Wettbewerbsfähigkeit bewahren

Kreative Ideen und innovative Lösungen sind von entscheidender Bedeutung, um Europa zu helfen, aus dem Schatten der Ende 2008 ausgebrochenen Wirtschaftskrise zu treten. „Die Förderung von Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung in Europa erfordert

gerade angesichts des prekären Wirtschaftsklimas neue Ideen und fortschrittliches Denken“, erklärt die für Regionalpolitik zuständige Kommissarin Danuta Hübner.

Die grundlegende Politik der EU ist die Lissabon-Strategie für Wachstum und Beschäftigung. Das Jahr wird den Schwerpunkt auf Vorstellungskraft, Kultur, Kreation und Innovation verstärken, um die in der Strategie enthaltenen Ziele voranzubringen.

Es besteht jedoch die Gefahr, dass öffentliche und private Unternehmen zu einem Zeitpunkt, da sie den Gürtel enger schnallen, auch ihre Budgets für Aktivitäten kürzen werden, deren Ergebnisse schwer zu quantifizieren sind und sich erst nach einer gewissen Zeit bezahlt machen. „Europa sollte nicht auf die Krise reagieren, indem es seine Investitionen in Kompetenzen und Innovation verringert. Wir müssen das Vertrauen haben, uns auf die Qualität unserer Ideen und unsere menschliche Anpassungsfähigkeit zu verlassen. Gleichzeitig müssen wir natürlich dafür sorgen, dass die verfügbaren öffentlichen Mittel effizienter verwendet werden und bessere Ergebnisse bringen“, warnt Kommissarin Hübner.





Die heute ausgezeichneten innovativen Projekte veranschaulichen beispielhaft, wie wirkungsvoll die Kohäsionspolitik sein kann, und dienen anderen europäischen Regionen als Vorbild
die für Regionalpolitik zuständige Kommissarin Danuta Hübner.

Da die EU über ihre strategische Ausrichtung für das nächste Jahrzehnt und darüber hinaus nachdenkt, fordert sie uns auf, darüber nachzudenken, was wir unter Kreativität und Innovation verstehen und wie sich diese auf allen Ebenen – politisch, beruflich und persönlich – fördern lassen.

RegioStars-Preise für die innovativsten Projekte Europas

Mit der Verleihung der RegioStars-Preise 2009 am 16. Februar in Brüssel wurden die klügsten und besten Ideen aus der gesamten EU – von Wallonien bis zur Réunion – anerkannt.

Vom EFRE kofinanzierte Projekte wetteiferten um den Rang des innovativsten Vorhabens in ihrem Bereich. Sie waren in drei Kategorien unterteilt: Forschung, technologische Entwicklung und Innovation; Anpassung an den Klimawandel bzw. Abmilderung seiner Auswirkungen und Radio- oder Fernsehspots, die den Akzent auf den Beitrag der Kohäsionspolitik legen.

Diple Printing Technologies aus Wales und Cenaero Research aus Wallonien (Belgien) wurden beide in der Kategorie Innovation ausgezeichnet. Diple erhielt den Preis für seine erfolgreiche Forschung über innovativen Industriedruck mit reduzierten Umweltauswirkungen. Die gewonnenen Erkenntnisse wurden dann an die Druckindustrie in Wales, einen der wichtigsten Sektoren in der Region, weitergeleitet.

Cenaero Research ist ein Exzellenzzentrum, das wallonische Raumfahrtunternehmen bei ihren Innovationsbemühungen unterstützt und ihnen Fachwissen im Bereich der numerischen Simulation und von Modellierungsmethoden verfügbar macht.

Die Zentrale für photovoltaische Stromerzeugung in einer tropischen Umgebung, Insel Réunion, Frankreich, wurde Sieger in der Kategorie Klimawandel. Das Projekt nahm die Herausforderung an, die Solarzellentechnologie an die schwierigen Verhältnisse auf einer tropischen Insel mit sehr wenig flachem, offenem Land anzupassen. Durch die Entwicklung von Lösungen für die Probleme aufgrund der extrem hohen Windgeschwindigkeit – beispielsweise die Verwendung faltbarer Solarpanels – und des Mangels an offenem Raum, der durch die Installation von Panels auf überdachten Mülldeponien wettgemacht wurde, hat das Projekt der Insel zu mehr Selbstversorgung mit Strom verholfen.

„Kennen Sie... ESPA?“ war der Titel des öffentlichen Informationsspots, der in der Kategorie Radio- oder Fernsehspots ausgezeichnet wurde. In dem vom griechischen Wirtschaftsministerium entworfenen Kurzfilm, in dem ein bekannter Schauspieler auftrat, wurde erläutert, wie die Prioritäten der Kohäsionspolitik in Griechenland verwirklicht werden.

„Die heute ausgezeichneten innovativen Projekte veranschaulichen beispielhaft, wie wirkungsvoll die Kohäsionspolitik sein kann, und dienen anderen europäischen Regionen als Vorbild“, erklärte die für Regionalpolitik zuständige Kommissarin Danuta Hübner.

STOFF ZUM NACHDENKEN

„Kreativität kann als die eigentliche Quelle der Innovation betrachtet werden – das heißt, kreative Ideen in Produkte oder Dienstleistungen umzuwandeln. In diesem Sinne ist immer Kreativität mit im Spiel, wenn Innovation zu wirtschaftlichen Ergebnissen führt.“
Hübner – Regionen für den wirtschaftlichen Wandel, 2009

„Ein entscheidender Faktor für künftiges Wachstum ist die vollständige Erschließung des innovativen und kreativen Potenzials der europäischen Bürger, das auf der europäischen Kultur und den hervorragenden Leistungen der europäischen Wissenschaft beruht.“
Schlussfolgerungen des Ratsvorsitzes, Europäischer Rat, 13.-14. März 2008

„Kreativität und Innovation können ohne Achtung der kulturellen Vielfalt, die selbst eine Quelle der Kreativität und Innovation ist, nicht zu einer nachhaltigen Wirtschaft führen.“
für Bildung, Kultur und Jugend – Regionen für den wirtschaftlichen Wandel, 2009

Die Studie „The Economy of Culture“ (Kulturwirtschaft / KEA) bot eine lebhaft Darstellung des facettenreichen Potenzials des Kultursektors: 2004 waren insgesamt 5,8 Millionen in der damaligen EU-25 in diesem Bereich beschäftigt (3,1 % der gesamten beschäftigten Bevölkerung in der EU-25); auf diesen Sektor entfielen 2,6 % des BIP der Union, was einem Umsatz von €654 Milliarden entspricht. In der gleichen Studie wurde auch erklärt, dass die wirtschaftliche Funktion der Kultur auf regionaler/ lokaler Ebene von größter Bedeutung ist, da Kultur kreative Pole entstehen lässt und die lokale Entwicklung fördert (z. B. Festivals, Kulturtourismus).

Innovation und Kohäsionspolitik – die bisherige Geschichte

„Die Regionen sind äußerst wichtige Handlungsebenen, wenn es darum geht, zur Unterstützung der Wirtschaftsentwicklung Innovation und Kreativität einzuführen. Sie sind groß genug, um ins Gewicht zu fallen, und klein genug, um sich darum zu kümmern. Regionen und Städte sind die wesentlichen Antriebskräfte.“ Rudolf Niessler, Direktor bei der GD Regio, Regionen für den wirtschaftlichen Wandel, 2009.

Die europäische Innovationspolitik hat sich im Laufe der Zeit entwickelt. In den 70er Jahren legte sie den Schwerpunkt auf FuE, in den 80er Jahren auf Wissenstransfer. In den 90er Jahren wurde erkannt, dass Innovation kein linearer Prozess (Forschung - Entwicklung - Verwertung), sondern das Ergebnis eines komplexeren Zusammenspiels ist, an dem ein Netzwerk von Akteuren, unter anderem Universitäten, Forscher, Behörden und Unternehmen, mitwirkt.

Im Rahmen des kohäsionspolitischen Programms 2007-2013 wird Innovation als das allumfassende Mittel zur Verwirklichung eines nachhaltigen Wachstums betrachtet. Es beinhaltet die Idee, Aktivitäten-Cluster zu fördern, um Potenzial zu maximieren – zahlenmäßige Stärke.

Wie Innovation von kohäsionspolitischer Unterstützung profitiert hat

Die Kohäsionspolitik unterstützt Innovation durch die von den Strukturfonds aufgebrachte Kofinanzierung und die Entwicklung einer regionalen Governance auf der Grundlage einer Politik, die selbst innovativ ist und eine Mischung aus Partnerschaft, programmierter strategischer Entwicklung und Evaluierung darstellt. Die Verordnungen, denen der Europäische Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) unterliegt, gehen in vier Artikeln ausführlich auf Innovation ein.

2006 rief die Kommission zu einem stärker integrierten Ansatz zur Innovation auf und bestimmte neue Aktionsbereiche. Im Anschluss

daran forderte das Europäische Parlament, dass ein erheblicher Anteil der Fördermittel aus den Strukturfonds in Wissen, Innovation und Ausbildung investiert werden sollte.

Es kann jedoch eine Weile dauern, bevor innovative Methoden sich entwickeln und ihre Früchte tragen. Da sie voraussetzt, dass gewisse Risiken eingegangen werden, und ihre Ergebnisse schwer zu quantifizieren sind, braucht man Zeit und Sicherheit. Indem Behörden in die Lage versetzt werden, mittel- und langfristige Programme durchzuführen, kann man für verschiedene Aspekte der wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung eine integrierte Unterstützung entwickeln. So kann man beispielsweise Unternehmer und Wissenschaftler oder Erziehungspsychologen und lokale Behörden zusammenbringen und ihnen Zeit geben, auf innovative Weise zusammenzuarbeiten. Die mittel- bis langfristige Förderung macht die notwendige strategische Planung möglich.

Die kohäsionspolitischen Programme, die den Fokus auf die regionale Ebene richten, sind besonders wirksame Träger zur Förderung der Innovation, da Regionen die Nähe bieten, die entscheidend ist, um das Zusammenwirken von Erzeugern, Nutzern und Vermittlern von Wissen zu stimulieren.

Der Beitrag der Kultur zur Kohäsion – ein wichtiger Faktor für Kreativität und Innovation in Europa

Während Innovation oft als Mittel begrüßt wird, zu einer nachhaltigen Gesellschaft mit mehr Zusammenhalt zu gelangen, so verlangt sie doch Veränderungen, was beiden Menschen Beunruhigung auslösen kann. Als Instrument für sozialen und territorialen Zusammenhalt hilft Kultur, ein Gleichgewicht zwischen Tradition und Innovation zu schaffen; so ermöglicht sie den Dialog zwischen Kulturen und Generationen und sorgt für eine bessere Integration in multikulturellen Gesellschaften.

Fast 30 % der FuE-Ausgaben in der EU-27 sind derzeit in 12 Regionen konzentriert; sechs davon befinden sich in Deutschland, zwei in Frankreich und jeweils eine in Belgien, Dänemark, Italien und Schweden.

Die 15 Spitzenregionen, die mindestens 3,5 % ihres BIP für Forschung und Entwicklung aufwenden, befinden sich in Deutschland (6), Schweden (4), Finnland (3), Frankreich (1) und im Vereinigten Königreich (1).

Mehr als 86 Milliarden € bzw. 25 % der gesamten Strukturfondsmittel werden für die Innovationsagenda bereitgestellt, die Forschung und Innovation, IKT-Nutzung, Maßnahmen im Zusammenhang mit Unternehmertum und Innovation am Arbeitsplatz umfasst.

Weitere 6 Milliarden € wurden für kulturelle Infrastrukturen, Dienstleistungen und die Erhaltung des Kulturerbes bereitgestellt.



Als Katalysator für Wirtschaftsentwicklung kann die Kultur zur städtischen Entwicklung und Erneuerung und zu lokalem Wachstum und Beschäftigung beitragen.

Den von der Kohäsionspolitik unterstützten regionalen und lokalen Strategien ist es gelungen, Kultur in die Förderung von Innovation und Kreativität in verschiedenen Bereichen zu integrieren, wie zum Beispiel:

- Kulturerbe
- Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus
- sozioökonomische Entwicklung, die Partnerschaften zwischen

Ein Bergwächter

Wenn Sie durch die gewaltige Landschaft der französisch-italienischen Alpen wandern, ist es nicht immer das Werk der Natur, das Ihnen den Atem verschlägt – gelegentlich ist es auch Menschenwerk. Riesige befestigte Anlagen erheben sich über Klippen und Felsen und nutzen die natürlichen Vorteile der Topographie – dramatische Andenken an turbulente Zeiten.

Die Mittel zur Erhaltung dieser Anlagen aufzubringen, ist eine ernste Herausforderung. Kulturtourismus kann allerdings dazu beitragen, das Problem zu lösen.

Ein 2000-2006 im Rahmen von INTERREG IIIA gefördertes Projekt, das ein Netzwerk von Akteuren aus dem öffentlichen und privaten Sektor in den beiden Ländern zusammenbrachte, hat diesen imposanten Bauwerken die gebührende Ehre erwiesen. Es organisierte Ausbildungskurse und Seminare für die Teilnehmer und unterstützte grenzübergreifende Vernetzung, um Verwalter über die neuesten Erkenntnisse im Bereich von Landschaftsschutz und Kulturtourismus auf dem Laufenden zu halten. Das Projekt hat nicht nur Landschaften und Ortschaften geholfen, umfassend vom Tourismus zu profitieren, sondern auch Forschung über die Architektur, Geschichte und Anthropologie, die zur Entstehung dieser Anlagen geführt haben, unterstützt.

dem kreativen Sektor, der Industrie, Forschung und anderen Bereichen beinhaltet, und

- Wiederbelebung lokaler Wirtschaften durch die Verbesserung der kulturellen Infrastruktur und von Kulturdienstleistungen.

Aus verschiedenen Beispielen vor Ort bildet sich ein Mosaik regionaler Strategien heraus, in denen Kultur als Instrument für lokale und regionale Entwicklung und sozialen Zusammenhalt benutzt wurde. Eine unabhängige Studie, die in den kommenden Monaten von der Kommission gestartet werden soll, wird mithelfen, den Beitrag der Kultur zur wirtschaftlichen Entwicklung von Europas Regionen und Städten mithilfe der europäischen Kohäsionspolitik konkreter darzustellen.

Jede weitere Erforschung der positiven Beziehungen zwischen Kultur, Kreativität, Innovation und der breiteren Wirtschaft ist sicherlich zu begrüßen. Obwohl klar ist, dass der kulturelle und der kreative Sektor Innovation in anderen Wirtschaftsbereichen voranbringen können, stellen sich drei Fragen:

- Wie kann Kultur zur Entwicklung kreativer Fähigkeiten im Rahmen des lebenslangen Lernens beitragen?

