

NICHTTECHNISCHE INNOVATION - EIN DENKANSTOSS IN ETAPPEN

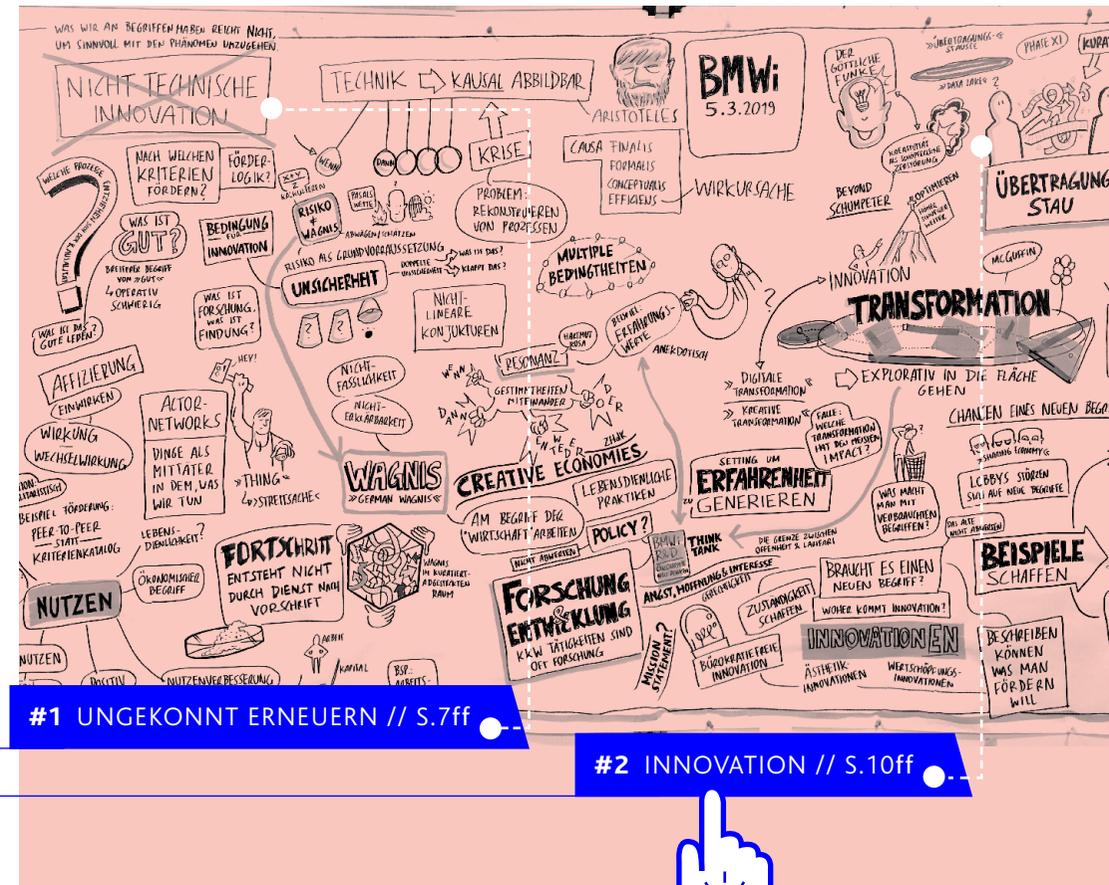


ROADMAP

Das vorliegende Dossier dient der Auseinandersetzung mit der Frage, wofür „nichttechnische Innovation“ steht und wie das mit der Formel Gemeinte in der Sache gefasst werden kann. Ansatzpunkt ist hier eine Analyse des Begriffsfelds, in dem sich entsprechende Anhaltspunkte finden lassen und aus dem heraus neue Blickwinkel auf die Thematik gewonnen werden können.

Auch wenn der Impuls zu diesen Überlegungen aus dem Kontext der Kultur- und Kreativwirtschaft stammt, ist die Relevanz des Themas keineswegs auf diese beschränkt. Wenn daher im Folgenden in Anlehnung an die Arbeiten von Simon Grand und Christoph Weckerle von den „Creative Economies“¹ gesprochen wird, sind damit nicht die meist unter der Überschrift „Kultur- und Kreativwirtschaft“ versammelten Teilmärkte gemeint², sondern kreative Formen des Umgangs mit dem Ökonomischen in allgemeinerer Perspektive.

Um eine Hauptthese vorwegzunehmen: Vorgeschlagen wird, auf Basis einer begriffsanalytischen Auseinandersetzung, die Rede von der „nichttechnischen Innovation“ aufzugeben ¶ und durch die Formel „kreative Transformation“ zu ersetzen. Grund dafür ist im Kern, dass der Begriff der Innovation ¶ vom Anliegen gezielter Verbesserung (der Konkurrenzfähigkeit, der Leistungsfähigkeit, der monetären Wertschöpfung, der sozialen Konstellation usw.) getragen wird und damit weiterhin in der Schumpeterschen Tradition der Konkurrenz von alt und neu gedacht wird. Diese Koppelung scheint robust, was dafür spricht, dass der Begriff nur beschränkt umdeutbar ist – bzw. wenn man ihn umdeutet, die Gefahr besteht, die am traditionellen Verständnis hängenden Assoziationen zu aktivieren.



1 // Vgl. zur Begrifflichkeit Weckerle, Christoph/Grand, Simon: Unternehmerische Strategien in den Creative Economies: 12 Beobachtungen; im Internet unter http://creativeeconomies.zhdk.ch/files/Non-Paper_2.pdf (abgerufen am 26.04.19) sowie die Website <http://www.creativeeconomies.com>

2 // Vgl. dazu die aktuellen Kategorien und Zahlen: <https://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/KUK/Navigation/DE/DieBranche/uebersicht/uebersicht.html> (abgerufen am 20.06.19)

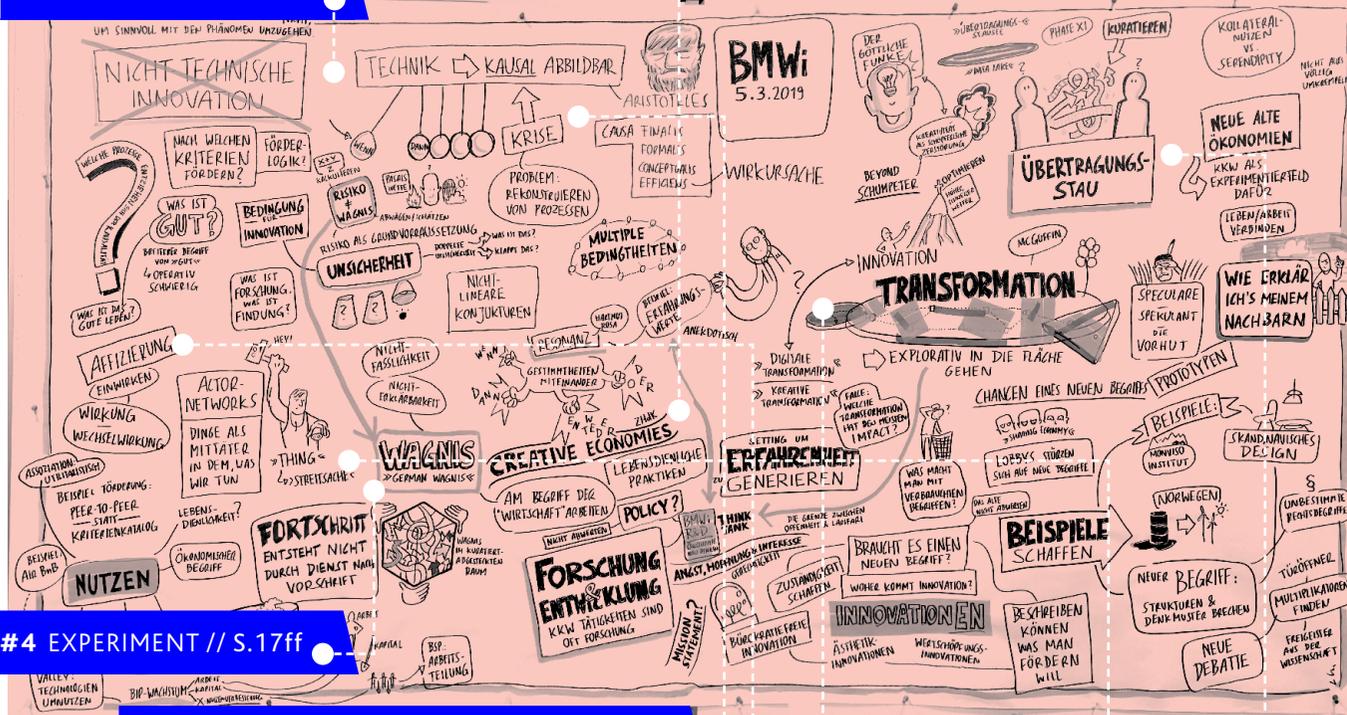
Klicken um zum Kapitel zu gelangen.

