

6.3. Kreativität schafft Wachstum

Digital, innovativ und kundenorientiert – keine Branche ist so am Puls der Zeit wie die Kreativwirtschaft. Davon können sich konventionelle Industrien und ihre Forscher inspirieren lassen, um Lösungen für die Herausforderungen von morgen zu finden. In Belgien setzen sich private und öffentliche Akteure für diese Cross Sector-Aktivitäten in den drei Regionen Brüssel-Hauptstadt, Flandern und Wallonien ein.

Über acht Millionen Menschen sind in einem kreativen Beruf tätig, schätzt die Europäische Kommission. Sie tragen mit 4% zum europäischen Bruttoinlandsprodukt bei. Zur sogenannten Kreativwirtschaft gehören i.d.R. Medien (Bücher, Presse, TV, Radio), Musik, Bühnenkunst und bildende Kunst, Film, Gaming (Videospiele), Architektur, Werbung und Design. Europa ist weltweit nach Asien der zweitgrößte Markt für diese kreativen Branchen oder „Cultural and Creative Sector“ (CCI), wie sie auch genannt werden. Die EU hatte 2010 in einem European Competitiveness Report anerkannt, dass kreative Industrien für den Standort Europa ein Alleinstellungsmerkmal sein und im weltweiten Wettbewerb einen Unterschied ausmachen können. Mittlerweile fördert die EU mit verschiedenen Initiativen und Programmen den kreativen Sektor und seine Zusammenarbeit mit der Industrie, z. B. im Rahmen des Programms „Creative Europe“.

EU-Kreditgarantien für belgische Start-ups

Die Branche lebt von Kreativität und diese zeichnet sich bekanntlich durch viele neue Ideen aus. Zu einer Idee gehört allerdings auch immer ein Unternehmer. Doch aller Anfang ist schwer. Umso freudiger fassen die kreativen Cluster der drei Regionen Belgiens die Nachricht vom 19. März auf, dass der Europäische Investment Fonds (EIF) Belgien 25 Millionen Euro Kreditgarantien zur Verfügung stellt, um den Start-ups der Kreativbranche unter die Arme zu greifen. 2016 brachte die EU und der EIF das Programm mit insgesamt 121 Millionen Kreditgarantien auf den Weg. EU-Kommissar für Bildung und Kultur, Tibor Navracsics, hierzu: „Die Kultur und der kreative Sektor bauen Brücken zwischen Kunst, Wirtschaft und Technologie. Sie sind die Katalysatoren der Innovation. Diesen Firmen zu Wachstum zu verhelfen und Kreativität zu stimulieren, ist eine Priorität auf der Tagesordnung der Europäischen Kommission.“ Belgien ist der fünfte Mitgliedstaat, der Zugang zu diesen Garantien erhält.

Cosmopolitan Chicken inspiriert Genforschung

In Belgien hat jede Region ihre eigenen Strukturen und Cluster, um den kreativen Sektor zu fördern. In Flandern ist es Flanders DC, in der französischsprachigen Region heißt es Creative Wallonia und in der Hauptstadt Creative Brussels. Sie unterscheiden sich in Struktur, Finanzierung und Ansatz, aber sie haben alle dasselbe Ziel: die kreative Branche mit Wirtschaft und Gesellschaft in Kontakt zu bringen, mehr Wachstum zu kreieren und gemeinsam Zukunftslösungen zu finden. So lassen sich in Flandern Genforscher vom Cosmopolitan Chicken des Künstlers Koen Vanmechelen inspirieren. In Brüssel kreieren Hackathons neue Ideen für das Verkehrsministerium. Und in der Wallonie bringt das Cluster Creative Wallonia mit Hilfe der „boost-up“-Finanzierung innovative und kreative Produkte und Dienstleistungen auf den Markt.

Umdenken für mehr kreative Lösungen

Diese Initiativen gehen alle auf die Annahme zurück, dass die klassischen Forschungs- und Entwicklungsabteilungen der Unternehmen oder Universitäten nicht mehr alleine die Antworten auf die Herausforderungen unserer Gesellschaft finden können. Oder wie es Alain Heureux, Verwaltungsrat von Creative Brussels, im Gespräch mit debelux magazine ausdrückt: „Ingenieure sollten aus ihrer Welt herauskommen, sich nicht in ihren Forschungs- und Entwicklungslaboren einschließen. Für die Welt von morgen gilt das Motto Open Innovation“. In Belgien gibt es zahlreiche FabLabs (Fabrication Laboratory), LivingLabs und Unternehmensinkubatoren die Start-ups mit Tests und Beratung bei der Markteinführung unter die Arme greifen. Dort begegnen sich kreative Akteure und traditionelle Industriell, um sogenannte Cross_Sector_Projekte anzustoßen. »Diese Co-Kreation kann die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen unserer Region langfristig positiv beeinflussen“, sagt Vincent Lepage vom walionischen Wirtschaftsministerium. Ob Kreislaufwirtschaft, Smart City oder Industrie 4.0, kreative Akteure bilden einen Mehrwert für die traditionelle Wirtschaft. Um sich dieses Potentials anzunehmen, braucht es vielleicht ein Umdenken. „Das kann noch eine Weile dauern“, stellt der Geschäftsführer von Flanders DC, Pascal Cool, im Interview fest. Aber der Anfang ist gemacht.

20 belgische Firmen waren 2018 auf der Gamescom in Köln unter den Ausstellern vertreten. Belgien zählt 4,2 Millionen aktive Gamer (von 11 Millionen Einwohnern), die 2018 voraussichtlich 332 Millionen Euro US-Dollars für Computer spielen ausgeben werden. Damit landet Belgien auf Platz 31 der TopGaming-Märkte weltweit. Auf Seite der Produzenten und Dienstleister läuft die Branche auf Hochtouren. Sie suchen Nachwuchs. Allein in Flandern gibt es vier Hochschulen, die 3D Game Design und Game-Produktion anbieten. An der Howest (Hochschule Westflandern) in Kortrijk schreiben sich jährlich 850 Studenten in Digital Arts und Entertainment. Sie ist die größte Computerspielschule in Benelux. Foto: gamescom / koelnmesse

Umsatzanteile in der Kreativwirtschaft (in %)



Design
Darstellende Künste
Audiovision
Mode
Druck
Architektur
Werbung
Fotografie

B-Brüssel
 F-Flandern
 W=Wallonie

Debelux magazine #02 April-Avril/Mai-Mei 2018