- Wie kann Kultur zur Entwicklung kreativer Lösungen am Arbeitsplatz – auch durch soziale Innovation – beitragen?
- Wie kann Kultur zur Schaffung neuer Dienstleistungen und Produkte beitragen?

Regionen 2020 – Die Rolle von Kreativität und Innovation bei der Bewältigung der kommenden Herausforderungen

„Die Fähigkeit, neue Ideen zu entwickeln und in innovative Produkte und Dienstleistungen umzusetzen, ist für die regionale Entwicklung von hoher Bedeutung.“ Katarina Mathernova, Stellvertretende Generaldirektorin, GD Regio.

Angesichts der Turbulenzen an den globalen Finanzmärkten und der Unvorhersehbarkeit der veränderlichen Dynamiken, die an der Schwelle zu einem neuen Jahrzehnt in der EU am Werk sind, ist es notwendig, die Herausforderungen, mit denen Europa konfrontiert ist, zu analysieren.

Regionen 2020 nennt vier wesentliche Herausforderungen, die sich nur durch kreatives und innovatives Denken bewältigen lassen:

• Globalisierung

Der wissenschaftliche und technologische Fortschritt wird durch die Globalisierung vorangetrieben, was bedeutet, dass Innovation und Wissen wichtiger sind als je zuvor. Die Öffnung neuer Märkte schafft neue Chancen, stellt aber auch Europas Fähigkeit, sich dem strukturellen Wandel anzupassen und mit den daraus resultierenden sozialen Folgen fertig zu werden, auf die Probe. Die Umwandlung in eine Wirtschaft, die auf Wissen und Dienstleistungen beruht, ist ebenso grundlegend wie zuvor der Übergang von der Landwirtschaft zur Industrie.

• Demografischer Wandel

Die Alters- und Beschäftigungsstruktur unserer Gesellschaft wird sich verändern. Wirtschaftliche Effizienz und Altersgleichstellung entwickeln sich zu immer dringlicheren Fragen; dafür werden innovative Lösungen benötigt. Die Art und Weise, wie wir mit den Problemen, die sich in den früheren Phasen der EU-Entwicklung gestellt haben, umgegangen sind, muss angesichts der veränderlichen Natur der Probleme selbst geändert werden. Migrationsprobleme werden ebenfalls einen innovativen Ansatz erfordern, da der Druck auf die ärmsten Regionen der Welt aufgrund des Klimawandels und der Knappheit der natürlichen Ressourcen wächst.

• Klimawandel

Die Auswirkungen des Klimawandels stehen im Mittelpunkt der europäischen Agenda. Um die Folgen zu lindern, indem Treibhausgase bekämpft und Anpassungen an die unvermeidlichen Änderungen, die uns bevorstehen, vorgenommen werden, brauchen wir dringend alle nur denkbaren kreativen und innovativen Lösungen.

• Sichere, nachhaltige und wettbewerbsfähige Energiequellen

Angesichts des beschränkten Angebots, verbunden mit einer steigenden Nachfrage und der ökologischen Notwendigkeit, Kohlenstoffemissionen zu senken, sind innovative Lösungen gefragt.

Wir müssen die Politikbereiche Umwelt, Energie, soziale Angelegenheiten, Wirtschaftsentwicklung, Bildung, Innovation und Kultur auf kreative und innovative Weise miteinander verknüpfen, um die vor uns liegenden Herausforderungen zu bewältigen.

DIRK AHNER

Europäische Kommission, Generaldirektor, Regionalpolitik

Kürzlich vertrat ein Redner auf einer Konferenz die Meinung, die EU könne in einer globalisierten Welt nicht mehr nur allein aufgrund ihrer Produktivität wettbewerbsfähig sein. Innovation und Kreativität seien nun die Schlagwörter. Würden Sie dem zustimmen?

Ja, damit stimme ich überein. Wenn wir weiter in einer stetig globalisierten Welt wettbewerbsfähig sein wollen, werden wir auf eine größere wissensbasierte Wirtschaft Kurs nehmen müssen. Leider hat es heute den Anschein, dass Europas Innovationskluft stets breiter wird, verglichen mit seinen europäischen Konkurrenten. Ein Teil des Problems könnte darin bestehen, dass es der EU häufig nicht gelingt, technologische Entwicklungen in kommerzielle Produkte und Verfahren umzuwandeln. Dies erfordert Maßnahmen an vielen Fronten: höhere Investitionen in Forschung und Entwicklung, Förderung von Innovation durch neue oder verbesserte Produkte, Verfahren und Dienstleistungen, die internationalem Wettbewerb standhalten können, und größere Unterstützung für die kreativen und innovativen Sektoren der Wirtschaft. Darüber hinaus hat sich bereits in vielen Fällen herausgestellt, dass Zusammenarbeit und Bürgernähe ausschlagende Faktoren für die Förderung von Kreativität und Innovation sind. Aus diesem Grund können und sollten Politiken für regionale Entwicklung eine wesentliche Rolle als Motoren des Fortschritts spielen.

Was könnte getan werden, um Kreativität und Innovation in Ihrem Bereich auf europäischer, nationaler und regionaler Ebene zu fördern?

Kreativität und Innovation stehen im Zentrum unserer Bemühungen, schnelleres Wachstum und mehr Beschäftigung zu fördern. Auf dem Gebiet der europäischen Kohäsionspolitik wurde Innovation als eine politische Priorität mit einem nie da gewesenen hohen Stellenwert anerkannt. Ein großer Schwerpunkt der europäischen kohäsionspolitischen Programme 2007-2013 liegt auf Innovation. Im Programmplanungszeitraum 2007-2013 werden sich die Investitionen in Innovation gegenüber dem vorangegangenen Programmplanungszeitraum (2000-2006) verdreifachen. Die Kohäsionspolitik wird zu FE&I mit circa 86 Milliarden € beitragen – ein Viertel der Gesamtmittel der Kohäsionspolitik. Ein Großteil dieses Geldes wird für die Förderung von Netzwerken, der Zusammenarbeit und der Clusterbildung aufgewandt. Da Innovation der Schlüssel dafür ist, einen Wettbewerbsvorteil in der globalen Wirtschaft zu erzielen und aufrechtzuerhalten, kann dieses massive kohäsionspolitische Instrument den wirtschaftlichen und sozialen Umbau der europäischen Regionen, und der EU als Ganze, anregen, beschleunigen und unterstützen. Ein wichtiges Element in diesem Kontext ist die Zusammenarbeit der Regionen, auch über die Grenzen

hinaus. Funktionale Gebiete wie Industriegebiete oder Cluster sollten in ihrer Entwicklung über die Grenzen zwischen Regionen und Ländern nicht behindert werden. Genau darum geht es bei der europäischen Integration. Territoriale Zusammenarbeit in Form einer grenzüberschreitenden Zusammenarbeit zwischen Kleinstregionen an einer Grenze oder transnationale Zusammenarbeit innerhalb einer Großregion wie des Ostseeraums können dazu beitragen, Kreativität und Innovation durch mannigfaltige Kontakte, Austauschaktivitäten und gemeinsame Entwicklungsprojekte anzuregen.



Welche andere Möglichkeiten haben Regionen, wenn sie enger zusammenarbeiten wollen, um Kreativität und Innovation zu fördern?

Die Verpflichtung zur Kreativität und Innovation geht über das rein Finanzielle hinaus. Die europäische Kohäsionspolitik will die Zusammenarbeit fördern, indem sie ein breites Netzwerk in allen Regionen Europas zum Austausch von Erfahrungen und bewährten Praktiken fördert, und neue Chancen entwickelt. Zu den neuen Initiativen gehören die Netzwerke der Regionen für den wirtschaftlichen Wandel, die errichtet wurden, um den Erfahrungsaustausch in Bezug auf Innovationsförderung anzuregen. Eines der Hauptthemen der Regionen für den wirtschaftlichen Wandel hat in der Tat Wissen und Innovation im Dienste von Wachstum verbessert. Im Rahmen der Initiative ist es für uns wichtig, dass die Lehren aus der Vergangenheit und die in den Netzwerken entwickelten Ideen Eingang in die Programme der regionalen Entwicklung finden und in konkretes Handeln umgesetzt werden.

„Politiken für regionale Entwicklung können und sollen eine wesentliche Rolle als Motoren des Fortschritts spielen.“



KARL-HEINZ BRANDENBURG

Professor und MP3-Erfinder

Karlheinz Brandenburg, einer der Botschafter des Jahres der Kreativität und Innovation, ist Forscher im Bereich Informations- und Kommunikationstechnologie, Leiter des Forschungsbereichs „Elektronische Medientechniken“ und Direktor des Fraunhofer Instituts für Digitale Medientechnologie (IDMT). Professor Brandenburgs Arbeit führte zur Entwicklung von MPEG Layer-3 (MP3), MPEG-2 Advanced Audio Coding (AAC) und vielen anderen modernen Audiocodierungsverfahren.

Kürzlich vertrat ein Redner auf einer Konferenz die Meinung, die EU könne in einer globalisierten Welt nicht mehr nur allein aufgrund ihrer Produktivität wettbewerbsfähig sein. Innovation und Kreativität seien nun die Schlagwörter. Würden Sie dem zustimmen?

Diese Aussage ist schon seit langem richtig. In einer globalisierten Wirtschaft ist Europa weder die Region, die natürliche Ressourcen besitzt, noch ist es länger der Workshop der Welt. Nur die modernsten Technologien und innovative Ideen werden es Europa ermöglichen, in der globalen Wirtschaft konkurrenzfähig zu sein. Diese neuen Ideen sind der Reichtum unseres Kontinents – ganz gleich ob für Produkte oder Dienstleistungen.

Es gibt Studien, die belegen, dass heute viele Unternehmen einen großen Anteil ihrer Verkäufe sogar mit Produkten erzielen, die erst vor fünf Jahren entwickelt wurden. In einigen Bereichen werden Unternehmen bereits getrennt in Unternehmen, die nur entwickeln und Ideen verkaufen, und Unternehmen, die diese herstellen und solche, die diese Produkte vermarkten, häufig unter ihrem eigenen Markennamen. Im Rahmen dieser internationalen Arbeitsteilung ist es wichtig, sowohl zu Ideen als auch zu Innovationen bestmöglich beizutragen.

Was könnte getan werden, um Kreativität und Innovation in Ihrem Bereich auf europäischer, nationaler und regionaler Ebene zu fördern?

Wir müssen global denken und Kreativität und Innovation fördern. Dies geschieht auf vielen Ebenen: Dazu gehören das Schulsystem ebenso wie Weiterbildungseinrichtungen und Universitäten. In diesem Bereich liegen wir zurück, wir können nicht kreativer und innovativer als andere sein. Kreativität und Innovation ist auch Mentalitätssache: Jene, die nur über ihre eigenen Spezialgebiete Bescheid

wissen und sie voranbringen möchten, werden scheitern. Wichtig für die Kreativität ist, über den Tellerrand hinauszuschauen, über Schubladendenken hinauszugehen.

Wissenschaft ist seit langem global. Wissenschaftliche Veröffentlichungen sind weltweit zugänglich, und Wissenschaftler haben schon immer weltweit zusammengearbeitet. Wir müssen diesen Arbeitsstil fördern und nationalen Stolz beiseite schieben – denn das wird unseren eigenen Interessen auf regionaler, nationaler oder europäischer Ebene am besten dienen. Forschung und Entwicklung und die Kreativindustrien müssen über unsere Regionen hinaus gefördert und in stärkerem Maße als heute von der Gesellschaft anerkannt werden. Das „Jahr der Kreativität und Innovation“ trägt dazu bei, das Bewusstsein für diese Erfordernisse zu schärfen, doch darüber hinaus müssen wir auch die richtigen Prioritäten für Bildung und Forschung setzen.

Ist Kreativität eigentlich nicht etwas für Künstler? Warum ist sie für Ingenieure wie Sie ein Thema?

Auch für Ingenieure ist es wichtig, über den eigenen Tellerrand zu schauen. In der Ingenieurwissenschaft geht es um die Entwicklung von Technologien, die dem Menschen helfen und die unser Leben erleichtern und lebenswerter machen sollen. Würde ich einfach immer nur dem gleichen Pfad folgen, würde die Sache langweilig, und es wäre nicht länger wirklich möglich, die Probleme, denen wir heute gegenüberstehen, zu lösen. Auf den Punkt gebracht: So lange die Grundgesetze der Physik nicht angetastet werden, ist die Antwort „Es kann nicht getan werden“ inakzeptabel. Ingenieure müssen immer darauf vorbereitet sein, unerwartete Antworten auf altbekannte Probleme zu finden – das ist Erfindung. Nebenbei bemerkt sind viele Ingenieure auch auf künstlerischem Gebiet kreativ, viele meiner Kollegen am Fraunhofer Institut spielen ein Musikinstrument.

Nur die modernsten Technologien und innovative Ideen werden es Europa ermöglichen, in der globalen Wirtschaft konkurrenzfähig zu sein.



ODILE QUINTIN

Generaldirektion, Europäische Kommission, Generaldirektion Bildung und Kultur



Kürzlich vertrat ein Redner auf einer Konferenz die Meinung, die EU könne in einer globalisierten Welt nicht mehr nur allein aufgrund ihrer Produktivität wettbewerbsfähig sein. Innovation und Kreativität seien nun die Schlagwörter. Würden Sie dem zustimmen?

Innovation und Kreativität sind der Schlüssel für unseren Lebensstandard in der Zukunft. Europa muss erfindungsreicher werden, mehr innovieren und besser auf Markttrends reagieren. Dies wurde auf höchster politischer Ebene bestätigt. Seit mehreren Jahren wird nun eine breit angelegte Innovationsstrategie für die Europäische Union umgesetzt, und bisher konnten beachtliche Fortschritte in dieser Richtung erzielt werden.

Die Fähigkeit zur Innovation hängt von einer Vielzahl von Faktoren ab. Kreativität ist ein Faktor, der indes noch nicht umfassend ausgeschöpft ist. Die Verknüpfung „Kreativität-Innovation“ erfordert intelligente Investitionen, die neue, nachhaltige Lösungen für unsere Wirtschaften und Gesellschaften hervorbringen können. Dies ist die Schlüsselbotschaft des Europäischen Jahres der Kreativität und Innovation. Vor dem Hintergrund der gegenwärtigen Finanzkrise gewinnt diese Botschaft an Bedeutung.

Was könnte getan werden, um Kreativität und Innovation in Ihrem Bereich auf europäischer, nationaler und regionaler Ebene zu fördern?

Zur Entwicklung eines kreativitäts- und innovationsfreundlichen Umfelds müssen wir die Maßnahmen auf allen Ebenen der Governance verstärken. Öffentliche und private Stakeholder müssen in diesen Prozess einbezogen werden.