Im Folgenden soll nun gezeigt werden, dass zentrale Qualitäten der „Creative Economies“ gerade nicht auf einem Denkstil fußen, der sich an der gerichteten Verbesserung eines Bestehenden orientiert und daher einiges dafür spricht, den Innovationsbegriff in diesem Zusammenhang nicht zu verwenden, will man nicht an der gemeinten Sache vorbeireden. Auch die Voranstellung von „nichttechnisch“ löst das Problem nicht. Aktuelle Definitionsversuche beschreiben damit als entscheidenden Neuerungsfaktor „Anwendungskontext“ – es also um die Originalität der Verwendung von etwas Bestehendem – nicht aber die Originalität von etwas, das zuvor gar nicht bestanden hat, geht.

So aber lässt sich ein entscheidender Aspekt nicht einholen, der die Akteur*innen der Creative Economies antreibt und diese Form des Wirtschaftens ausmacht: ein von Experimentierlust motivierter Umgang mit Möglichkeiten, der gerade weil er nicht zielgerichtet ist, Ungesahntes hervorbringen kann, das Anwendungskontexte selbst verändert. Anders gesagt: eine Lust daran, sich in transformative Konstellationen zu begeben, die co-creative Wechselwirkungen von Menschen und Dingen in unberechenbarer Weise produktiv machen. Hier besteht eine große Nähe zu künstlerischen Denk- und Verfahrensweisen: Deren Autor*innen sind geleitet durch ein Interesse daran, was geschieht, wenn man die Welt durch ungewöhnliche Eingriffe in die bestehende Wirklichkeit provoziert und diese damit in produktive Schwingungen bringt.

#10 KREATIVE ÖKONOMIEN // S.35ff

#3 NEU MAL 8 // S.13ff



#4 EXPERIMENT // S.17ff

#9 CREATIVE TRANSFORMATION // S.32ff

#5 URSACHE UND NEBENWIRKUNGEN // S.20ff

#6 DINGE // S.23ff

#7 ÄSTHETIK // S.26ff

#8 ÜBERTRAGUNGSSTAU // S.29ff

Um diese Eigenschaften im realwirtschaftlichen Zusammenhang produktiv zu machen, reicht es allerdings nicht, die etablierten Instrumente der Innovationsförderung anzuwenden, die ihre Erfolgskriterien nach definierten Indikatoren ausrichten und dem obengenannten Konzept von Innovation folgen. Vielmehr braucht es Reallabore zur praxisinduzierten Erforschung jener Rahmenbedingungen, die für die Akteur*innen der Creative Economies förderlich sind und deren Ambition unterstützt, als Change-Maker im breit gefassten Sinn des Wortes agieren zu können – also nicht nur ökonomisch, sondern auch mit Blick auf eine nachhaltige Entwicklung gesellschaftlicher Verhältnisse und Zukunftsnarrative. Denn: Das Potential der Creative Economies geht weit über eine in den Kategorien des BIP messbare Wertschöpfung hinaus und bietet daher neue Perspektiven dafür, Konzepte des Ökonomischen als Praktiken zur Förderung lebensdienlicher Verhältnisse zu entwickeln.

#11 DOING RESEARCH & DEVELOPMENT // S.39ff

#10 KREATIVE ÖKONOMIEN // S.35ff



WAS WIR AN BEGRIFFEN HABEN REICHT NICHT, UM SINNVOLL MIT DEN PHÄNOMEN UMZUGEHEN.

~~NICHT TECHNISCHE INNOVATION~~

#1 UNGEKONNT ERNEUERN

TECHNIK ↔ KAUSAL ABBILDBAR



ARISTOTELES

BMWi
5.3.2019

CAUSA FINALIS
FORMALIS
CONCEPTUALIS
EFFICIENS

WIRKURSACHE

KRISE

PROBLEM:
REKONSTRUIEREN
VON PROZESSEN

MULTIPLE
BEDINGTHEITEN

BEISPIEL:
ERFAHRUNGS-
WERTE

ANEKDOTISCH

DIGITALE
TRANSFORMATION
KREATIVE
TRANSFORMATION

SETTING UM
ERFAHREN
GENERIERE

CREATIVE ECONOMIES

LEBENS-
DIENLICHE
PRAKTIKEN

POLICY?

BMWi
R&D
OKUMIERE
NEU DENKEN

THINK
TANK

DIE GRENZE
OFFENHEIT

FORSCHUNG

ANZST. HOFFUNG & INTERESSE
GEGENÜBER
GEGENÜBER



RISIKO ≠
WAGNIS



UNSIKERHEIT

NICHT-
LINEARE
KONJUKTUREN

NICHT-
FASSLICHKEIT
NICHT-
ERKLÄRBARKEIT

WAGNIS
»GERMAN WAGNIS«

BEDINGUNG
FÜR
INNOVATION

WAS IST
GUT?

BREITERER BEGRIFF
VOM »GUT«
↳ OPERATIV
SCHWIERIG

WAS IST
FORSCHUNG,
WAS IST
FINDUNG?

AFFIZIERUNG
EINWIRKEN

WIRKUNG
WECHSELWIRKUNG

ACTOR-
NETWORKS
DINGE ALS
MITTÄTER
IN DEM, WAS
WIR TUN

»THING«
↳ »STREITSSACHE«

FORTSCHRIT
ENTSTEHT NICHT
DURCH DIENST NACH



WAGNIS
IM KURATIERT-
ABGESTECKTEN
RAUM

WELCHE PROZESSE
KANN MAN
KONTROLLIEREN?

NACH WELCHEN
KRITERIEN
TÜR ERÖFFNEN
LOGIK?

WAS IST DAS?
GUTE LEBEN?