Kreativität ist mehr als der kulturelle/kreative Sektor, und Innovation ist mehr als F&E. Wir müssen Partnerschaften zwischen so verschiedenen Bereichen wie Kultur, Bildung, Forschung, Technologie, Industrie und öffentliche Dienstleistungen anregen. Wir müssen die Fähigkeiten für eine innovationsfreundliche Gesellschaft ausbauen.

Gemeinschaftsinstrumente unterstützen die Bildung von Unternehmensclustern als Vehikel für Kreativität und Innovation ebenso wie für Mobilität und Wissenstransfer. Die gleiche Unterstützung ist auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene erforderlich.

Es sind konkrete Beweise notwendig, um eine nachhaltige und wirksame Strategie für Kreativität und Innovation aufzubauen.

Mit der Einführung der neuen Phase der Lissabon-Strategie für Wachstum und Beschäftigung 2008-2010 bestätigten die führenden EU-Politiker, dass die umfassende Entwicklung des Innovations- und Kreativitätspotenzials der europäischen Bürgerinnen und Bürger auf der Grundlage europäischer Kultur und wissenschaftlicher Exzellenz ein Faktor für zukünftiges Wachstum ist. Wie sehen Sie diese Verknüpfung zur Kultur als Motor für Kreativität und Innovation?

Kultur bezieht sich nicht nur auf die Künste, sondern auch auf Wissenschaft, Bildung, Industrie und die breitere Wirtschaft. Kultur- und Kreativindustrien tragen dazu bei, Forschung, Produktentwicklung und Serviceinnovation, Marketing und Kommunikation, „City-Branding“ oder Gemeinschaftsbildung zu fördern. Sie nutzen Netzwerke und Partnerschaften, in denen Querschnittsqualifikationen gefragt sind; sie stellen ein neues Wachstumsmodell in einer globalisierten Welt dar. Beispiele aus Städten und Regionen in ganz Europa zeigen, wie Kultur innerhalb eines integrierten Ansatzes für die nachhaltige Entwicklung in Wirtschaft und Gesellschaft genutzt werden kann.

Die Herausforderung besteht darin, wie positive überschüssige Wirkungen, die die Kultur hervorbringt, ausgeschöpft werden können. Wir benötigen zielgerichtete Strategien auf allen Ebenen der Governance, welche die Verknüpfung zwischen Kultur, Kreativität, Innovation und sozioökonomischer Entwicklung optimal nutzen. Raum schaffen für Kultur in unseren eigenen Politiken bedeutet Raum schaffen für Kreativität und Innovation.

” Die Herausforderung besteht darin, wie positive überschüssige Wirkungen, die die Kultur hervorbringt, ausgeschöpft werden können. “



JAMIE OLIVER

Chefkoch



Jamie Oliver ist ein international berühmter Koch und Gründer der Restaurantkette Fifteen. Fifteen ist eine eingetragene Wohlfahrtseinrichtung, in der junge Menschen, die eine zweite Chance brauchen, eine Lehre machen können, um ihren Platz in der Gesellschaft zu finden. Der Starkoch, der regionale Fördermittel für Fifteen in Cornwall erhielt, ist auch die treibende Kraft in der britischen Kampagne für Gesundes Essen in Schulen.

Kürzlich vertrat ein Redner auf einer Konferenz die Meinung, die EU könne in einer globalisierten Welt nicht mehr nur allein aufgrund ihrer Produktivität wettbewerbsfähig sein. Innovation und Kreativität seien nun die Schlagwörter. Würden Sie dem zustimmen?

Ich bin kein Politiker, und ich würde mir nicht anmaßen, ein Experte auf diesem Gebiet zu sein. Alles, was ich weiß ist, dass man egal, in welcher Branche man arbeitet, sich immer anpassen, verbessern und, ja, auch innovieren muss. Aber Innovation macht keinen Sinn, wenn das Produkt von schlechter Qualität ist. Wenn wir ein neues Unternehmen gründen, fragen wir uns immer, wie wir andere überbieten können. Wie können wir sicherstellen, dass die Leute die Qualität, das Preis-Leistungs-Verhältnis unseres Produktes und die echte Kreativität, die in ihm steckt, schätzen und immer wieder auf uns zurückkommen?

Das ist wirkliche Kreativität, und wenn Sie dann noch eine Spitzenproduktivität hinbekommen, sind Sie auf der Gewinnerseite – jede erfolgreiche Restaurantküche funktioniert so ... alle Fifteen Restaurants sind so, auch das in Cornwall, dessen Innovationen seit Kurzem anerkannt und von der EU gefördert wurden ... diese Küche serviert über 80 000 Essen pro Jahr, seit der Eröffnung im Mai 2006 bis heute also eine viertel Million ... kreativ, innovativ, produktiv ... erfolgreich.

Über 200 Gerichte von Top-Qualität – dies ist eine beeindruckende Leistung in Sachen Produktivität, aber die Leute kommen nicht deshalb, ... sie erwarten, dass ... was sie wollen ist das, was sie persönlich auf ihrem Teller haben und das hat mit der Kreativität der Küche tun.

Was ist noch zu sagen? Fifteen ist ein lebendes Beispiel für Innovation in Aktion: Es gibt jungen Menschen in Not eine Chance im Leben – oft eine zweite Chance – und macht

sie zu Küchenchefs, die eine Ausbildung und gute Berufsaussichten haben. Dies hat größere Auswirkungen sowohl auf die lokalen Gemeinschaften in der Umgebung der Fifteen Restaurants als auch auf die Gastronomie im Allgemeinen.

Was könnte getan werden, um Kreativität und Innovation in Ihrem Bereich auf europäischer, nationaler und regionaler Ebene zu fördern?

Meiner Meinung nach glaubt man oft, einige Unternehmen oder Organisationen wären nicht in der Lage, zu Innovationen zu inspirieren – sie sind glücklich mit dem, wie es ist. Doch wenn harte Zeiten kommen, sind es genau die Unternehmen, die leiden. Ich glaube, dass in vielen Fällen Unternehmen sowie in manchen Fällen natürlich auch Regierungen Mitarbeiter anregen müssen, kreativ zu sein oder Mitarbeiter einstellen müssen, die kreativ sein können und frischen Wind in das Unternehmen bringen. Seien Sie mutig und haben Sie keine Angst, mit neuen Ideen zu experimentieren.

Europäisches Geld kann dabei helfen, ... „dazu befähigen“, so heißt das glaube ich im Jargon ... all das Geld und die vielen Talente ... ein ganzer Kontinent hervorragender Menschen kann davon profitieren. Werden Sie sich dessen bewusst, nehmen die Gelegenheit beim Schopf, nähren Sie den Gedanken, finanzieren Sie es ... und reißen Sie sich keine Haare aus, wenn es manchmal schief geht ... das kommt vor.

Wie würden Sie das Verhältnis zwischen Kreativität, Kultur und den Herausforderungen des Lebens in einer modernen Gesellschaft einschätzen?

Ich glaube, dass in einer modernen Gesellschaft Kreativität eher als Chance und weniger als Herausforderungen zu begreifen ist. Einige der britischen Unternehmer, die ich schätze – Paul Smith, Richard Branson, zum Beispiel, haben in einer Gesellschaft Erfolg, in der Kreativität Wert geschätzt wird, und ich denke, wir sollten mehr kreative Köpfe ermutigen, Ideen voranzubringen.

Heutzutage weiß die Öffentlichkeit sehr gut, was Kreativität im Alltag bedeutet – die Leute möchten gutes Design, intelligente Lösungen, sie achten darauf, was sie essen und trinken im Vergleich zu vor 20 Jahren ... sie wollen sich nicht mit Althergebrachtem begnügen. Sie leben im Zeitgeist.

„Egal, in welcher Branche man arbeitet, man muss sich immer anpassen, verbessern und, ja, auch innovieren.“

KULTURHAUPTSTADT EUROPAS: LIVERPOOL 2008

Die Welt in einer Stadt

Das Programm der Kulturhauptstadt geht auf das Jahr 1985 und Athen zurück. Seitdem darf jeweils ein EU-Mitgliedstaat in einem bestimmten Jahr eine Stadt in seinem Land auswählen und als Kulturhauptstadt vorschlagen. 2008 wurde Liverpool nominiert und wartete mit einem eindrucksvollen Programm mit dem Titel „The World in One City“ – Die Welt in einer Stadt – auf.

Liverpool erhielt EU-Mittel in Höhe von 1,5 Millionen €, die in Infrastrukturprojekte flossen. Das machte die Stadt wiederum auch für andere kommerzielle Investoren attraktiv und lässt langfristig auf größere Unternehmensneugründungen hoffen.

Liverpool profitierte in erheblichem Maße von den 1 405 Milliarden € aus dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE), die zwischen 1994 und 2006 im Ballungsraum Merseyside investiert wurden. Als Stadt, die vom wirtschaftlichen Niedergang bedroht war, entwickelte sich Liverpool zu einem pulsierenden Wirtschafts- und Kulturzentrum. Mithilfe der Fondsmittel konnte sich Liverpool erfolgreich um den Titel Europäische Kulturhauptstadt bewerben.

Zahlreiche der Kulturpartner, die 2008 Veranstaltungen organisierten, bleiben durch lokale Netzwerke weiterhin miteinander in Kontakt. Darüber hinaus entstehen neue Netzwerke zwischen den europäischen Kulturhauptstädten.

Eröffnungsveranstaltung

40 000 Besucher wohnten den Feierlichkeiten zur Eröffnung dieses einzigartigen Jahres in Liverpool bei. Der frühere Beatle Ringo Starr war der fulminante Höhepunkt eines elektrisierenden Abends mit Auftritten von 800 Interpreten.

Performing Arts

Begeisternde Musikveranstaltungen, einschließlich aller Stilrichtungen von Klassik und moderner Musik, fanden das ganze Jahr hindurch statt. Sir Paul McCartney kehrte zu seinen Wurzeln zurück und begeisterte die Besucher mit einem lang erwarteten Auftritt im Anfield Stadium gemeinsam mit anderen angesagten Bands aus Liverpool.

Visual Arts

In der gesamten Stadt war auf jeder möglichen Veranstaltung, zum Teil in Verbindung mit dem Kunstfestival Liverpool Biennale, bahnbrechende Kunst zu bewundern. In Kunstgalerien und Museen brachen neue Ausstellungen alle Besucherrekorde. Eine Klimt-Ausstellung in der Tate Liverpool entpuppte sich als regelrechter Besuchermagnet, und auch lebendige Straßenkunst erfreute sich großer Beliebtheit. Eine riesige mechanische Spinne verwandelte die Straßen, Kultfiguren präsentierten sich in unzähligen künstlerischen Aktionen, und überraschende Einblicke zogen den Blick nach drinnen oder draußen.

Übergang

Bis zum Jahresende hatte Liverpool seine Geschichte und Vergangenheit gefeiert, war Ort einer Vielzahl eindrucksvoller Kulturveranstaltungen und gerüstet, sich mit neuen Zukunftsvisionen auseinanderzusetzen. 2009 sind Vilnius und Linz die Kulturhauptstädte Europas.

Die Kultur in Liverpool steht im Mittelpunkt der Förderung der langfristigen Zukunft Liverpools als eines der besten Kulturziele in Europa.

Das neue Liverpool

Kleinunternehmen in Nordwest-England sind nach wie vor in verschiedene Unternehmensprogramme und -initiativen eingebunden und profitieren von dem positiven Image, das die Region erworben hat.

Laut einer Meinungsumfrage hielten 79 % der Einwohner Liverpool für „eine aufsteigende Stadt“.

Der größere Nutzen

Jedes Schulkind in Liverpool wirkte mit, 67 000 Kinder nahmen an Aktivitäten und Vorstellungen teil.

Unmittelbarer Nutzen für alle

Die Investitionen haben Liverpool wunderbare neue Einrichtungen beschert. 2008 erwirtschafteten die Echo Arena und das BT Convention Centre 216 Millionen € und haben bereits Buchungen bis 2014. Das Shoppingcenter Liverpool One, Bindeglied zwischen Stadtzentrum und Albert Dock und Symbol für eine rasante Entwicklung des Einzelhandels, erzeugte 2,16 Milliarden € während des Jahres.

Im Rahmen der vierjährigen Vorbereitung wurden bis 2008 11,89 Millionen € in sozial orientierte und öffentliche Kunstprojekte investiert. Das Creative Communities Programme legte zwischen 2004 und 2007 Themen für jedes Jahr fest, um die Vision der Stadt für 2008 als Kulturhauptstadt zu entwickeln.

Während des Jahres besuchten 15 Millionen Menschen kulturelle Veranstaltungen, die meisten standen in direktem Zusammenhang mit der Kulturhauptstadt. 70 % der Einwohner von Liverpool besuchten ein Museum oder eine Galerie.

Die Stadt verzeichnete einen Besucherstrom von 3,5 Millionen, die während ihres Aufenthalts 864 Millionen € ausgaben und 1 Million Hotelbetten buchten. Die Hotelbelegungen verzeichneten Rekordhöhen, sage und schreibe 80 % in einem Monat.

Viele der Besucher besuchten das Touristeninformationszentrum, The 08 Place, das für seinen hervorragenden Service selbst ausgezeichnet wurde. Die Besuche des Touristeninformationszentrums erreichten im Allgemeinen bis zu 150 %. Das Willkommens-Programm stellte über 5 000 Menschen vor Ort ein, um mit dem Tourismussektor zusammenzuarbeiten und den Kundenservice zu verbessern.

Weltweit wurden 12 000 Artikel über Liverpool geschrieben, die das Image der Stadt förderten und sie als Touristenziel attraktiver machten.

Alle Teile der Bevölkerung waren von der Atmosphäre verzaubert und engagierten sich. Die in Auftrag gegebenen Arbeiten und Veranstaltungen involvierten die Leute vor Ort, und es wurde sogar der Versuch gewagt, Dialoge über heikle Themen wie Kriminalität und soziale Ausgrenzung anzustoßen.

Das Programm für ehrenamtliche Arbeit motivierte 1 000 Menschen, die das Personal bei den Veranstaltungen unterstützten und Besucher über mögliche Aktivitäten, Veranstaltungen und Events informierten. Taxifahrer lernten in der Tate Liverpool etwas über Klimt, von denen sich manche sogar in Kurse für moderne Kunst einschrieben. Die Menschen verlangten von sich selbst ab, sich neuen Kunststilen durch alle möglichen Medienformen zu öffnen.

BESCHÄFTIGEN SIE DEN GANZEN MENSCHEN -

KUNST ALS WEG ZU EINEM KREATIVEN ARBEITSRAUM

Panorama ist zu Besuch in Schweden, wo ein Projekt kreative Bündnisse zwischen Künstlern und dem Arbeitsplatz aufbaut. TILLT vermittelt Künstler in Unternehmen und Organisationen, um den Arbeitnehmern zu helfen, kreative Lösungen für die Herausforderungen unserer Zeit zu entwickeln.

Wenn Sie durch die Flure eines Krankenhauses knapp außerhalb von Göteborg, Schweden, gehen, scheint alles so, wie Sie es erwarten würden. Auf den Böden spiegeln sich die Neonröhren an der Decke wider, während Personen in weißen Kitteln an Ihnen vorbeihasten. Wenn Sie sich jedoch ein paar Monate zuvor in den gleichen Fluren aufgehalten hätten, dann hätten Sie sich zu den Patienten und Mitarbeitern gesellt und zusammen mit ihnen voller Entzücken die Vorfürhungen des Tänzers/Choreografen Mattias Olaison rund um die Stationen angeschaut.

„Dadurch, dass wir uns mit seinen Augen gesehen haben, sind uns einige Dinge aufgefallen, mit denen wir zufrieden sind, und andere, die unserer Aufmerksamkeit entgangen waren“, sagte Marianne Olsson, Projektleiterin am Krankenhaus Angered's Närsjukhus.

„Er hat begriffen, worum es uns ging, und es uns deutlicher gemacht.“ Dieses Projekt, das Ergebnis einer zwei Monate langen Untersuchung rund um das Krankenhaus, ist ein Beispiel für TILLT in Aktion.

TILLT, ein in Göteborg ansässiges schwedisches Unternehmen, führt eine Vielzahl von Programmen durch, in deren Rahmen Künstler an die Arbeitsplätze von Arbeitnehmern geschickt werden. Die kurz-, mittel- oder langfristigen Programme haben eines gemein: Sie machen sich die Denkweise eines bestimmten Künstlers zunutze und sorgen dafür, dass diese sich in einem Arbeitsraum entfesseln kann, wodurch sie einen Anstoß für Veränderungen schaffen. Künstler, Bedürfnisse des Arbeitgebers, Ziele, Probleme, Länge des Programms – alle Elemente werden gewissenhaft aufeinander abgestimmt, was zu einer Erfahrung führt, die ebenso einmalig ist wie die daran beteiligten Menschen.

So tritt eine Veränderung ein. Eine Veränderung in der gegenseitigen Anerkennung, in der Kommunikation und der Art, wie an Unbekanntes herangegangen wird. Und eine Veränderung der Produktivitätsniveaus: Wie die vom Institute of Management Innovation and Technology (IMIT) in Göteborg durchgeführten Untersuchungen zeigen, steigt die Produktivität, während die Krankenstandsniveaus sinken.

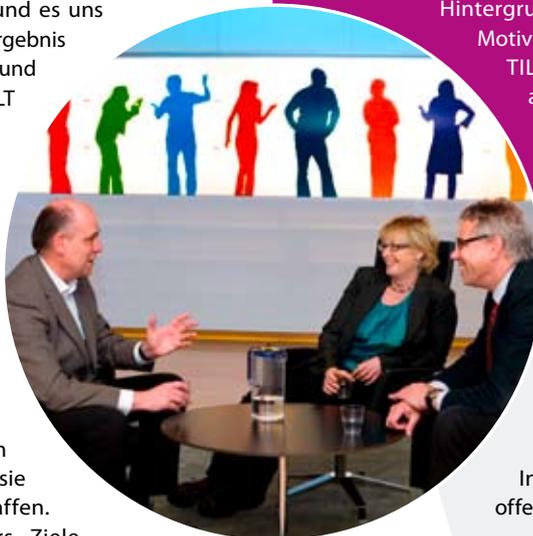
Zurück ins Krankenhaus. Olsson ist sich völlig sicher: „Es gibt viel weniger Widerstand gegen Ungewissheit als vorher“, sagt sie über ihre Mitarbeiter. Sie waren beklommen und zurückhaltend, als Mattias ankam, und wussten nicht, was sie erwartete. Viele fanden es beunruhigend. „Wir sind gerade dabei, das Krankenhaus aufzubauen, daher stand die Frage im Raum: Warum tun Sie uns das an?“, schmunzelt Olsson. Aber nach Abschluss der Aktion waren alle sehr positiv gestimmt – eine Erfahrung, die Manager nun nutzen können, wenn sie an neue Ideen herangehen. „Wir können

Über AIRIS

AIRIS - ein von TILLT durchgeführtes einjähriges Programm, in dessen Rahmen der Künstler die ersten zwei Monate damit verbringt, Seite an Seite mit den Mitarbeitern Untersuchungen vorzunehmen, den Arbeitsraum zu beobachten, Fragen zu stellen und, später, Aufgaben zu formulieren, deren Zweck darin besteht, die Ziele der Organisation zu erreichen.

Die Entscheidung, welcher Künstler zu welcher Organisation passt, trifft Roger Sarjanen, Projektleiter bei TILLT, der sich so zu sagen als Frühwarnsystem betrachtet, das sowohl für den Künstler als auch für den Kunden jederzeit verfügbar ist, wann immer sie das Gefühl haben, dass etwas schief läuft.

Im Laufe der Zeit treten sowohl er als auch der Künstler in den Hintergrund, um sicher zu gehen, dass Konzepte und Motivation von den Mitarbeitern kommen. Und wenn TILLT sich am Ende des Jahres, nach einem abschließenden Treffen mit der Organisation, um das Programm aufzulösen, zurückzieht, ist ein dauerhafter Wandel eingetreten.



unsere Mitarbeiter daran erinnern, wie überrascht sie sein können, wenn sie sich zutrauen, etwas Ungewöhnliches zu tun oder etwas aus einem anderen Blickwinkel zu sehen. Daher ist dies für mich als Managerin ein wichtiges Instrument. Meine Mitarbeiter sind offener, aufgeschlossener.“

Diese Veränderungen sind allen befragten Managern aufgefallen. „Sie können sich gar nicht vorstellen, wie schön es ist, Menschen zu leiten, die motiviert sind und sich nicht scheuen, Initiative zu zeigen“, sagt Berit Hallersbo, Personalchefin der Behörde der Gemeinde Vara. Nachdem sie 19 jährliche Artist-in-residence-Programme (AIRIS) übernommen hat, kann die Gemeinde sich ein Urteil erlauben. Die Hälfte ihrer insgesamt 1300 Mitarbeiter hat an einem TILLT-Projekt teilgenommen, weitere 21 sollen noch durchgeführt werden. „Wir möchten zum Beschreiten neuer Wege anregen, die unserem Personal helfen, ihre Arbeitsmethoden zu entwickeln“, fügt Hallersbo hinzu, die davon überzeugt ist, dass sie mit dem Hinzuziehen der TILLT-Künstler genau das getan hat.



Wie hat alles begonnen?

Anfang des 20. Jahrhunderts machte sich die schwedische Gesellschaft die Idee zueigen, dass Kunst und das Bedürfnis nach Kultur von grundlegender Bedeutung für das Leben ihrer Bürger sind. Aus dem Wunsch heraus, das Recht eines jeden Menschen auf die Erforschung von Kunst und Kultur anzuerkennen, erwuchs die Idee, Kunst in das alltägliche Arbeitsleben einzubeziehen. 1970 hatte dieser Impuls die Form einer nationalen Kette von Organisationen angenommen, die verbilligte Eintrittskarten für Theater, Ausstellung und Oper an Arbeitnehmer des privaten und öffentlichen Sektors verkauften.

Als Pia Areblad zu der Filiale in Göteborg stieß, schrieb man das Jahr 2001: Das Internet bestand, und die Welt war näher gerückt – Karten zu verkaufen, schien nicht mehr die richtige Lösung zu sein. „Wir hatten einen Auftrag vom Kultur- und Kunstsektor, dem Ausschuss für Wirtschaft und Kultur und dem Ausschuss für regionale Angelegenheiten – beides regionale Ausschüsse –, zu untersuchen, auf welche Weise Kunst und Kultur das Arbeitsleben entwickeln können und umgekehrt“, erklärt Areblad, CEO von TILLT.

Obwohl sie in der gesamten Region arbeiten sollten, war nicht genug zusätzliches Geld verfügbar, um die 48 Gemeinden außer Göteborg abzudecken. „Dies war eine Herausforderung, und ich mag Herausforderungen, weil sie einen zwingen, auf andere Weise nachzudenken und die Dinge aus einer neuen Perspektive zu sehen.“

Das ist ihr gelungen: Sie begann mit nur einem anderen Kollegen, verkaufte ermäßigte Eintrittskarten und war vollkommen auf Zuschussfinanzierung angewiesen. Heute hat TILLT – sogar der Name ist neu – 10 Mitarbeiter und erwirtschaftet 65 % seines Einkommens selbst. Vor kurzem erhielten sie zwei EU-Beihilfen, und sie haben den Verband der schwedischen Unternehmen, die Gewerkschaften und den Kultursektor in ihrem Vorstand.

TILLT anderswo kopieren - wie das Konzept auf den Weg gebracht wird

Areblad fing damit an, die kulturellen Organisationen in dem Zielgebiet zusammenzubringen, und fragte sie, wie professionelle Kulturaktivitäten das Arbeitsleben in ihrer Gemeinde erreichen könnten. Anschließend schlug sie ihnen vor, Mitglied von TILLT zu werden. Der nächste Schritt war, Kunden zu finden – zunächst bei den Kommunalbehörden – und den Direktor der Gemeinde für ihre Sache zu gewinnen. „Die Entscheidung, mit Kunst und Kultur zu arbeiten, um das Arbeitsleben in einer Gemeinde zu entwickeln, muss vom Direktor getroffen werden“, erklärt Areblad.

Nachdem sie die Zustimmung des Leiters der Gemeinde erhalten hatte, wandte sie sich an die Beamten, die in der Gemeinde für Wirtschaftsentwicklung und Humanressourcen zuständig waren. Behörden sind große Arbeitgeber in Schweden; allein die Stadt Göteborg beschäftigt 50 000 Personen. Dann wurde ein Kreativplan entworfen, in dem dargelegt wurde, wie die Behörde innerhalb ihrer Organisation mit Kunst arbeiten sollte.

Nachdem dieser Plan festgelegt war, war es nur logisch, dass die Abteilung für Wirtschaftsentwicklung daran dachte, den Privatsektor einzubeziehen und in der Gemeinde ansässige Unternehmen darauf anzusprechen. „Wenn sie nachvollziehen können, wie künstlerische Kompetenz den Sektor wirklich entwickeln kann, werden sie dies weitergeben“, führt Areblad ins Feld.

„Alles, was man braucht, sind professionelle Künstler, Behörden und einen Privatsektor – dann kann man überall mit diesem Konzept arbeiten“, fügt sie hinzu. Wichtig ist natürlich auch die Person, die die Vision und den Willen hat, alle Beteiligten zusammenzubringen.

Kunst und Kreativität treiben Innovation und Wachstum voran

Bertil Törsäter ist der CEO für regionale Entwicklung, West Götaland. Für ihn steht außer Frage, dass Unternehmen, die heute neue Wege des Denkens erforschen, besser in der Lage sein werden, die Chancen zu nutzen, die der mögliche Wirtschaftsaufschwung bringen wird. „Ein kreativer Geist ist aufgeschlossen für Veränderungen, und Veränderungen sind genau das, was wir erleben“, sagt er. Proportional gesehen investiert West Götaland weltweit mit am meisten in Forschung und Entwicklung, die Törsäter zufolge untrennbar mit Kreativität verbunden sind.

AstraZeneca, ein multinationales Pharmaunternehmen mit insgesamt 60 000 Beschäftigten, hat 2 000 Mitarbeiter – hauptsächlich Forscher –, die an seinem Standort in Göteborg tätig sind. Der Standortleiter Peter Nyström ist sicher, dass Törsäter Recht hat. „Kultur, Gesundheit, Innovation und Wettbewerbsfähigkeit, da ist etwas.“ Dem Unternehmen wird immer bewusster, dass es die Schnittstelle zwischen Chaos und Ordnung ist, die, wie Nyström es ausdrückt, den Zauber bewirkt.

Wie bei allen Unternehmen hängt auch bei AstraZeneca der Erfolg von seiner Fähigkeit ab, neue Ideen zu erdenken, und dazu kommt es, wenn verschiedene Sichtweisen miteinander verquickt werden, glaubt Nyström. Die Teilnahme an zwei AIRIS-Programmen eröffnete ihnen die kreative Sichtweise, zu der sie gelangen wollten. Mikael Werner, ein Manager des Standorts, erklärt: „Man braucht schon Mut, um sein Unternehmen an einem TILLT-Projekt teilnehmen zu lassen, weil man nicht weiß, wozu es letztlich führen wird.“ Wozu es geführt hat, war ein Unternehmen, das besser für den Wandel gerüstet war. „Wir sehen Monat für Monat Veränderungen, und unsere Mitarbeiter waren ohne jede Frage nach dem Projekt aufgeschlossener dafür und fühlten sich nicht mehr so gestresst.“

Am wichtigsten ist es, die Motivation des Personals aufrechtzuerhalten, hat Nyström erkannt. „Die Arbeit, die wir hier leisten, hat fast schon Nobelpreis-Niveau – und es ist schwierig, seine eigenen Erwartungen zu übertreffen, wenn man nur 80 % seiner Kapazität ausschöpft. Es müssen 120 % sein. Die Denkweisen, die wir dank des AIRIS-Projekts anwenden können, sind diesbezüglich eine große Hilfe.“

Törsäter behauptet, die Unterstützung für Kunst und Kultur auf regionaler Ebene habe außerdem noch den wesentlichen Vorteil, die Region für ausländische Firmen attraktiv zu machen. „Wir müssen wirklich einen Ort schaffen, an dem die Leute arbeiten wollen“, sagt er. Volvo, AstraZeneca und andere multinationale Unternehmen haben Standorte in Göteborg, wo Mitarbeiter beschäftigt werden, die es gewohnt sind, zwischen den großen Stadtgebieten zu wählen. „Wir müssen deutlich machen, warum sie gerade hierher kommen sollten“, erklärt Törsäter. Eine Lösung besteht darin, neue Systeme und Räume zu schaffen, um die Zusammenarbeit zwischen der Geschäftswelt und dem kreativen Sektor zu fördern. „TILLT ist ein Beispiel für eine neue Art, zwei Stärken miteinander zu verbinden und durch den Synergieeffekt etwas noch Stärkeres zu bekommen.“

Wer übernimmt die Rechnung?