ASSOZIATION:
UTILITARISTISCH
BEISPIEL FÖRDERUNG:
PEER-TO-PEER
STATT
KRITERIENKATALOG

LEBENS-
DIENLICHKEIT?
ÖKONOMISCHER
BEGRIFF

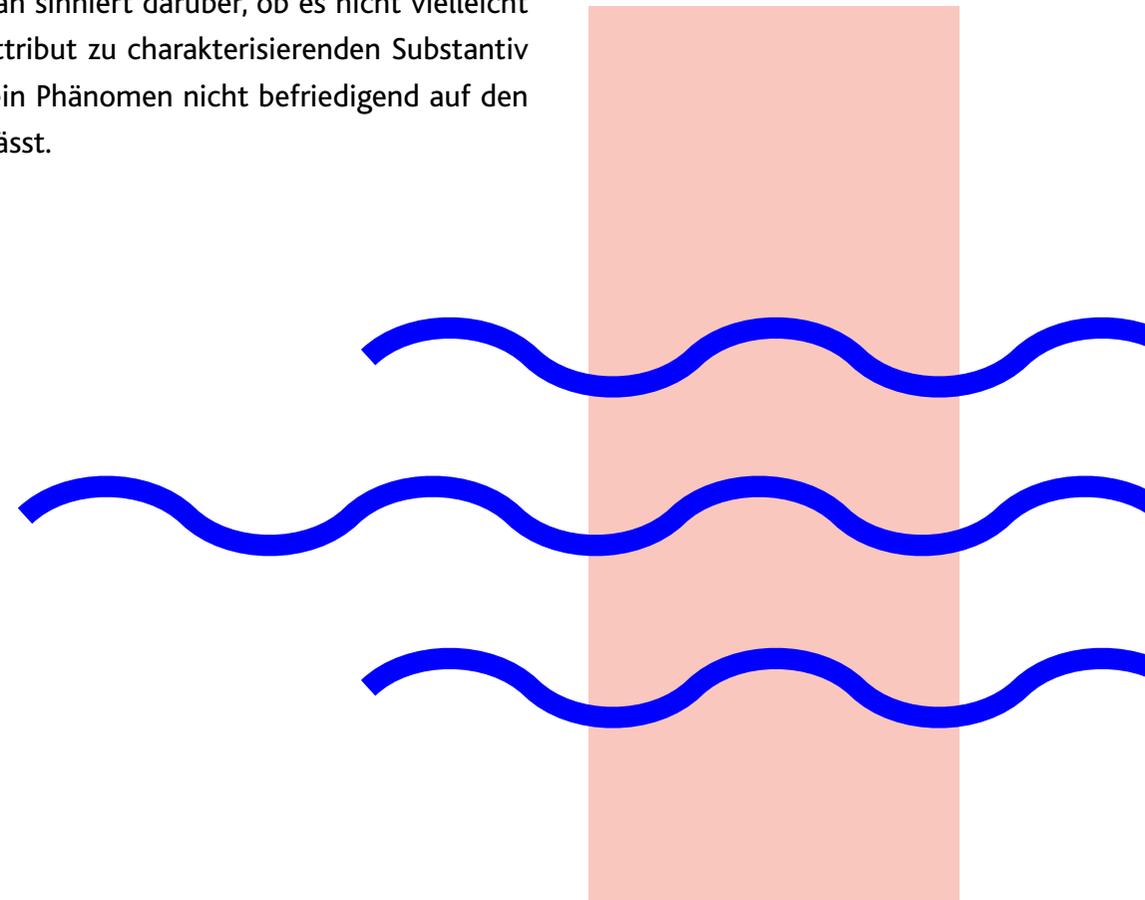
BEISPIEL:
No BnB

UNGEKONNT ERNEUERN

Angesichts einer, in der jüngeren Vergangenheit zunehmenden, Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft tauchte vermehrt die Frage auf, worin denn eigentlich das spezifische Innovationspotential dieses Wirtschaftszweiges besteht. Eine Formel, die dafür einschlägig schien, war die der „nichttechnischen Innovation“. Zweifellos eine begriffliche Verlegenheitslösung und daher eher unbefriedigend in der definitorischen Schlagkraft, denn wenn etwas nur als das, was es nicht ist, charakterisiert werden kann, scheint doch das, was es ist, noch nicht (be-)greifbar.

Hinzu kommt der bemerkenswerte Umstand, dass, wenn man den Technikbegriff – abstammend vom griechischen Wort „techné“, das in einer der vielfältigen Begriffsdimensionen mit Kunstfertigkeit, Können zu übersetzen ist – und jenen der Innovation – abstammend von lateinisch „innovare“: erneuern – als wörtliche Referenz nimmt, die Bedeutung der fraglichen Formel „ungekonnte Erneuerung“ hieße. Und das ist vermutlich eher nicht gemeint.

Nun gibt es mehrere Strategien, um mit derartigen Verlegenheitslösungen umgehen zu können. Man kompensiert durch eine Erläuterung auffälliger Unterschiede zu dem, was es nicht ist, man saniert durch ein neues positives Attribut oder man sinniert darüber, ob es nicht vielleicht am durch das Attribut zu charakterisierenden Substantiv liegt, dass sich ein Phänomen nicht befriedigend auf den Begriff bringen lässt.



Im Falle der „nichttechnischen Innovation“ und der damit adressierten Dynamik von Creative Economies wurde vor allem der erste Weg gewählt. Dazu ein Auszug aus einer in jüngerer Zeit erschienen Studie zum Thema:

» Unter nichttechnischen Innovationen werden neuartige Produkt-, Dienstleistungs-, Prozess-, Organisations- und Marketingkonzepte wie auch Geschäftsmodelle verstanden. Der primäre Wertschöpfungsbeitrag entsteht dabei nicht aus eingesetzten Technologien (z.B. Komponenten, Software), sondern wesentlich aus Veränderungen, die auf bisher nicht bekannte Anwendungskontexte, Nutzungsmöglichkeiten, organisationale Strukturen oder Ertrags- und Wertschöpfungsmechaniken abzielen. Nichttechnische Innovationen zeichnen sich vor allem durch eine hohe Kontextabhängigkeit und Anwendungsvielfalt aus. Sie haben interaktiven Charakter und weisen tendenziell keine objektivierten Produkteigenschaften auf. Nichttechnische Innovationen können in marktorientierter und gemeinwohlorientierter Ausprägung, aber auch in Mischformen vorliegen.³ ‹‹

Strategie zwei (Änderung des Attributs „nichttechnisch“) und drei (Änderung des Substantivs „Innovation“) wurden hier nicht verfolgt.

Im Folgenden soll nun letztgenannte Variante angegangen werden. Wenn sich nämlich zeigen ließe, dass es der Innovationsbegriff ist, der hier das semantische Hindernis für die Fassung des gemeinten Sachverhalts darstellt, wäre die Suche nach einem anderen Attribut ja wenig sinnvoll.



3 // Heiner, Thomas et al.:
Ökonomische und verwaltungstechnische Grundlagen einer Förderung nichttechnischer Innovationen, Frankfurt 2016, S. 41; https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Studien/studie-zu-nichttechnischen-innovationen.pdf?__blob=publicationFile&v=2 (abgerufen am 26.4.19)

#1 UNGEKONNT ERNEUERN

TECHNIK ↔ KAUSAL ABBILDBAR



ARISTOTELES

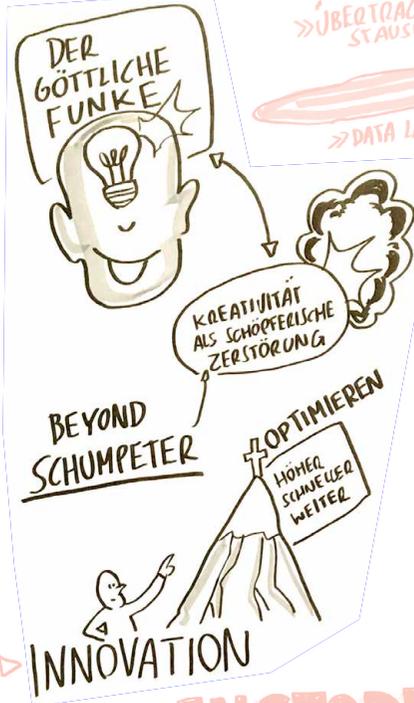
BMW: 5.3.2019

CAUSA FINALIS
FORMALIS
CONCEPTUALIS
EFFICIENS

WIRKURSACHE

KRISE

PROBLEM:
REKONSTRUIEREN
VON PROZESSEN



ÜBERTRAGUNGSSTAU

#2 INNOVATION

MULTIPLE BEDINGTHEITEN

NICHT-LINEARE KONJUKTUREN

BEISPIEL: ERFAHRUNGS- WERTE

ANEKDOTISCH

RESONANZ



CREATIVE ECONOMIES

LEBENSDIENLICHE PRAKTIKEN

ERFAHRENHEIT GENERIEREN

SETTING UM

FALLE: WELCHE TRANSFORMATION HAT DEN MEISTEN IMPACT?

EXPLORATIV IN DIE FLÄCHE GEHEN

CHANCEN EINES NEUEN BEGRIFFS

SHARING ECONOMY

LOBBYS STÜRZEN SICH AUF NEUE BEGRIFFE

WAS MACHT MAN MIT VERBRAUCHTEN BEGRIFFEN?

DAS ALTE NICHT ABWERTEN

BEISPIELE SCHAFFEN

NICHT-FASSLICHKEIT

NICHT-ERKLÄRBARKEIT

WAGNIS

»GERMAN WAGNIS«

AM BEGRIFF DER "WIRTSCHAFT" ARBEITEN

POLICY?

NICHT ABWERTEN

FORSCHUNG

BMW: R&D ÖKOLOGISCHE NEU DENKEN

THINK TANK

DIE GRENZE ZWISCHEN OFFENHEIT & LAIFARI

ANGST, HOFFUNG & INTERESSE GERECHTIGKEIT

BRAUCHT ES EINEN NEUEN BEGRIFF?

NEUE

WENN

DANN

PASALS WETTE

ABWÄGEN/SCHÄTZEN

ALS GRUNDVORRAUSSETZUNG

DOPPELTE UNSICHERHEIT

WAS IST DAS? KLAPPT DAS?

SICHERHEIT



MCGUFFIN

SPEC... SPEK... DI... VORH...

INNOVATION

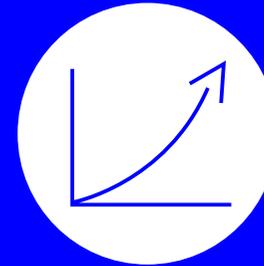
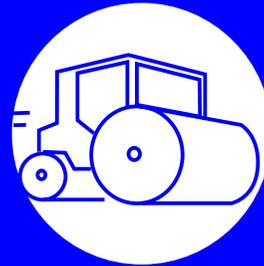
Ist also der Innovationsbegriff mit Blick auf die Creative Economies überhaupt geeignet? Lässt sich mit ihm das, was heute unter kreativem unternehmerischen Handeln verstanden wird, sinnvoll beschreiben? Bis heute ist der im wirtschaftsbegrifflichen Alltag verwendete Innovationsbegriff mit jener bekannten Definition Schumpeters verbunden, der damit jene „schöpferische Zerstörung“ bezeichnet, die „unaufhörlich die Wirtschaftsstruktur von innen heraus revolutioniert, unaufhörlich die alte Struktur zerstört und unaufhörlich eine neue schafft“. Und: „Dieser Prozess der „schöpferischen Zerstörung“ ist das für den Kapitalismus wesentliche Faktum. Darin besteht der Kapitalismus und darin muss auch jedes kapitalistische Gebilde leben.“⁴

Und da genau liegt der Haken: Das die „schöpferische Zerstörung“ treibende Motiv ist eine destruktive Konkurrenz, die sich dann in der „unaufhörlichen Revolution“ zur ebenso unaufhörlichen Bemühung um Durchsetzung einer führenden Marktposition markiert. Dieser dem klassischen Modell des Kapitalismus entstammende Resonanzraum wohnt dem Begriff der Innovation, wie er heute im wirtschaftspolitischen Diskurs verwendet wird, weiterhin inne und mobilisiert einen Assoziationshori-

zont, der das Schöpferische eben gerade nicht in einem ergebnisoffen-spielerischen Sinne versteht.⁵ Schöpferisch im Sinne einer Kreativität, die künstlerischen Denk- und Verfahrensweisen nahesteht, kollaborativ orientiert und bezüglich der Motivationslagen der Akteur*innen divers ist. Vielmehr bleibt Innovation aus dieser Genealogie heraus immer „gebannt“ durch das Bestehende, das es zu „zerstören“ gilt und diese Zerstörung ist motiviert durch das Ziel der Durchsetzung konkurrenzierender Interessenslagen. ■

4 // Vgl. dazu Schumpeter Joseph A.: Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie, Stuttgart 2005, Kap. 7.

5 // Vgl. dazu die einschlägigen Definitionen im Oslo-Manual, wo von „improvement“ gesprochen wird und im Frascati-Manual, wo von „inurement“ die Rede ist.



THESE 1:

Die Rede von Innovation fußt auf einem Ökonomieverständnis, das *Erneuerung* primär als *Er-Neuerung* der Marktführer*innenschaft denkt, nicht aber als Neuerung im Sinne der Entstehung von etwas ungeahnt Neuem.

UM SINNVOLL MIT DEN PHÄNOMENEN UMZUGEHEN

#1 UNGEKONNT ERNEUERN
#2 INNOVATION

INNOVATION

TECHNIK → KAUSAL ABBILDBAR



ARISTOTELES

BMW: 5.3.2019

CAUSA FINALIS
FORMALIS
CONCEPTUALIS
EFFICIENS

WIRKURSACHE



PROBLEM:
REKONSTRUIEREN
VON PROZESSEN

NACH WELCHEN
KRITERIEN
FÖRDERN?

FÖRDER-
LOGIK?

WAS IST
GUT?

BREITERER BEGRIFF
VON »GUT«
↳ OPERATIV
SCHWIERIG

BEDINGUNG
FÜR
INNOVATION

RISIKO
≠
WAGNIS

ABWÄGEN / SCHÄTZEN

#3 NEU MAL 8

UNSICHERHEIT

WAS IST
FORSCHUNG,
WAS IST
FINDUNG?

NICHT-
LINEARE
KONJUNKTUREN

MULTIPLE
BEDINGTHEITEN

BEISPIEL:
ERFAHRUNGS-
WERTE

ANEKDOTISCH

AFFIZIERUNG

EINWIRKEN

ACTOR-
NETWORKS

DINGE ALS
MITTÄTER
IN DEM, WAS
WIR TUN

»THING«
↳ »STREITSACHE«

NICHT-
FASSLICHKEIT

NICHT-
ERKLÄRBARKEIT

WAGNIS

»GERMAN WAGNIS«

RESONANZ

GESTIMMTHEITEN
MITEINANDER

WENN
DANN

ENTWEDER
ODER

CREATIVE ECONOMIES

LEBENS-DIENLICHE
PRAKTIKEN

AM BEGRIFF DER
»WIRTSCHAFT« ARBEITEN

POLICY?

NICHT ABWERTEN

FORSCHUNG
& ENTWICKLUNG

BMW: R&D
ORIGINE
NEU DENKEN

THINK
TANK

ANGST, HOFFUNG & INTERESSE
GERECHTIGKEIT

ZUSTÄNDIGKEIT
SCHAFEN

BRÄUCHE
NEUE

WOHER

»DIGITALE
TRANSFORMATION«

»KREATIVE
TRANSFORMATION«

FÄLLE:
WELCHE
TRANSFORMA-
TION HAT DEN
MEISTEN
IMPACT

SETTING UM
ERFAHRENHEIT
GENERIEREN

DIE GRENZE ZWISCHEN
OFFENHEIT & LAZIFARI

FORTSCHRITT
ENTSTEHT NICHT
DURCH DIENST NACH
VORSCHRIFT



WAGNIS
IM KURZAT-
ABGESTECKTEN
RAUM

NUTZEN

ÖKONOMISCHER
BEGRIFF

LEBENS-
DIENLICHKEIT?

WIRKUNG
NECHSELWIRKUNG

AFFIZIERUNG

WAS IST DAS
GUTE LEBEN?