Kulturelle Organisationen entrichten einen kleinen Beitrag, um Mitglied zu werden und Unterstützung zu erhalten. Behörden zahlen, ebenso wie der Privatsektor, für die Teilnahme an einem TILLT-Programm – dabei kann es sich um ein einjähriges AIRIS-Projekt oder einen maßgeschneiderten „Kreativen Kick“ handeln, aber sie können sich auch dafür entscheiden, ihre Mitarbeiter von TILLT schulen und unterstützen zu lassen, um in der betreffenden Einrichtung oder Firma die Rolle des „Kulturbotschafters“ zu übernehmen.

„Auf diese Weise brauchen wir die Politiker nicht um große Beträge zu bitten. Die Kosten sind verteilt: Jeder leistet einen Beitrag, jeder profitiert“, erklärt Areblad.

Kultur und Geschäft – mehr als ein Sponsorenvertrag

In West Götaland beschränkt sich die Mitwirkung der Unternehmen an Kultur nicht nur auf Sponsoring, es geht um weit mehr als bloß um Logos auf einem Opernprogramm. „Wenn wir einen Künstler in einem AIRIS-Projekt einsetzen, können wir feststellen, dass die Ergebnisse, die sich in den Zahlen widerspiegeln, quantifizierbar sind“, sagt der Entwicklungsdirektor des schwedischen Handelsverbands, Hans Löwlund.

Ihm zufolge sind Künstler die aufgeschlossensten, kreativsten und flexibelsten Menschen, aber sie haben kein Interesse daran, angestellt zu werden. „Sie wollen frei sein“, erklärt er. „Das heißt, selbst wenn ein HR-Manager diese außergewöhnliche Person finden wollte, würde es ihm nicht gelingen.“ Löwlund glaubt, dass es nur im Rahmen eines drei-, sechs- oder zwölfmonatigen Projekts wie AIRIS möglich ist, eine Person mit diesen Qualitäten in eine Firma zu bekommen. „Plötzlich merken wir, dass das Unternehmen offener, innovativer und selbstbewusster wird.“

Der Künstler als Wegweiser zu neuen Lösungen

Klas Ålander, Corporate Communications Manager, und Eva Degerman, Global Human Resource Director, arbeiten für FlexLink. Beide stimmen Löwlund zu. Ihr Unternehmen ist im Bereich der Produktionslogistik tätig, und 2007 war ein schwieriges Jahr für sie. Die Entscheidung, einen Lieferanten zu wechseln, hatte sich zu Beginn des Jahres als äußerst unglücklich erwiesen, und im Laufe der folgenden Monate kam es zu einigen Kündigungen. „Die

Mitarbeiter hatten hart zu kämpfen, um mit der Nachfrage Schritt zu halten, es war problematisch und aufreibend. Ich bin sicher, dass es uns geholfen hat, den Künstler hier zu haben, da es darum ging, neue Perspektiven zu eröffnen“, sagt Ålander.

Obwohl sie die internen Probleme überwunden haben, stellt das globale Finanzklima nach wie vor eine Herausforderung dar. Ålander ist davon überzeugt, dass nun die Zeit gekommen ist, innovativ zu denken: „Die Unternehmen müssen bei ihren Überlegungen neue Wege einschlagen.“

Kunst und Kultur machen es möglich, Innovation in einer Organisation zu gewährleisten.“

Die Leitung eines AIRIS-Projekts erfordert Engagement seitens der Direktion, erklärt Degerman: „Es ist wichtig, dass es nicht als HR-Angelegenheit, sondern als ein Unternehmensprojekt betrachtet wird. Man muss genau wissen, was man damit erreichen will, und eine nicht zu große Projektleitungsgruppe einsetzen.“ Das Projekt zu organisieren und andere Manager dafür zu gewinnen, ist lediglich ein Aspekt der Herausforderung. Es gilt auch, die Mitarbeiter zu ermutigen.

Anfangs waren sie ziemlich beunruhigt. Das Personal wollte nichts davon wissen...

„Aber nachdem es erst einmal ange-laufen war, standen sie 200 % da-hinter und es war einfach wunderbar“, sagt Degerman. Sie wurden gebeten, ir-gendwelche künstlerischen Arbeiten zu produzieren, und eine Ausstellung wurde or-ganisiert. „Ständig kamen sie mit neuen Kunstwerken, auch noch, als die Veranstaltung schon beendet war. Nachdem sie einmal in Schwung gekom-men waren, wollten sie einfach nicht mehr auf-hören“, erzählt Ålander.

Diese Begeisterung hat auch PAROC, ein Hersteller von Steinwolle-Isolierung, während



Wie ein AIRIS-Projekt in der Praxis funktioniert

„Aus der Sicht des Managers – die Leute werden es nicht auf Anhieb lieben, aber Sie müssen zuversichtlich sein und zu Ihren Überzeugungen stehen, damit Sie es lenken können. Sie müssen das Unbehagen des Personals in Schach halten, während diese Sache läuft. Es macht aber auch sehr viel Spaß. Die Patienten fanden es herrlich, im Wartezimmer zu sitzen, mit mehreren Tänzern, die um sie herumhüpften – so verbrachten sie eine Zeit, die normalerweise für uns alle eher beklemmend ist, mit viel Gelächter und Gaudi.“ Marianne Olsson, Projektleiterin beim Angered's Hospital

und nach der Mitwirkung von TILLT bei seinen Arbeitnehmern beobachtet. Der Personalchef, Lars Lindström, hat TILLT bisher mit der Durchführung von zwei AIRIS-Projekten betraut – ein drittes ist geplant. „Es ist nie der richtige Zeitpunkt, und die Mitarbeiter werden sagen, dass ein Projekt vielleicht anderswo funktioniert hat, ihr Arbeitsraum aber anders ist. Sie werden Ausreden suchen. Aber man muss sich einfach hineinstürzen. Es braucht Mut“, sagt er.

PAROC litt unter Stillstand: Seit einer Generation war die Schwerindustrie an dem Standort tätig; da in fünf Schichten gearbeitet wurde, waren nie mehr als 20 % der Mitarbeiter gleichzeitig unter einem Dach tätig, und obwohl die zwei Fabriken nebeneinander standen, hätte die Trennwand genauso gut ein Berg sein können. Sie waren in ihrem Trott. „Ich wollte, dass unsere Leute das Gefühl hatten, sie könnten darauf stolz sein, hier zu arbeiten.“

Und Gründe dafür gibt es genug: Die von der Fabrik hergestellte Steinwolle-Isolierung ist sehr energieeffizient. Das Produkt ist umweltfreundlich, da es wirksamer isoliert als Alternativerzeugnisse – und Lindström wollte, dass seine Mitarbeiter darauf stolz sind. „Anstatt zu denken: ‚Na ja, jetzt bin ich hier gelandet und kann wenigstens meinen Hypothekenkredit bezahlen,‘ wollte ich, dass sie denken: ‚Ich habe die Chance bekommen, bei PAROC zu arbeiten, und tue etwas für die Umwelt‘“, sagt er. Daher brachte er TILLT ins Spiel.

Der Schauspieler/Direktor, der von TILLT-Projektleiter Roger Sarjanen sorgfältig und gezielt ausgesucht wurde, kam zur rechten Zeit und verbrachte die gewohnten zwei Monate mit Zuhören und Beobachten.

Das Ergebnis: die gleichen Mitarbeiter, aber andere Menschen

Dann kamen die Aufgaben. Nach einigen Tipps, wie man richtig durch eine Linse guckt, sollten die Mitarbeiter sich gegenseitig fotografieren, und zwar auf eine Weise, die ihrer Meinung nach am besten zeigte, was sie taten. Die Fotos zu machen und sie später auszustellen, hat die Mitarbeiter einander näher gebracht. Durch die gemeinsame Aufgabe wurde es leichter, miteinander zu reden, die Fotos selbst zeigten ihnen die Kollegen aus einem neuen Blickwinkel, und die Qualität der Bilder erfüllte sie mit Stolz.

Alberne Wettkämpfe wie „Rippendrücken“ wurden ausgetragen – zwischen Männern, viele um die fünfzig, die seit 20, 30 Jahren oder länger Seite an Seite gearbeitet haben, ohne sich je die Hand zu geben. Ein Spuckwettkampf fand ebenfalls statt! Gelächter, Zusammenarbeit, gegenseitige Anerkennung.

Ein Arbeiter, ein Gabelstaplerfahrer, übernahm die Aufgabe, Töne rund um die Fabrik zu sammeln; er nannte das Ergebnis „das Lied

der Maschinen“. Im März trat er im schwedischen Fernsehen auf und erzählte von seiner Mitwirkung an dem Projekt; er sagte, er betrachte Kultur nun als die Definition des Menschseins. „Dank seiner Aufgabe hat er seine Arbeitsumgebung mit völlig anderen Augen gesehen, und das, was er aufgrund dieser neuen Sichtweise produziert hat, erfüllt ihn völlig zu Recht mit großem Stolz“, erklärt Lindström.

Kann der Medienkontakt nicht schaden? Und mit seiner Antwort weist Lindström auf einen weiteren wesentlichen Faktor für den Erfolg eines AIRIS-Projekts hin, nämlich auf die Qualität des Managements: „Die Werbung ist großartig, aber was mir wirklich gefällt, ist, dass sie den Jungs etwas gibt, womit sie bei einem Barbecue mit Freunden, Verwandten oder Nachbarn angeben können. Sie sagen jetzt: ‚He, wir standen letzte Woche in der Zeitung‘. Ich liebe es, wenn sie etwas haben, womit sie prahlen können.“

Der Fabrikleiter Michael Gustavsson erklärt, dass sich die Produktion im Jahr nach dem Projekt um 20 % erhöht hat, ein gewaltiger Anstieg, den sie nie zuvor erlebt hatten. Auch die Krankentage gehen zurück. Die Befragung der Mitarbeiter vor Beginn des Projekts war eine undankbare Aufgabe: Nur 5 % beantworteten einen Fragebogen über die Lebensqualität bei der Arbeit. Im Anschluss an das Projekt waren es 95 %. Offensichtlich sind PAROCs Arbeitnehmer nun bereit, sich zu engagieren. „Sie treffen sich jetzt nach der Arbeit und verbringen einen Teil ihrer Freizeit zusammen“, sagt Lindström. Dank seiner Vision können sie jetzt auch ein bisschen angeben.

Wie geht's weiter?

Als nächstes will TILLT seiner Arbeit eine europäische Dimension verleihen – Wissen austauschen und von anderen lernen, die ein ähnliches Ziel verfolgen.

Gerade sind zwei EU-Beihilfen genehmigt worden, die für den Austausch bewährter TILLT-Methoden entscheidend sein werden. In den nächsten drei Jahren werden sie jährlich 1,5 Millionen € erhalten: 780 000 € pro Jahr vom EU-Programm INTERREG IVA und den Rest von teilnehmenden Regionen in Skandinavien. Dieses Geld wird dazu verwendet, das Projekt Creative Interaction in Working Life fortzusetzen, an dem vier Regionen beteiligt sind: Südnorwegen, Ostnorwegen, Norddänemark und Westschweden. Gestützt auf TILLTs Erfahrung, wird es in erster Linie darum gehen, neue Methoden zu entwickeln, festzustellen, welche Auswirkungen die bisherige Arbeit hatte, und für eine durchweg hohe Qualität der Arbeit zu sorgen. Das allgemeine Ziel ist es, die Essenz der Kunst als Entwicklungskraft in Europa zu bewahren.

TILLT hat im Übrigen eine Beihilfe von 150 000 € erhalten, um als Partner an der Ausarbeitung des ersten EU-Grünbuchs zu Kultur mitzuwirken und ihr Wissen darüber, wie sich Kreativität und Innovation in der Gesellschaft durch die Einbeziehung von Kunst und Kultur in unseren Alltag fördern lassen, mit anderen zu teilen.

„Ich bin davon überzeugt, dass wir die Herausforderung, Kreativität und Innovation in Europa zu entwickeln, bewältigen müssen, wenn wir der dynamischste wissensbasierte Wirtschaftsraum der Welt werden wollen. Es geht ständig um neue Horizonte, und Kunst ist ein Mittel, um weiter zu wachsen. Es ist eine Reise, mit allem, was dazugehört“, sagt Areblad.



KREATIVITÄT UND INNOVATION

MIT VEREINTEN KRÄFTEN FÖRDERN

Menschen und Unternehmen gelingt es, neue Arbeits- und Lebensweisen zu finden. In Europa bringt unser modernes Denken innovative Wissenschaft, bessere Geschäftslösungen und eine unendliche Vielfalt kultureller Ausdrucksformen hervor. Ob es nun darum geht, ein Produkt zu verkaufen oder neue Wege zu finden, Kunst zu würdigen - wir verstehen es wunderbar, neue Dimensionen aufzutun.

Die Lissabon-Strategie für Wachstum und Beschäftigung, die darauf abzielt, Wirtschaftswachstum mit dem breiteren Nutzen für die Gesellschaft und die Umwelt zu verknüpfen, ist ein idealer Rahmen, um für Geschäftsideen einzutreten, die genau das tun. In der Geschäftswelt geht es bei intelligenten Lösungen in der Regel um Produkte, die leistungsfähiger und nützlicher sind.

Im kulturellen Leben bedeuten neue Wege, Kunstwerke, Musik, Theater oder Film vorzuführen und zu interpretieren, dass das Publikum ständig inspiriert und herausgefordert wird. Alte Stücke erwachen zu neuem Leben, und unablässig tauchen neuartige Kunstformen auf.

Innerhalb der Europäischen Kommission erhalten kreative und innovative Produkte und Lösungen immer höchste Förderpriorität. Das Jahr der Kreativität und Innovation bietet einen guten Fokus, um unter den verschiedensten Interessen gemeinsame Prioritäten zu erkennen. Es gibt den Anstoß zu Diskussionen über eine Reihe von Themen, von medizinischer Forschung über die Schönen Künste und Oper, Astronomie und Weltraum bis zu lebenslangem Lernen und IT-Spielen im Bildungsbereich. Im Folgenden einige Highlights aus den Kommissionsdirektionen.

Neue Ansätze für Forschung entwickeln

Die GD Forschung ist es gewohnt, auf dem neuesten Stand von Wissenschaft und Technik zu arbeiten. Bei den aktuellen Vorhaben geht es durchweg um voll integrierte Forschung, die Markt- und Gesellschaftsbedürfnisse auf vielen verschiedenen Ebenen erfüllt. Diese Projekte sind in erster Linie darauf ausgerichtet, Wohlstand und Wettbewerbsfähigkeit der EU zu unterstützen, die Rolle der Wissenschaft in der modernen Gesellschaft zu fördern und nationale Forschung mit Vorhaben, die auf europäischer Ebene durchgeführt werden, zu verknüpfen.