WELCHE PROZESSE
ENTSTEHEN BEI DER
KONSTRUKTION

BEYOND
SCHUM

DER GÖTTLICHE
FUN

NEU MAL 8

Innovation bedeutet bekanntlich Erneuerung. Das hier zentrale Wort „Neu“ ist allerdings nicht so eindeutig, wie es scheinen mag. Grimms Wörterbuch verzeichnet nicht weniger als acht unterschiedliche Verständnisse bzw. Bedeutungsdimensionen von «neu»⁶:

- 1 „neu“ im Sinne von: erst oder unlängst entstanden, geschehen
- 2 „neu“ im Sinne von: ungebraucht, nicht abgenutzt, frisch, glänzend
- 3 „neu“ im Sinne von: Verjüngtes, Besseres, Frischeres, Kräftigeres, das an die Stelle des Alten getreten ist
- 4 „neu“ im Sinne von: überhaupt etwas Anderes als das Frühere und Bisherige
- 5 „neu“ im Sinne von: (nach einer Unterbrechung) die Fortsetzung oder Wiederholung, das erneuerte Auftreten eines Früheren oder die Erneuerung/Nachbildung desselben

6 „neu“ im Sinne von: das Neue als etwas, von dem man noch nichts gehört hat, das einem unbekannt und fremd, also ganz neu ist (und dadurch auch manchmal ungewöhnlich und seltsam ist)

7 „neu“ im Sinne von: unerfahrene Personen, die unbekannt mit etwas sind („Neuling“)

8 „neu“ im Sinne von: neuerungssüchtig, reformfreundlich („ein neuer Kopf“)

Hier finden sich also ganz unterschiedliche Aspekte, die im Begriff der „Innovation“ eingelagert sind aber keineswegs alle das Gleiche bedeuten. Als Leitdifferenz könnte man hier den Unterschied von Neuerung und Er-Neuerung setzen. Ein Austausch von Altem durch Neues ist nicht das Gleiche wie die Schaffung von etwas, das es vorher nicht gab. Dass einem etwas „neu“ ist, heißt nicht, dass es sich um eine Neuerung handelt. Neuerung als die Entstehung von etwas, das zuvor nicht da war, ist nicht per se „Verbesserung“ usw.

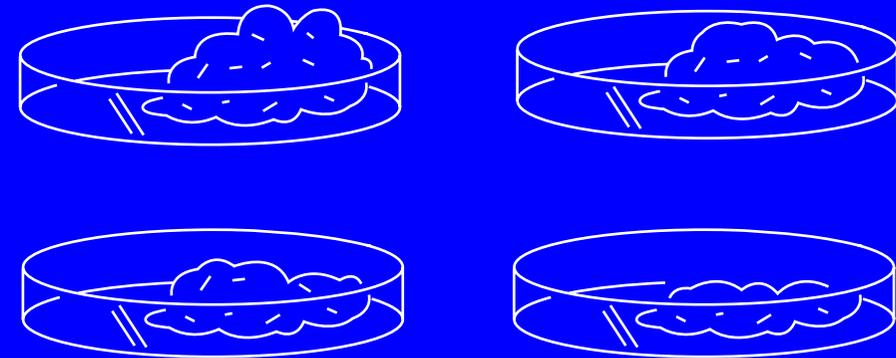
6 // Grimm, Jakob und Wilhelm: Deutsches Wörterbuch, Nachdruck der Erstausgabe von 1889, Bd. 13, München: dtv 1999, S. 644ff.

Mit Blick auf die Rede von Innovation ist nun entscheidend, welche „(Er-)Neuerungskonzeption“ intendiert wird. Geht es um das „überhaupt Andere“, „Unbekannte, Fremde“ oder „unlängst Entstandene“ – oder geht es um etwas, das schon „bestehend aber bislang unbenutzt“ war oder etwas „Verjüngtes, Besseres, Frischeres, Kräftigeres,“ das das Alte ersetzt?

Anders gesagt: haben wir es zu tun mit **Optimierung und Re-Novation** von Bestehendem (und damit einem Bestandserhalt) ODER mit **Erschaffung und Entdeckung** von Noch-Nicht-Bestehendem?

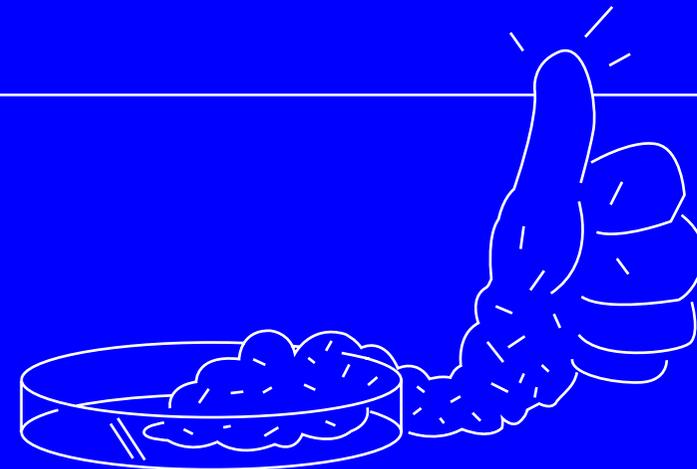
Wie wäre vor diesem Hintergrund etwa die schon genannte Definition von „nichttechnischen Innovationen“ zu verstehen, die ja charakterisiert werden als „Veränderungen hinsichtlich der Anwendungskontexte, Nutzungsmöglichkeiten, organisationalen Strukturen oder Ertrags- und Wertschöpfungsmechaniken“? Ist das nun Optimierung der Nutzung des bestehenden, aber bislang ungenutzten Potentials?

Auch wenn der Begriff der Innovation also in seiner Eignung für die Charakterisierung von Neuerungs dynamiken im Zusammenhang der Creative Economies eher fraglich ist, lohnt es doch, auch das Attribut „nichttechnisch“ nochmals genauer anzuschauen, verspricht es doch Hinweise darauf, was mit der Rede von „nichttechnischer Innovation“ assoziiert und an Klärung zu finden versucht wird. Was meint der Begriff Technik im heutigen Alltagsverständnis?



THESE 2:

Innovationen führen zu Optimierung oder Re-Novation von Potentialen eines Bestehenden, nicht aber zur Entdeckung oder Erschaffung von Neuerungen, aus denen *neue Potentiale* entstehen.



In der Regel bezeichnet er ausführungsbezogene Fertigkeiten oder Apparate, die etwas beherrschbar oder steuerbar machen. Anders gesagt: Es geht um ein Verfügen über Mittel zur Erreichung vorgegebener Zwecke – sei es durch bestimmte Handlungsschemata („ein Instrument beherrschen“) oder bestimmte Umsetzungsabläufe (z.B. durch Maschinen).

» TECHNIK

- 1) Beherrschung eines Handlungsschemas
- 2) Bereitstellung oder Beherrschung von Mitteln für feststehende Zwecke nach funktionalen und zweckrationalen Gesichtspunkten
- 3) Produkte ingenieurmäßiger Konstruktion und handwerklicher Herstellung von Artefakten durch zweckrationales Handeln, insbesondere von Geräten und Maschinen⁷



Der Begriff „technisch“ steht also im Denkhorizont der Zweckrationalität und beschreibt ein Weltverhältnis der Steuerung und Kontrolle von Geschehnissen. Vor diesem Hintergrund wäre dann die Rede von „nichttechnischer Innovation“ ein Hinweis darauf, dass ein anderes Weltverhältnis bezeichnet werden soll, eines, das die Dinge „lässt“ und mit dem anderes entstehen kann als das, was im Zuge

des Kontrollverhältnisses möglich ist. Damit wäre dann die Intention der Rede von „nichttechnisch“, dass hier Steuerung und Kontrolle nicht die Kerneigenschaften sind – und stattdessen anders zu denken wäre. Aber wie? Ein Schlüsselkonzept ist hier das **Experiment.** —

7 // Enzyklopädie Philosophie und Wissenschaftstheorie, hrsg. von Jürgen Mittelstraß, Bd. 4, Stuttgart: Metzler 2004, S. 14f.

- #1 UNGEKONNT ERNEUERN
- #2 INNOVATION
- #3 NEU MAL 8

UNSIKERHEIT
RISIKO ALS GRUNDVORRAUSSETZUNG
DOPPELTE UNSICHERHEIT
WAS IST DAS?
KLAPPT DAS?