Die große Veranstaltung in diesem Jahr war **Research Connection '09** – eine Konferenz, auf der Wissenschaftler und Forscher mit Unternehmern und Industriellen zusammenkamen. Sie fand im Mai in Prag statt, im Rahmen des tschechischen EU-Ratsvorsitzes, und stellte viele bahnbrechende Forschungsprojekte vor, die bereits EU-Fördergelder erhalten. Die Teilnehmer ließen sich von der geleisteten Arbeit inspirieren, aber vor allem bekamen sie Ratschläge, wie sie vorgehen sollten, um sich für ihre eigenen Projekte europäische Fördermittel zu beschaffen und interessierte Investoren und Mitarbeiter zu finden, die Partner werden könnten.

Das **Europäische Institut für Innovation und Technologie (EIT)** ist eine neue Einrichtung, die von der Kommission ins Leben

gerufen wurde und die Zusammenarbeit zwischen Universitäten, Forschungszentren und Unternehmen fördern soll. Das EIT wird sich auf Wissenstransfer konzentrieren und zeigen, dass Forschung tatsächlich zu innovativen und marktfähigen Produkten führt. Seine wichtigsten Prioritäten liegen in den Bereichen Klimawandel, erneuerbare Energie und Kommunikationstechnologie.

Das Jahr der Kreativität und Innovation - ein Geschäftsinstrument

Dank des europäischen Gespürs für Innovation sind in der EU zahlreiche Unternehmen angesiedelt, die nicht nur die technologisch am weitesten fortgeschrittenen Produkte anbieten, sondern gleichzeitig auch ökologische Nachhaltigkeit fördern und sozialen Nutzen bringen. Um noch mehr Unternehmen bei ihrer Entwicklung und ihrem Wachstum zu unterstützen, geht die GD Unternehmen und Industrie neue Wege, um diese Ziele voranzubringen.

Im Mai fand die erste europäische **KMU-Woche** statt, die neuen Unternehmen Unterstützung bot und bestehende KMU anregte, ihre Horizonte noch stärker zu erweitern. KMU, oftmals der Ausgangspunkt großer Ideen, sind ein besonders fruchtbarer Boden für innovative und kreative Konzepte. Im Rahmen der Woche wurde eine einzigartige interaktive Ausstellung, die **SME Experience**, organisiert, wo eine Reihe von interaktiven Exponaten die Besucher einlud, „zu sehen, zu riechen, zu berühren und zu hören“, wie es ist, ein Unternehmer zu sein.

Kultur als Motor für Kreativität und Innovation

In ihrer Rolle als Koordinator des Jahres nutzt die GD Bildung und Kultur die reiche Vielfalt der in Kulturprojekten vorhandenen Innovation, um neue Ansätze zum Geschäftsleben und zur europäischen Integration anzuregen. Kultur steht im Mittelpunkt des Jahres, was bedeutet, dass jeder in Europa teilnehmen kann, da wirtschaftliche, soziale und ethnische Unterschiede ausgeklammert werden.

Für uns als Individuen weckt unsere Fähigkeit, zu kreieren und zu innovieren, in uns ein Gefühl der Zufriedenheit, und das wiederum





versetzt uns in die Lage, uns besser auszudrücken. Musik, Kunst, Theater, Film und Literatur bieten uns die Möglichkeit, unserer Kreativität in vielen verschiedenen Formen Ausdruck zu verleihen. Diese Erfahrung bringt großen persönlichen und gesellschaftlichen Nutzen.

Gleichzeitig kann Kultur sich auch wirtschaftlich bezahlt machen und die Erneuerung von anderenfalls benachteiligten Bereichen vorantreiben. Die Förderung von Kulturprogrammen und die Unterstützung der Entwicklung lokaler Wirtschaften durch Kultur beruht auf einer soliden Geschäftslogik. Sie erzeugt nicht nur Kreativität und Innovation unter denjenigen, die teilnehmen, sondern ermuntert auch zu Mobilität und produktivem Austausch in der Unternehmenswelt.

Kultur in den Mittelpunkt der Wirtschaft und Gesellschaft stellen

Die Beziehungen zwischen Kultur, Kreativität und Innovation aufzuzeigen, ist ein wesentliches Anliegen der **Europäischen Kulturagenda**, dem ersten politischen Rahmen aller Zeiten für die Integration der Kultur in europäische Angelegenheiten. Das **Europäische Kulturforum**, das im September 2009 in Brüssel stattfindet, wird Gelegenheit bieten, sich ein Bild von den bisherigen Ergebnissen zu machen und über die nächsten Schritte nachzudenken. Gleichzeitig werden auch andere politische Prioritäten unterstützt, wie etwa die Förderung neuer Kompetenzen und Beschäftigungsmöglichkeiten, lebenslanges Lernen, Innovation in der Industrie und Nutzung der Stärken der Kultur auf einem globalen Markt. Es geht darum, sich kreative und innovative Ideen zunutze zu machen, um wirtschaftliche Kraft aufzubauen und das Wohlergehen des Einzelnen und der Gesellschaft sicherzustellen.

Kulturelle Erfahrung für jeden Sektor

Das Jahr bietet vielen verschiedenen Sektoren Gelegenheit, gemeinsame Vorteile auszutauschen und auf Synergien und Ausstrahlungseffekten aufzubauen, wie aus dem Programm der Veranstaltungen auf nationaler und EU-Ebene deutlich hervorgeht. Kunstevents wie die interaktive Ausstellung **Orbis Pictus** sind mit wissenschaftlicher Innovation in Astronomie und

Weltraum durchsetzt worden, während Konzerte sich das Rampenlicht mit neuen Entwicklungen in Öko-Innovation teilen. Auf einer anderen Ebene lud **Imagine 09**, ein neuer Design-Wettbewerb für Schulen in Irland, Schülerinnen und Schüler ein, einen Gegenstand für das Klassenzimmer der Zukunft zu entwerfen und zu beschreiben, wie er sie ihrer Meinung nach beim Lernen unterstützen könnte. Die eigentliche Herausforderung besteht darin, diese Vision umzusetzen, indem andere kreative, durch Kultur verbesserte Fähigkeiten in den Geschäftssektor eingeführt und neue Partnerschaften zwischen Kultur, Bildung, Forschung und Technologie, Unternehmen, öffentlichen Diensten und der Gesellschaft im Ganzen gefördert werden.

Neue Belege für die Verdienste von Kultur und Kreativität

Die aktuelle Studie *Economy of Culture in Europe* hat erstmals die direkten wirtschaftlichen Auswirkungen der Kultur- und Kreativbranche in Europa und den indirekten Nutzen für EU-Regionen und -Unternehmen ermittelt. Eine neue Studie über die Auswirkungen der Kultur auf Kreativität untersucht die noch weitgehend unterschätzten Beziehungen zwischen Kultur, Kreativität, Innovation und der breiteren Wirtschaft.

Wirtschaftlich gesehen, trägt der Kultursektor auf vorbildliche Weise zu Beschäftigung und Wachstum bei. Aber vor allem führt er auch anderen Bereichen der Wirtschaft, insbesondere denen, die mit IKT zu tun haben, kreative Fähigkeiten zu und steigert dadurch nicht nur ihre Leistung, sondern macht auch die Jobs interessanter.

Die Unternehmen sind nun immer besser dafür gerüstet, innovative Arten von Beschäftigung und nachhaltigere Produktionsweisen zu entwickeln. Dieses Wachstum ist in allen EU-Regionen zu beobachten. Die alles umfassende Natur kultureller Innovation ist eine mächtige Kraft, wenn es darum geht, Gemeinschaften zusammenzubringen und ihnen konkret vor Augen zu führen, wie die europäische Integration zu wirtschaftlichem Wohlstand führen kann.





Europäisches Jahr der Kreativität und Innovation 2009

Die offizielle Website des Europäischen Jahres der Kreativität und Innovation

<http://create2009.europa.eu/>

Entscheidung Nr. 1350/2008/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16. Dezember 2008 zum Europäischen Jahr der Kreativität und Innovation (2009), Amtsblatt der Europäischen Union L 348, 24.12.2008, S. 115.

<http://eur-lex.europa.eu/de/index.htm>

Links der Europäischen Kommission:

Generaldirektion Bildung und Kultur der Europäischen Kommission
http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/index_de.htm

Generaldirektion Unternehmen und Industrie der Europäischen Kommission

http://ec.europa.eu/enterprise/index_de.htm

Andere nützliche Links:

eTwinning – die Gemeinschaft für Schulen in Europa
<http://www.etwinning.net/de/pub/index.htm>

Euro Creator - ein digitales Mediennetzwerk für Schulen
<http://www.eurocreator.com/de/>

European Business & Innovation Centre Network
<http://www.ebn.be/>

European Entrepreneurship Video Award 2009
http://ec.europa.eu/enterprise/policies/entrepreneurship/video-award/index_de.htm

Das Europäische Innovations- und Technologieinstitut
<http://ec.europa.eu/eit/>

Programm und Beiträge von der Konferenz Regionen für den wirtschaftlichen Wandel (16.-17. Februar 2009) „Netzwerke für Ergebnisse“
http://ec.europa.eu/regional_policy/conferences/networking/programme_de.cfm?nmenu=4

Förderung von Innovation im Bereich des lebenslangen Lernens
<http://www.elearningeuropa.info/>

Empfehlung 2006/962/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 18. Dezember 2006 über Schlüsselkompetenzen für lebenslanges Lernen, Amtsblatt der Europäischen Union, L 394, 30.12.2006, S. 10.
<http://eur-lex.europa.eu/de/index.htm>

Europäischer Frühling 2009 – Ideen bewegen Europa
<http://www.springday2009.net/>

Links zu Projekten, die in dieser Ausgabe erwähnt werden:

The Economic Clusters of Cultural Enterprises – Finanzberatung, Informationen und Ausbildung für kleine Firmen, Unternehmer und Einzelpersonen im kulturellen und kreativen Sektor.
<http://www.connectedcreatives.eu/default.aspx>

Jamie Olivers Restaurants „Fifteen“, eingetragene wohltätige Organisation, die jungen Menschen eine Lehre als Koch anbietet.
<http://www.jamieoliver.com/fifteen>

Liverpool – Europäische Kulturhauptstadt
<http://www.liverpool08.com/>

Centre for NanoHealth der Universität Swansea
<http://www.swan.ac.uk/nanohealth/>

Der Musikpark – Mannheim
<http://www.musikpark-mannheim.de/web09/>

TILLT
<http://www.tillt.se/eng/airis.asp?m1=engAiris&m2=The%20concept>

Link zur Hauptwebsite für die nächste Ausgabe

EU-Strategie für den Ostseeraum
http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/baltic/index_en.htm

DIE ZUKUNFT DER EUROPÄISCHEN KOHÄSIONSPOLITIK

Wie Politiken entstehen – Panorama beobachtet regelmäßig, was sich im Nervenzentrum der Regionalpolitik, dem Verwaltungssitz der Generaldirektion in Brüssel, tut.

Die Zukunft der europäischen Kohäsionspolitik – Bericht eines unabhängigen Experten

Um die Debatte über die Zukunft der europäischen Kohäsionspolitik nach 2013 voranzutreiben, beauftragte die Kommission den renommierten Wirtschaftswissenschaftler im italienischen Wirtschafts- und Finanzministerium Dr. Fabrizio Barca mit der Ausarbeitung eines unabhängigen Expertenberichts. Dieser wird sich mit der Frage befassen, wie wirksam die Regionalpolitik eigentlich ist und Empfehlungen für die künftige Entwicklung aussprechen. Das Thema ist sehr wichtig – denn breitere Fragen, wie EU-Haushalt und künftige Prioritäten der Union, sind mit ihm verknüpft.

Die Debatte über die Zukunft der europäischen Kohäsionspolitik wurde 2007 mit der Veröffentlichung des Vierten Berichts über den wirtschaftlichen und sozialen Zusammenhalt angestoßen – gefolgt vom Kommissionsdokument Regionen 2020, das im November 2008 veröffentlicht wurde. Das Dokument analysierte erstmals die möglichen langfristigen Folgen der vier größten Herausforderungen, vordenenwirheutestehen: Globalisierung, Bevölkerungsentwicklung, Klimawandel, Energienutzung und -versorgung.

Über ein Jahr lang hat Dr. Fabrizio Barca Diskussionen und Seminare mit Wissenschaftlern und Politikern aus allen Teilen Europas, den Vereinigten Staaten und Neuseeland organisiert. Der Bericht ist

das Ergebnis dieser Diskussionen. Der Barca-Bericht reflektiert die Errungenschaften und die Governance hinter der europäischen Kohäsionspolitik und erörtert die wirtschaftlichen Erkenntnisse und Beweggründe für die Entwicklung einer Politik, die den Fokus auf die Bedeutung des Ortes richtet: Es handelt sich um Politiken, die den charakteristischen Merkmalen des Ortes, d.h. dort, wo sie umgesetzt werden, Rechnung tragen, und die von dem Verständnis ausgehen, dass der Ort, wo Politik umgesetzt wird, maßgeblich dafür ist, wie diese Politik durchgeführt wird.

Abgesehen von der Bedeutung, die der Barca-Bericht ortsgebundenen Politiken beimisst, befasst er sich mit den bisherigen Erfolgen und Misserfolgen der Kohäsionspolitik und spricht Empfehlungen zu Kernfragen der Governance aus.

Er nennt Vorschläge, wie der Grundsatz der gemeinsamen Mittelverwaltung, im Wesentlichen die Beziehung zwischen den Mitgliedstaaten und der Kommission, gestrafft und gestärkt werden sollte. Darüber hinaus sieht der Bericht die Folgenbewertung als Rückgrat der Kohäsionspolitik und regt die Bildung eines offiziellen Ausschusses des Rates für Kohäsionspolitik an, um über die jährlichen Strategieberichte jedes einzelnen Mitgliedstaates zu beraten.

Es handelt sich um einen ganz unabhängigen Bericht, der nicht unbedingt die Meinungen der Kommission widerspiegelt. Seine Schlussfolgerungen werden in die Beratungen über die Zukunft der Kohäsionspolitik nach 2013 einfließen.

Am 27. April 2009 stellten Dr. Barca und Kommissarin Danuta Hübner in Brüssel der Öffentlichkeit die wichtigsten Aussagen des Barca-Berichts vor. In den folgenden Monaten werden Beratungen mit den Mitgliedstaaten und Stakeholdern im Rahmen verschiedener Ereignisse stattfinden, die von der tschechischen und schwedischen EU-Präsidentschaft veranstaltet werden.



Der Bericht Barca im Überblick

Der Bericht hält eine umfassende Reform der Kohäsionspolitik für erforderlich. Weiter bekräftigt er die Notwendigkeit eines verstärkt ortsgebundenen Ansatzes, einer klareren Unterscheidung zwischen den wirtschaftlichen und sozialen Zielsetzungen sowie einer Sensibilisierung für bestehende Probleme im Rahmen der Anwendung von Indikatoren und Folgenabschätzung.