NICHT-LINEARE KONJUKTUREN

MULTIPLE BEDINGTHEITEN

BEISPIEL: ERFAHRUNGS- WERTE
ANEKDOTISCH

INNOVATION
TRANSFORMAT

DIGITALE TRANSFORMATION
KREATIVE TRANSFORMATION

EXPLORATIV IN DIE F... GEHEN

NICHT-FASSLICHKEIT
NICHT-ERKLÄRBARKEIT

RESONANZ
GESTIMMTHEITEN MITEINANDER
WENN... DANN...
ENTWEDER... ODER...
ZHK

CREATIVE ECONOMIES

SETTING UM
ERFAHRENHEIT
GENERIEREN

FALLE: WELCHE TRANSFORMATION HAT DEN MEISTEN IMPACT?

WAGNIS
»GERMAN WAGNIS«

#4 EXPERIMENT

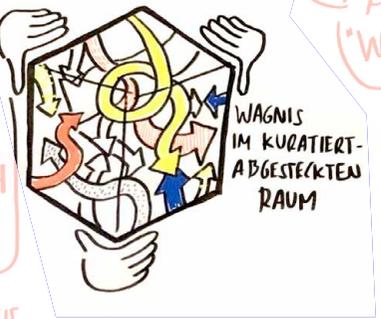
FORSCHUNG & ENTWICKLUNG
KKW TÄTIGKEITEN SIND OFT FORSCHUNG

ANGST, HOFFUNG & INTERESSE
GERECHTIGKEIT
ZUSÄNDIGKEIT SCHAFFEN

BRAUCHT ES EINEN NEUEN BEGRIFF?

INNOVATIONEN

ÄSTHETIK-INNOVATIONEN
WERTSCHÖPFUNGS-INNOVATIONEN



FORTSCHRIT
ENTSTEHT NICHT DURCH DIENST NACH VORSCHRIFT

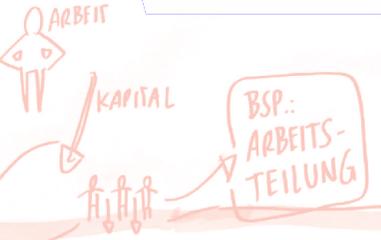
WAS IST FORSCHUNG, WAS IST FINDUNG?

BEWERTUNG FÜR INNOVATION



ZENVERBESSERUNG

WERTVERBESSERUNG



THINK TANK

BÜROKRATIE FREIE INNOVATION

MISSION STATEMENT?

WOHER KOMMT INNOVATION?

CHANCEN
»SHARIN«
LOBBYS SICH AUF

DAS ALTE NICHT ABWERFEN

BE... SC...

BES... K... WA... FÖ...

BEYOND SCHUMPETER

HOHER SCHWELGER WEITER

KREATIV... ALS SCHÖPFERLICHE ZERSTÖRUNG

WIRKURSACHE

FORMALIS
CONCEPTUALIS
EFFICIENS

PROBLEM: REKONSTRUIEREN VON PROZESSEN

WENN... DANN...

ABWÄGEN / SCHÄTZEN



FÖRDER-LOGIK?

HEY!



»THING« ↳ »STREITSACHE«

WAS?

WAS?

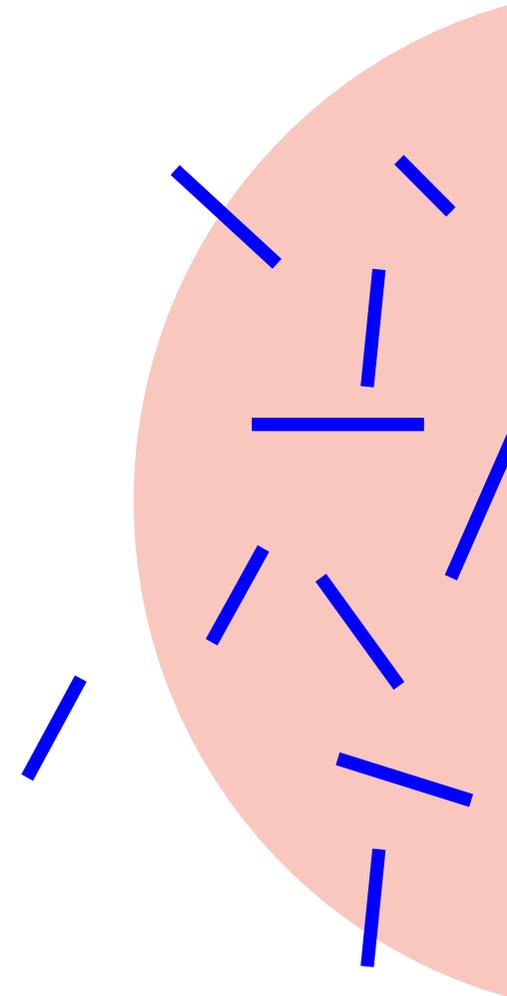


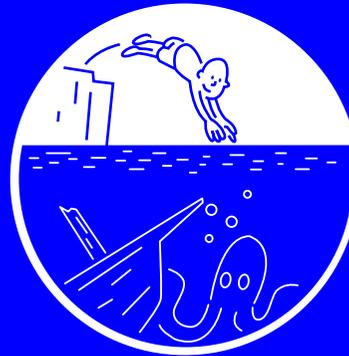
WERTVERBESSERUNG

EXPERIMENT

Das Wort Experiment geht auf das lateinische „expedere“ zurück, was soviel wie „heraustreten, herauswagen“ bedeutet. Es gibt unterschiedliche Typen von Experimenten: konfirmative (bestätigende) Experimente, die die Geltung einer Hypothese prüfen und sie ggf. durch eine neue, besser begründete ersetzen sollen („Falsifizieren“ ist hier der gängige Begriff) – hier geht es also um eine Form der Optimierung im Sinne des entsprechenden Neuheitskonzepts (Verjüngtes, Frischeres usw.). Anders sieht es aus bei explorativen (erkundend-forschenden) Experimenten, die ein Geschehen mit offenem Ausgang ins Werk setzen: Hier geht es darum, das überhaupt Neue und Ungeahnte zu provozieren. Sicherlich können auch konfirmative Experimente dazu führen, dass grundlegend weltanschaulich verändernde Folgen entstehen, gewissermaßen ein erkenntnisverändernder Kollateralnutzen entsteht („Paradigmenwechsel“). Ein wesentlicher Unterschied besteht aber darin, dass die Haltung eine andere ist. Etwas zugespitzt gesagt, stehen sich hier technische und künstlerische Zugänge gegenüber: Im ersten Fall soll *gekonnt gekonnt* eine bestimmte Art der Weltsicht (und -erklärung) optimiert werden, im zweiten Fall soll *gekonnt ungekonnt* eine Veränderung von Weltsichten provoziert werden.

Nur explorative Experimente sind echte **Wagnisse**, die auch entsprechenden Wagemut erfordern. Wagnisbereitschaft ist etwas anderes als **Risikobereitschaft**: Ein Risiko ist das Produkt aus statistisch erhobener/m Eintrittswahrscheinlichkeit und Schadensausmaß. Risiken sind also das Ergebnis einer Kalkulation und zielen darauf, Gefahren durch Quantifizierung beherrschbar zu machen. Wagnisse hingegen zielen darauf, Erfahrungen zu machen, indem man sich in unbekanntes Gelände begibt und Dinge geschehen lässt. So gesehen sind Wagnisse also explorative Experimente, in denen sich Unbekanntes ereignen kann mit der möglichen Folge, dass dies auch schiefgehen kann – und ein Wagnis einzugehen heißt immer auch, einer gewissen Neugier auf die Welt nachzugeben und die Hoffnung zu haben, dass sich etwas Neues zeigt – aber eben nicht im Sinne einer strategisch orchestrierten Innovation, sondern als unkalkulierbarer Effekt einer provozierten Erfahrung. ■





THESE 3:

Creative Economies sind *wagnisorientiert* – sie setzen auf exploratives Experimentieren und folgen der Hoffnung, dass, wenn man ungewohnte Dinge geschehen lässt, neue Perspektiven und mit ihnen neue Ideen entstehen.

UM SINNVOLL MIT DEN PHÄNOMENEN UMZUGEHEN.

- #1 UNGEKONNT ERNEUERN
- #2 INNOVATION
- #3 NEU MAL 8
- #4 EXPERIMENT

TECHNIK → KAUSAL ABBILDBAR



ARISTOTELES

BMW: 5.3.2019

CAUSA FINALIS
FORMALIS
CONCEPTUALIS
EFFICIENS

WIRKURSACHE

KRISE

PROBLEM:
REKONSTRUIEREN
VON PROZESSEN

#5 URSACHEN UND NEBENWIRKUNGEN

WELCHE PROZESSE ENTSTEHEN BEI DER KAUSSALITÄT?

NACH WELCHEN KRITERIEN FÖRDERN?

FÖRDERLOGIK?

$\frac{x+y}{z}$ KALKULIEREN

RISIKO ≠ WAGNIS

PASALS WETTE
ABWÄGEN / SCHÄTZEN

WAS IST GUT?

BREITERER BEGRIFF VON »GUT«
↳ OPERATIV SCHWIERIG

BEDINGUNG FÜR INNOVATION

WAS IST FORSCHUNG, WAS IST FINDUNG?

UNSIKERHEIT



NICHT-LINEARE KONJUNKTUREN

AFFIZIERUNG
EINWIRKEN

ACTOR-NETWORKS
DINGE ALS MITTÄTER IN DEM, WAS WIR TUN



»THING«
↳ »STREITSACHE«

NICHT-FASSLICHKEIT
NICHT-ERKLÄRBARKEIT

WAGNIS
»GERMAN WAGNIS«

RESONANZ
GESTIMMTHEITEN MITEINANDER
WENN DANN
ENTWEDER ZHAK

CREATIVE ECONOMIES

AM BEGRIFF DER 'WIRTSCHAFT' ARBEITEN

LEBENS-DIENLICHE PRAKTIKEN

POLICY?

NICHT ABWERTEN

FORSCHUNG & WIRTLING

BMW: R&D
ORIGINELE NEU DENKEN

THINK TANK

ANGST, HOFFUNG & INTERESSE
GERECHTIGKEIT

ZUSTÄNDIGKEIT SCHAFFEN

DIGITALE TRANSFORMATION
KREATIVE TRANSFORMATION

FÄLLE: WELCHE TRANSFORMATION HAT DEN MEISTEN IMPACT?

SETTING UM ERFAHRENHEIT ZU GENERIEREN

DIE GRENZE ZWISCHEN OFFENHEIT & LAZIFARI

NUTZEN

ÖKONOMISCHER BEGRIFF

FORTSCHRITT ENTSTEHT NICHT DURCH DIENST NACH VORSCHRIFT



WAGNIS IM KURZATRIERT-ABGESTECKTEN RAUM

BRÄUCHE NEUE WOHER

URSACHEN UND NEBENWIRKUNGEN

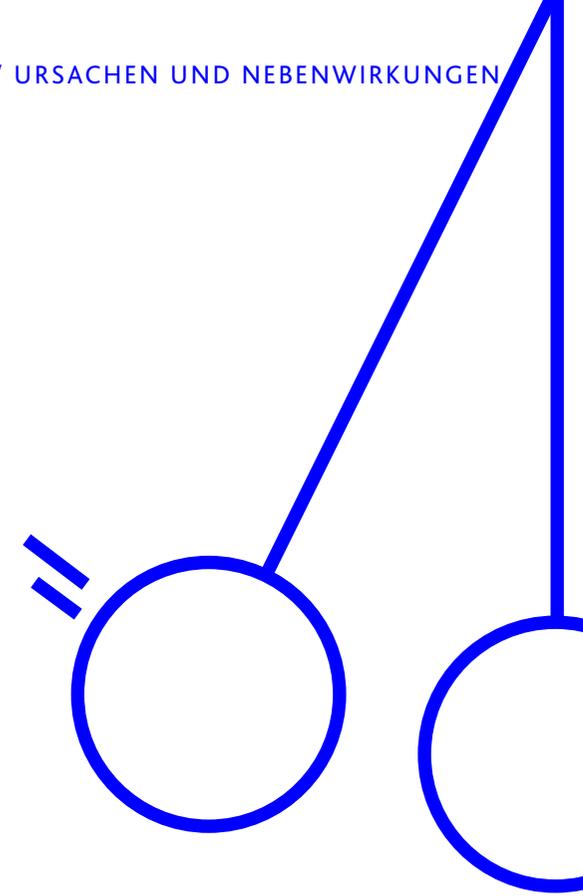
Ein entscheidender und vieldiskutierter Aspekt im Zusammenhang der Creative Economies ist die Frage nach ihren Wirkweisen oder des „Impact“: was bewirkt, dass Neues entsteht, wie wirken Akteur*innen zusammen, wie entstehen die entsprechenden sozioökonomischen Kollateraleffekte und was bewirken diese wiederum? Wirkung wird in der Regel als Kausalzusammenhang gedacht: Eine Wirkursache („causa efficiens“) führt dazu, dass ein Zustand A in einen Zustand B gebracht wird.

» WIRKURSACHE

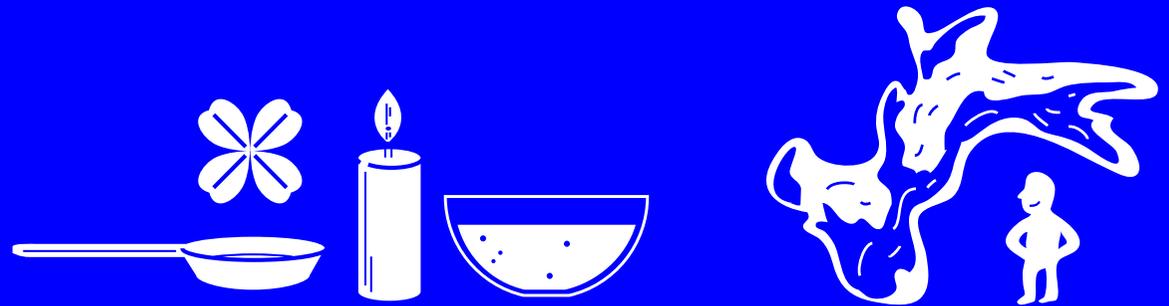
causa efficiens: «die Quelle, worin die Veränderung oder die Ruhe ihren Ursprung hat» (Aristoteles) ‹‹

Wirkungen verursachen weitere Wirkungen, die wiederum Ursachen von Folgewirkungen sind und so fort – es entstehen also Kausalketten. Als Handelnde versuchen wir in der Regel, diese Ketten gezielt zu bilden: Wir tun etwas, um etwas anderes zu bewirken, wobei diese Wirkungen nicht selten auch andere sind als die, die wir beabsichtigen. Das können solche Wirkungen sein, die wir bereits kennen und in Kauf nehmen (wie die bekannten „Nebenwirkungen“ bei Medikamenten“) oder auch solche, die ganz anders

sind als das, was wir erwarten bzw. dem Erwarteten etwas ungeahnt Positives oder Negatives hinzufügen. Allerdings gibt es auch hier nochmal eine notwendige Unterscheidung: Man kann nämlich diese ungeahnten Wirkungen so verstehen, dass sie *prinzipiell* hätten vorhergesagt werden können (also nur die Wirkungsprognose unvollständig war, künftig aber entsprechend optimiert werden könnte) oder aber so, dass eben diese Vorhersagbarkeit prinzipiell nicht gegeben ist. Erstgenannte Variante ist eine technische, welche auf Optimierung der Beherrschbarkeit der Kausalketten zielt und für den Rest an Unsicherheit das oben beschriebene Risikokalkül wählt – also auch diesbezüglich dem Konzept der Berechenbarkeit des Geschehens folgt. Letztgenannte greift auf *künstlerische Denk- und Verfahrensweisen* zurück, die sich auf ein Wagnis ungeahnter (Neben-)Wirkungen einlässt, Räume schafft, die diese begünstigen und darauf *hofft*, dass diese eintreffen – weil sich hier quasi eine neue Qualität der Welt zeigt, die zur Entwicklung neuer Sichtweisen und Ideen auffordert. Mit einem inzwischen oft gebrauchten aber selten hinsichtlich des angedeuteten Wirkvorgangs ausgeführten Begriff würde dies wohl als *Serendipität* bezeichnet.