Der Bericht betont weiter, dass Kohäsionspolitik als Finanzierungsquelle zur Schaffung fairer Wettbewerbsbedingungen in der Zukunft kein adäquates Mittel ist. Was also unternimmt die Union, um allen Gebieten und allen Bürgern Europas die Chance zu bieten, die Möglichkeiten, die die Union selbst bietet, bestmöglich zu nutzen, und die verbundenen Risiken und Bedrohungen zu meistern?

Zur Erreichung dieses Ziels müssen, so der Bericht, drei Anforderungen, erfüllt werden:

- klar definierte Zielsetzungen, die auf einer überprüfaren wirtschaftlichen Grundlage beruhen und für Bewertungen offen sind
- eine ausdrückliche und starke politische Ausrichtung auf der Grundlage der gegenwärtigen Situation Europas und als Antwort auf die Erwartungen der Menschen, die in Europa leben, und
- ein System der Governance, das von sich selbst lernen kann, demokratische Beteiligung aktiv fördert und glaubwürdig handeln kann, um adäquate Leistungen zu erbringen.

Die vollständige Fassung des Berichts ist im Internet verfügbar unter: http://ec.europa.eu/regional_policy/policy/future/barca_en.htm.

In jeder Ausgabe skizziert Panorama die Entwicklung von zwei Projekten aus der Sicht der Projektverwalter. Wir befassen uns mit den Höhen und Tiefen EFRE-geförderter Projekte nach dem Motto: die Probleme erkennen und Lösungen gemeinsam nutzen.

PROJEKT

1

IM MUSIKPARK MANNHEIM

Fakten und Zahlen

Knapp über 5 Millionen € werden in den Musikpark und dazugehörige Projekte der Popakademie im Rahmen des Ziels II investiert. Die Förderung begann 2004 und läuft über einen Zeitraum von 15 Jahren.

Im Musikpark Mannheim

Etwas mutet schon seltsam an in der Kreativindustrie: Der Sektor erzeugt hohe Einkommen, 2003 setzte er über 654 Milliarden € um – 2,6 % des EU-BIP für dieses Jahr. Doch wenn es darum geht, in eine Gruppe von Teenies mit zerrissenen Jeans zu investieren, sind die Banken sehr zurückhaltend. Nach 20-jähriger Erfahrung in der Musikbranche ist Christian Sommer einer, der es wissen muss.

Seine Erfahrung und sein Kontaktnetzwerk machten ihn zur treibenden Kraft hinter dem Musikpark, Mannheim – einem Projekt, das KMU Hilfe für die Existenzgründung in der Musikbranche gibt, um die erste Sprosse der Leiter zu erklimmen.

Zusammentreffen mit dem Projektleiter Christian Sommer



In den späten 80er Jahren, als er als Straßensänger und Gitarrist unterwegs war, traf Sommer die Entscheidung, sein Leben der Musik zu widmen, doch erst 1990 machte er sie zum Vollzeit-Job. 1992 wechselte er die Fronten und ging hinter die Bühne: Er wurde Manager der Gruppe Master Boy, die Riesenerfolge hatte. „Sie erhielten

Gold- und Platinauszeichnungen in der ganzen Welt. Es war eine wirklich steil verlaufende Kurve“, erinnert sich Sommer.

Die harten Lektionen, der Stress, aber vor allem die Kontakte, die er machte, waren von unschätzbarem Wert, doch 1997 sollte er genug haben. Seine nächste berufliche Etappe führte ihn zu einer multinationalen Plattenfirma, wo er sich ein Jahr lang Grundkenntnisse in den Bereichen Produktion und Marketing aneignete. Bis 2000 arbeitete er in München als Director of Marketing, Artist and Repertoire.

Doch in Mannheim geboren und aufgewachsen, packte er die Gelegenheit beim Schopf, als die Stadt einen Managerposten für ihr zukunftsweisendes Projekt für die Zusammenführung von Musik-Dienstleistungen und die Schaffung eines Existenzgründungszentrums zu vergeben hatte.

Künstlern helfen, in der Branche Fuß zu fassen

Circa 40 Unternehmen haben sich mit ihren 140 Mitarbeitern im Musikpark auf einer Fläche von 4300 Quadratmetern niedergelassen. Der riesige Komplex bietet Platz für einen Choreographie- und Performance-Raum, einen Workshop, mehrere Tonstudios, ein Fernseh-Studio und einen modernen Konferenzraum, um das Allerwichtigste auszuhandeln: das erste Engagement.

„Eine unsere Hauptaufgaben besteht darin, Kunden zu werben, die unsere Unternehmen buchen sollen“, erklärt Sommer. Wo Unternehmenstüren für eine unbekannte Band oder einen unbekanntem Tänzer fest verschlossen bleiben, öffnen sie sich mit dem Musikpark leichter. „Wir sind eine Art Brücke. Wir wollen helfen, dass sich beide Seiten verstehen.“

Wenn es um Finanzen geht, dann steht bei Projekten, die KMU-Start-ups fördern, meistens die Aufstellung eines Geschäftsplans im Vordergrund. „Dieses Modell passt sich nicht so einfach an die Kreativindustrien an“, erläutert Sommer. Sie bekommen keine Kredite von den Banken, und sie wickeln sehr wenig mit „externem“ Geld ab. In der Musikbranche brauchen Start-ups Auftritte – die Möglichkeit zu arbeiten, eine Chance, ihr Können zu zeigen und dadurch mehr Engagements zu bekommen. Und hier tritt der Musikpark auf den Plan.

Ein umfassender Service

Für jene, die eine Unternehmensunterhaltung planen, ist der Musikpark eine Anlaufstelle. Er bietet: Tänzer, Musiker, audiovisuelle Teams und auch Ton- und Lichttechniker. Musikpark vermietet auch Veranstaltungsflächen, und eine Galerie von 150 m² bietet jungen Musikfotographen die Möglichkeit, ihre Arbeit auszustellen.

Und die Vielfalt der Dienstleistungen unter einem Dach hilft den Künstlern zusätzlich. Sie inspirieren sich gegenseitig, bringen neue Ideen hervor, finden Lösungen – jede Sparte wirkt darauf ein, die andere innovativer zu machen. „Es ist ein harter Job, gute, kreative Arbeit in einem Vakuum zu leisten“, hält Sommer fest. Der kreative Kern der Industrie sind die Künstler und Produzenten; die Kreativmitarbeiter arbeiten in den Bereichen Marketing, Verkauf, Layout, Veranstaltungen, Rechts- und Finanzangelegenheiten, Webdesign und Internet-Portale, Werbung – alle haben ihren Platz unter dem Dach des Musikparks.

Und schließlich hat Sommer als Mentor die Aufgabe, die Entwicklung seiner Start-ups mit Respekt zu überwachen. „Die Jungunternehmer arbeiten proaktiv und unabhängig. Wir helfen ihnen eigentlich nur, sich selbst zu helfen“, erklärt er.



PROJEKT 2

IM ZENTRUM FÜR NANOGESUNDHEIT (CNH) AN DER SWANSEA UNVERSITY

Fakten und Zahlen

Knapp über 21 Millionen € werden im Rahmen des Konvergenzziels in die Förderung des Centre for NanoHealth fließen. Die Förderung begann 2009 und läuft 5 Jahre.

Im Zentrum für Nanogesundheit (CNH) an der Swansea University

Ein Gesundheitspflegesystem ist der Belastungsprobe teurer Behandlungen ausgesetzt und jongliert mit Ethikvorstellungen in Bezug auf die Subventionierung teurer Palliativmedizin. Die Entwicklung von Instrumenten für Frühdiagnose ist deshalb dringlicher denn je.

Das CNH vereint Wissenschaftler, Vertreter des Privatsektors und des nationalen Gesundheitsdienstes und arbeitet an der Anwendung von Nanotechnologie im Bereich der Krankheitsdiagnostik und Erkennung geeigneter Behandlungsmethoden.

Wie es dazu kam

Claypole hatte zwar bereits im Bereich Strömungsmechanik und –verhalten sowie der statistischen Aufbereitung von Experimenten gearbeitet, doch erst als er ein Problem mit dem Tintenfluss in einem Drucker hatte, wurde ihm plötzlich klar, dass er sein erworbenes Forschungswissen in der Druckindustrie einsetzen könnte. Dies war 1990 und seitdem hat sich sein Konzept nach dem Schnellballprinzip verbreitet. Und zwar so erfolgreich, dass sein Unternehmen Diple, das er zur Erforschung der Synergien gegründet hatte, zu den Preisträgern der RegioStars 2009 gehörte.

Früher beschäftigte er sich mit Tinte, heute sind es „druckbare Flüssigkeiten“. Und die Eigenschaften von Fluiden: leitfähig, PH-sensitiv, magnetisch, bio-fluid usw., d. h. die Einsatzmöglichkeiten von Druckmaterialien sind grenzenlos.

Wer nimmt teil?

Es wurden vier namhafte britische Research Council Fellowships in Nanomedizin am Institute of Life Sciences (ILS) der Swansea University und am Multidisciplinary Nanotechnology Centre (MNC) ausgezeichnet. Aufgrund dieser erfolgreichen Zusammenarbeit war ihr Zusammenschluss und die Bildung des Centre for NanoHealth nur die logische Folge. Das Zentrum nahm Ende 2008 seine Tätigkeit auf.

Sowohl das Institut als auch das Multidisziplinäre Zentrum haben Beachtliches vorzuweisen: Blue C, einer der schnellsten Computer der Welt für medizinische Forschung, 25 Teams von Forschungsspezialisten am ILS und über 100 am MNC und die Unterstützung des nationalen Gesundheitsamtes und IBM. „Wir haben eine echte Chance hier“, sagt Claypole.

Vorbeugen ist besser als heilen

Nano-Geräte und Nano-Biosensoren werden zur Erkennung und Messung von Biomarkern in Flüssigkeits- oder Gewebeproben auf einem Empfindlichkeitsniveau eingesetzt, das weit über herkömmliche Erkennungsmethoden hinausgeht: Hier geht es um Milliardenstel Teilchen. Eine solche verfeinerte Methode ermöglicht eine Frühdiagnose und eine schnellere Behandlung von Krankheiten wie Krebs, Diabetes, Obesität und anderen.

Claypole wird die Druck-Abteilung des Zentrums leiten, in der an einem Pilotversuch gearbeitet wird: Tinten produzierende Pflanzen. Hier werden Bio-Tinten entwickelt – Nano-Partikel und Drähte, Enzyme und DNA. „Ich gehe davon aus, dass wir eine Langzeitauswirkung in punkto Krankheitsbehandlung und -überwachung erzielen können“, erklärt er.

Treffen mit Dr. Tim Claypole, Mitglied des CNH-Exekutivausschusses



Der Sprung von der Forschung über Schadstoffbildung in Rauch bis zu druckenden Biomaterialien scheint weit, und es war 1990 einem glücklichen Zufall zu verdanken, dass Claypoles berufliche Karriere einen anderen Verlauf nahm.

Nach seinem ersten Abschluss in Maschinenbau Mitte der 70er Jahre arbeitete Claypole als Projektingenieur am Bau eines neuen Stahlwerks in Cardiff. Bald darauf verabschiedete er sich aus der Welt der Stahlherzeugung, ging zurück an die Universität und legte seinen PhD über Schadstoffbildung in Flammen ab.

Verbrennung und Staubbrennung beschäftigten ihn von Mitte der 80er Jahre bis 1990, als er eine Vollzeitstelle als Wissenschaftler antrat. Mit einem Youngblood-Lehrauftrag vom Engineering and Physical Sciences Research Council übernahm Claypole eine Forschungsstelle an der Swansea University und forschte über Gasturbinenlager. Die Lasermessung von Fluiden in Atomreaktoren wurde ebenfalls zu einem seiner Forschungsgebiete.

FÜNFTE KONFERENZ REGIONEN FÜR DEN NETZWERKE FÜR ERGEBNISSE

Die am 16.-17. Februar in Brüssel abgehaltene Konferenz Regionen für den wirtschaftlichen Wandel, diesmal mit dem Titel Netzwerke für Ergebnisse, war alles andere als ein Vorwand, bei einem Sandwich über anekdotische Belege zu plaudern und passiv zuzuhören, wie Experten über ihr jeweiliges Fachgebiet sprachen. Die Konferenz war anspruchsvoll, das Programm breit gefächert: Die Workshops befassten sich mit so unterschiedlichen Themen wie Migration und Satelliteninformationen.

Know-how zusammenlegen, um Ergebnisse zu maximieren

Um den Personen, die an unter URBACT II und INTERREG IVC finanzierten Projekten teilnehmen, zu helfen, zusammenzukommen und im Rahmen von „Regionen für den wirtschaftlichen Wandel“ bewährte Methoden auszutauschen, organisiert die Kommission jedes Jahr eine größere Konferenz. Diese fünfte Konferenz konzentrierte sich auf drei Themen: Innovation und Kreativität, Klimawandel und nachhaltige Entwicklung. Den Zweck der Konferenz beschrieb Job Cohen, Bürgermeister von Amsterdam: „Eine Lösung für ein gemeinsames Problem finden und diese Lösung in ganz Europa verbreiten.“

603 Personen aus der gesamten EU nahmen an den neun Workshops teil, in denen es um Themen wie Wasserwirtschaft, allgemeiner Breitbandzugang, die Folgen des Klimawandels, die Auswirkungen der Industrie auf städtische Wirtschaften und Risikomanagement mithilfe von Satellitendienstleistungen ging.

Hin zu einer innovationsgesteuerten Wirtschaft

Panorama besuchte den Workshop über Kreativität und Innovation als Motoren der städtischen und regionalen Entwicklung, wo die Redner verschiedene Fragen ansprachen: Wie lässt sich die Kluft zwischen Kultur und der Geschäftswelt überbrücken, wie wird man eine erfolgreiche Kulturhauptstadt, und die grundlegende Gleichung „Kreativität+Unternehmergeist = Innovation“.

Bei seiner Eröffnung des Workshops erklärte der Vorsitzende Rudolph Niessler, Direktor für die Koordinierung der Politik, GD Regionalpolitik, das Jahr der Kreativität und Innovation ziele darauf ab, Kreativität zu einem echten Thema zu machen, das sich auf die Art, wie wir leben und unsere Wirtschaft führen, auswirkt. Der Workshop sollte ein besseres Arbeitswissen über die Rolle vermitteln, die Kultur, die Kreativbranche und Kreativität in diesem Kontext spielen können.

Im Namen des Netzwerks Flanders District of Creativity erläuterte Pascal Cools die Ziele der Organisation: das unternehmerische Flandern kreativer und das kreative Flandern unternehmerischer machen. „Die Hauptstärken einer Wirtschaft liegen in ihrer Fähigkeit, kreativ zu sein, und nicht mehr in ihrer Effizienz“, sagte er und fügte hinzu: „Regionen sind die beste Ebene, um Innovation in Angriff zu nehmen. Wir sind groß genug, um ins Gewicht zu fallen, und klein genug, um uns darum zu kümmern.“

Das Netzwerk Flanders District of Creativity ist in einem internationalen Geflecht von Regionen tätig, die auf mehr Innovation hinarbeiten, von Oklahoma bis Osaka. Cools beschrieb die Schwierigkeiten, die mit der Mitwirkung an einem internationalen Netz von Partnern mit Mitgliedern in sechs verschiedenen Zeitzonen verbunden sind. „Wann ist der richtige Zeitpunkt, um eine Telekonferenz abzuhalten, wenn sich jeder in einer anderen Zone befindet?“ Auch die unterschiedlichen kulturellen Kontexte und der Zugang der Mitglieder zu Finanzierung, der je nach ihrer Lage besser oder schlechter sein kann, seien problematisch. „Wir sind verschieden groß, sind mit verschiedenen Herausforderungen konfrontiert und tauschen unsere verschiedenen Lösungen aus, aber auf diese Weise brauchen wir das Rad nicht neu zu erfinden.“ Die Leute wundern sich manchmal, warum sie an einem derart großen Netzwerk teilnehmen. „Mitunter werde ich gefragt, ob ich nicht verrückt bin, unsere Instrumente an andere Regionen weiterzugeben“, sagt Cools. „Aber wir bekommen ja auch etwas zurück. Man muss offen sein.“

Was sich wie ein roter Faden durch die Vorträge zog, war die Erkenntnis, dass es bei Netzwerken nicht nur darum geht, miteinander zu reden – sie müssen konkrete Projekte mit ehrgeizigen Zielen verfolgen und Theorien in die Praxis umsetzen. Wie Neil Peterson, Koordinator von Liverpool, Europäische Kulturhauptstadt 2008, einräumte, hätten er und sein Team nie gedacht, dass das Jahr derart erfolgreich sein würde: „Wir haben unsere Ambitionen schon frühzeitig festgelegt und uns dann an die Arbeit gemacht“, erklärte er.

„Große Ambitionen, mundgerechte Stücke – praktische Dinge, die Sie tun können, um Ihre Ziele zu erreichen.“

Neil Peterson – Liverpool, Europäische Kulturhauptstadt, 2008



WIRTSCHAFTLICHEN WANDEL



Ein klares Ziel zu haben, kann verschiedene Organisationen zur Zusammenarbeit anregen. Fünf Jahre zuvor wetteiferten Kultureinrichtungen in Liverpool darum, Finanzmittel zu erhalten. „Ein schönes Nebenergebnis, das uns unser Jahr als Kulturhauptstadt gebracht hat, ist, dass wir jetzt häufiger gemeinsam vorgehen. Wir arbeiten zusammen darauf hin, dass Kultur weiterhin ganz oben auf der Agenda steht“, erklärt Peterson.

2008 zeigte Liverpool einen Weg auf, Kultur dazu zu benutzen, mit den Bewohnern der Stadt in Kontakt zu kommen. Kunstprojekte brachten Menschen mit unterschiedlichen Hintergründen und aus verschiedenen Gebieten der Stadt zusammen und setzten Debatten darüber in Gang, welchen Nutzen Migration und Einwanderung Liverpool im Laufe der Jahre gebracht haben und welchen Schaden Gewalt und Schwulenfeindlichkeit anrichten.

Der wirtschaftliche Nutzen liegt auf der Hand, aber: „Sie müssen wissen, wie Erfolg aussieht“, warnt Peterson. Dies stimmte mit einer früheren Bemerkung von Cools überein, dass der wirtschaftliche Nutzen von Kultur und Kreativität für eine Gemeinschaft erst nach einer gewissen Zeit erkennbar wird und möglicherweise schwer zu messen ist – es handelt sich um langfristige Investitionen in die Innovationsfähigkeit einer Region.

Kultur als Faktor für Kreativität und Innovation

Die regionale Ebene ist für Aktivitäten, die Kreativität als Motor für Wirtschaftsentwicklung einsetzen, von entscheidender Bedeutung. Durch die Verknüpfung der einzigartigen Beziehung zwischen Ort

und Kultur wird diese Kreativität gefördert. Was die Zusammenarbeit zwischen dem Kunst- und dem Geschäftssektor anbelangt, geben Areblad und Rudolph Niessler eine klare Ansage: Jeder Sektor hat seine eigene Legitimität. Es geht nicht darum, Künstler zu Geschäftsleuten zu machen oder umgekehrt. Es gibt eine gemeinsame Basis, auf der wir die Ergebnisse der Synergie zwischen den beiden optimal nutzen können. „Lassen Sie uns unser Experiment wirklich erproben und bewährte Methoden miteinander austauschen, ohne Angst und Neid, in einer Situation, in der es für alle beteiligten Partner viel zu gewinnen gibt“, sagte Niessler.

Cluster-Bildung für Wachstum

Das von dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) mitfinanziertem Netzwerk Economic Clusters of Cultural Enterprises (ECCE) bietet Unternehmern im Kultur- und Kreativsektor Beratung und Schulung an.

Diese Dienstleistungen sind über lokale Ressourcenzentren verfügbar, die in verschiedenen Städten des ECCE-Netzwerks arbeiten: Nantes, Rennes und Angers in Frankreich, Aachen in Deutschland, Eindhoven und Utrecht in Holland und Huddersfield, im Vereinigten Königreich.

Beim Wachstum im Kultursektor und der Kreativbranche geht es nicht um große Unternehmen, die sich zu Riesenunternehmen entwickeln, sondern vielmehr darum, wie kleinere Firmen insbesondere von Clustern, Netzwerken und Internet-Werbung profitieren können. Die größte Herausforderung für das Netzwerk bestand darin, eine von Benutzern erzeugte, transnationale Online-Gemeinschaft von Personen, die mit Kreativität und Kultur zu tun haben, aufzubauen.

Die Plattform kann frei benutzt werden, und Besucher können ihre persönlichen oder ihre Firmenprofile hochladen, Interessengebiete bestimmen und einen Blog starten. Sie kann auch genutzt werden, um Personen am gleichen Ort oder mit gemeinsamen Interessen zusammenzubringen. Neugierig geworden? Dann schauen Sie doch mal unter: www.connectedcreatives.eu

Regionen für den wirtschaftlichen Wandel – Bewährte Methoden beschreiben, politische Maßnahmen weiterentwickeln

Die Vielfalt der Regionen Europas hat dazu geführt, dass zur Bewältigung der zahlreichen Herausforderungen, die sich stellen, unterschiedliche Lösungen entwickelt wurden - denn jede Region hat ihre Eigenarten. Die Palette der Kompetenzen ist somit genauso vielseitig wie die Lösungen, die sie hervorbringen.

Da verschiedene Wissensgebiete einander ergänzen können, wurde die Initiative Regionen für den wirtschaftlichen Wandel auf den Weg gebracht. Sie steht im Einklang mit einer Kursänderung der Kohäsionspolitik, sich stärker auf die wesentlichen Ziele der Lissabon-Strategie für Wachstum und Beschäftigung zu konzentrieren, vor allem auf die Entwicklung der Humanressourcen, erhöhte Investitionen in Innovation und die Wissensgesellschaft, betriebswirtschaftliche Unterstützung und Entwicklung kritischer EU-Infrastrukturen.

Das Ziel der Initiative ist es, den Austausch bewährter Methoden zu intensivieren und Networking so zu einem Instrument zu machen, um gut funktionierende Ideen gemeinsam nutzen zu können. Dies wird hauptsächlich durch zwei europaweite Netzwerkprogramme, INTERREG IVC und URBACT II, verwirklicht.



LETZTE AUSGABE

In der letzten Ausgabe von Panorama ging es um die Zukunft der territorialen Kohäsion. Bei der Europäischen Kommission sind mehr als 380 Antworten auf ihr Grünbuch über die territoriale Kohäsion eingegangen. EU-Mitgliedstaaten, Regionalbehörden, regionale und lokale Vereinigungen, Städte, Wirtschafts- und Sozialpartner, Organisationen der Zivilgesellschaft, Hochschul- und Forschungseinrichtungen sowie Bürger begrüßten im Allgemeinen das Grünbuch als Beitrag zu den Überlegungen über die künftige Ausrichtung der Politik. Viele waren der Ansicht, dass territoriale Kohäsion den wirtschaftlichen und sozialen Zusammenhalt ergänzt und verstärkt. Die Europäische Kommission wird eine Zusammenfassung der Beiträge zu der Debatte veröffentlichen. Eine faktische Präsentation der Beiträge wird Teil des 6. Fortschrittsberichts zum wirtschaftlichen und sozialen Zusammenhalt sein. Als nächstes wird die Europäische Kommission untersuchen, auf welche Weise Territoriale Kohäsion nach dem Jahr 2013 in die Kohäsionspolitik der EU integriert werden kann.

NÄCHSTE AUSGABE

Die erste EU-Strategie für den Ostseeraum wird das Fokusthema der nächsten Ausgabe von Panorama sein. Die Strategie ist darauf ausgerichtet, die Region ökologisch nachhaltig zu machen und den Wohlstand zu fördern. Die Verbesserung der Verkehrsanbindungen und die Erhöhung der Sicherheit des Seeverkehrs haben ebenfalls höchste Priorität. Die Strategie, in die eine Vielfalt von Akteuren – Mitgliedstaaten, Regionen, Städte, der Privatsektor, Interessengruppen und die Öffentlichkeit – eingebunden ist, wird eine der Hauptprioritäten des schwedischen EU-Ratsvorsitzes während der zweiten Hälfte des Jahres 2009 sein. Panorama wird sich mit den Fragen befassen, die diese Region betreffen, und mit Experten sprechen, die an der Ausgestaltung der Politik mitwirken.

WANN?	WAS?	WO?
10. Juni 2009	Verabschiedung der EU-Strategie für den Ostseeraum durch die Europäische Kommission http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/baltic/index_en.htm	Brüssel (BE)
11.-12. Juni 2009	Die Ostsee-Strategie – Regionen und Kohäsionspolitik in Aktion. http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/baltic/visby_11062009_en.htm	Visby (SE)
15.-16. Juni 2009	Dritte Sitzung des Gemeinschaftsnetzwerks INFORM, des Treffpunkts für die Verantwortlichen für Öffentlichkeitsarbeit im Bereich Regionalpolitik http://ec.europa.eu/regional_policy/country/commu/index_de.cfm	Brüssel (BE)
17. Juni 2009	JESSICA Networking Platform, Brüssel http://ec.europa.eu/regional_policy/funds/2007/jjj/jessica_network_en.htm	Brüssel (BE)
18.-20. Juni 2009	Innovationstage 2009 http://www.innovationdays.eu/	Lissabon (PT)
17. Juli 2009	Letzte Frist für Bewerbungen um die RegioStars 2010 http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/interregional/ecochange/regiostars_en.cfm?nmenu=4#2010	
Frist: 15. August 2009	Europäischer Wirtschafts- und Sozialausschuss Design ZeroNine – Europäischer Preis für eine nachhaltige Gegenwart www.design-competition.eesc.europa.eu Studenten und Designer sind eingeladen, an diesem Wettbewerb teilzunehmen und ihre Ideen bis zum 15. August 2009 einzureichen.	
5.-6. Oktober 2009	Von der Europäischen Charta für Kleinunternehmen zum „Small Business Act“ http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/charter/index_en.htm	Stockholm (SE)
5.-8. Oktober 2009	Open Days – Europäische Woche der Regionen und Städte: Globale Herausforderungen, europäische Antworten http://ec.europa.eu/regional_policy/conferences/od2009/	Brüssel (BE)
14.-16. Oktober 2009	Konferenz Creativity and Innovation 2009 http://www.creativityandinnovation.nl/	Maastricht (NL)

Informationen über wichtige regionalpolitische Veranstaltungen finden Sie unter:
http://ec.europa.eu/regional_policy/conferences/agenda/index_de.cfm

VERLEIHEN SIE IHRER STIMME GEHÖR

KN-LR-09-029-DE-C

Diese Ausgabe von Panorama ist [JPF1] die erste mit unserem neuen Grafikdesign und Redaktionskonzept.

Panorama wird nach wie vor in jeder Ausgabe auf ein bestimmtes Thema eingehen. Gleichzeitig haben wir jedoch neue Themenbereiche hinzugefügt, um die Regionalpolitik aus den unterschiedlichen Blickwinkeln aller Beteiligten zu untersuchen. Der Artikel „The Inside Project“ stellt Projekte vor, die Panorama über einen längeren Zeitraum hinweg mitverfolgen möchte, um beispielsweise die Hochs und Tiefs der Verwaltung und Durchführung von Projekten, die vom EFRE kofinanziert werden, aufzuzeigen, während „Common Ground“ untersucht, inwieweit andere Organisationen auf diesem Gebiet tätig sind.

Ab der nächsten Ausgabe werden Sie Gelegenheit haben, Ihre Fragen zu praktischen Projektaspekten, politischen Maßnahmen oder dem in der Ausgabe behandelten Thema einzubringen. Wir möchten die Fragen, Antworten und Kommentare, die für unsere Leser am interessantesten sind, veröffentlichen. Die nächste Ausgabe von Panorama wird sich schwerpunktmäßig mit der ersten **EU-Strategie für den Ostseeraum** befassen. Der Zweck dieser Strategie wird darin bestehen, die Bemühungen der verschiedenen Akteure in der Region (Mitgliedstaaten, Regionen, Finanzeinrichtungen, die EU, pan-baltische Organisationen, Nichtregierungsstellen usw.) zu koordinieren, damit sie durch ihre Zusammenarbeit eine ausgewogenere Entwicklung der Region fördern können.

Setzen Sie sich unter regio-panorama@ec.europa.eu mit uns in Verbindung, um Fragen zu stellen oder Ihre Meinung zu diesem oder jedem anderen regionalpolitischen Thema zum Ausdruck zu bringen.

ISSN 1608-3881

© Europäische Gemeinschaften, 2009
Die Wiedergabe mit Quellenangabe ist gestattet.

Gedruckt in Belgien

AMT FÜR AMTLICHE VERÖFFENTLICHUNGEN
DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN
L-2985 Luxemburg

European Commission, Directorate-General for Regional Policy
Unit B1 – Information and Communication
Raphaël Goulet
Avenue de Tervuren 41, B-1040 Brussels
Fax (32-2) 29-66003
E-mail: regio-info@ec.europa.eu
Internet: http://ec.europa.eu/regional_policy/index_de.htm