Und genau hier liegt ein Spezifikum der Creative Economies, für das der Begriff „innovativ“ nicht passend ist: Es geht nämlich im Kern nicht um schöpferische Zerstörung oder die gezielte „Erneuerung“ des Bestehenden, sondern darum, mit künstlerischen Denk- und Verfahrensweisen explorative Experimente zu wagen, durch die ein inspirierender „Gang der Dinge“ angestoßen wird. ■



THESE 4:

Creative Economies orientieren sich an künstlerischen Denk- und Verfahrensweisen, die – *ergebnisoffen* – den Gang der Dinge verändern und mit dem, was sich dabei zeigt, produktiv umgehen.

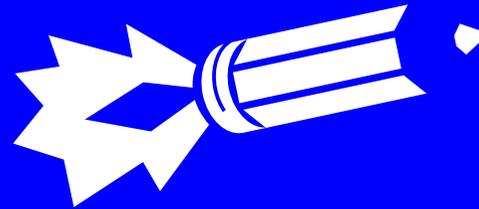
DINGE

Was aber meint „Gang der Dinge“ – und was heißt es, mittels künstlerischen Denk- und Verfahrensweisen auf ihn transformierend einzuwirken? **Dinge** sind, nach Aristoteles, in Form gefasste Materie. Und Dinge – das mag im ersten Moment seltsam klingen – bedingen uns. Begrifflich geht „Ding“ auf „thing“ zurück und meinte dasjenige, was auf der „Thingstätte“ Gegenstand der Auseinandersetzung war. Dinge stiften soziale Verhältnisse und der Umgang mit Dingen ist nicht darauf zu beschränken, dass sie uns als Objekte zuhanden sind (ökonomisch gefasst: handelbar sind), sondern muss berücksichtigen, dass sie unser Handeln *prägen*. Anders gesagt: Die Dinge machen mit, sie sind nicht einfach nur Objekte unseres Handelns. Zwar können wir technisch Dinge zu Objekten machen und entsprechend instrumentalisieren, gleichwohl bleibt immer eine Grenze der „Zuhandenheit“ der Dinge bestehen, sie sind nie vollständig Mittel unserer Zweckverfolgung, sondern immer auch affizierende Beweggründe. So wird etwa die Weise, wie wir kommunizieren, vom entsprechenden Kommunikationsmittel (z.B. einem Smartphone) mitbestimmt. Dieser Wechselseitigkeit wird in jüngerer Zeit vermehrt Aufmerksamkeit gewidmet, u.a. in der aktuell sehr populären „Akteur-Netzwerk-Theorie“.⁸ Gerade im Feld künstlerischer Denk- und Verfahrens-

weisen werden diese Überlegungen aufgegriffen und ein offener „Dialog“ mit den Dingen propagiert bzw., um im obigen Bild zu bleiben, die Bereitschaft, den Gang der Dinge mitzugehen. So ist auch Co-Creation, als typische Form kreativer Praxis in den Creative Economies, nicht nur als eine Bereitschaft zu kollaborativen Beziehungen zwischen „Kreativen“ zu sehen, sondern auch als Offenheit für eine Affizierung durch Dinge bzw. eine Kompliz*innenschaft mit ihnen: Diese sind gewissermaßen eingeladen, bei dem, was im Zuge kreativer Praxis entsteht, mitzuwirken – und zwar dadurch, dass sie nicht bereits auf definierte Zweckerfüllungen hin instrumentalisiert sind.

Daher ist auch ein Merkmal der Creative Economies, dass das „Machen“ und das „Prototyping“ eine wichtige Rolle spielen: Im tätigen Umgang mit den Dingen, im Probieren, zeigt sich nämlich, dass diese nicht allein Instrument sind, sondern uns in Situationen einer Transformationserfahrung bringen: Unsere Ansichten werden anders und neue Sichtweisen entstehen. ■

8 // Latour, Bruno: Eine neue Soziologie für eine neue Gesellschaft, Frankfurt/M.: Suhrkamp 2007.



THESE 5:

Creative Economies setzen auf einen tätigen Umgang mit Dingen, mit denen sie ein Verhältnis der Kompliz*innenschaft bilden und im *nicht-instrumentellen Umgang* Transformationspotentiale erkunden.

Neue Sichtweisen setzen auch eine entsprechende Wahrnehmung voraus: Das, was die Dinge tun (können), muss man wahrnehmen (können). Hier ist daher **ästhetische Kompetenz** gefragt. Diese besteht nicht darin, Urteile über Schönheit oder den Wert von Kunst formulieren zu können, sondern darin, in qualifizierter Weise sinnlich wahrzunehmen und die Qualität dieser Wahrnehmung substantiell einschätzen zu können. Mit einer Formulierung von Alexander Baumgarten⁹, der im 18. Jahrhundert die Ästhetik als philosophische Disziplin begründet hat, geht es darum, die „Fülle der Merkmale eines Phänomens“ wahrnehmen zu können und dies als eigenständige Erkenntnisform anzuerkennen – und zwar so, dass die Relevanz ihres Erkenntniswertes nicht daran gebunden ist, in rationale Sprache übersetzt zu werden. Kurz gesagt: Es gibt noch etwas anderes als einen theorieförmigen Zugang zur Welt und mit diesem so umzugehen, dass aus ihm neue Erkenntnisse und Ideen über die Welt gewonnen werden können, erfordert eine entsprechende Kompetenz im Sehen, Hören, Tasten usw..

In der Regel wird diese Kompetenz vor allem Künstler*innen zugesprochen, die etwa im Umgang mit Farben, Klängen und Formen in besonderer Weise qualifiziert sind.¹⁰

Aber auch in den Creative Economies, wo oft künstlerische Denk- und Verfahrensweisen zum Einsatz kommen und gerade im Umgang mit den Dingen entsprechende Wahrnehmungsweisen am Werke sind, spielt ästhetische Kompetenz eine bedeutende Rolle, vor allem in zwei Hinsichten: In der Empfänglichkeit dafür, was sich zeigt, wenn man sich auf die Welt einlässt und in der Erfahrung für bzw. im Umgang mit **Affizierungen**.

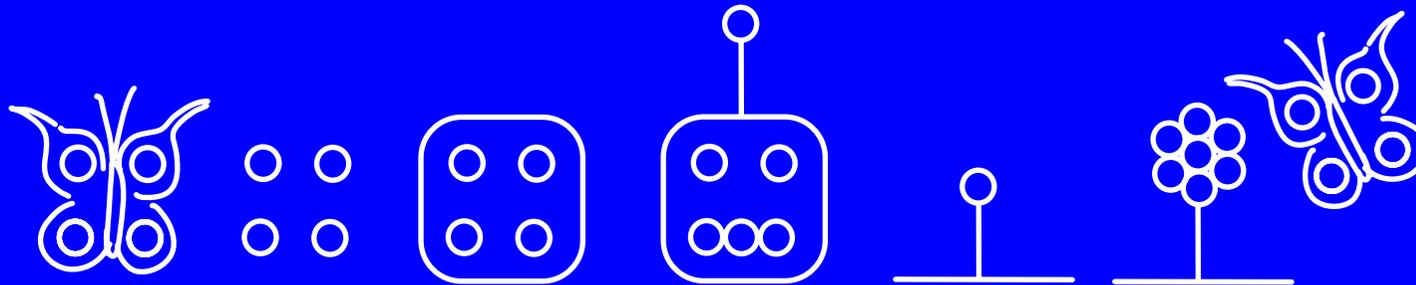
» AFFEKTION

von lat. *affectio*: Eindruck, Einwirkung «

Empfänglichkeit ist in dem Sinne zu verstehen, dass jemand eine gewisse „Musikalität“ dafür haben muss, affiziert zu werden, Erfahrungheit in dem Sinne, dass der*diejenige praktisch erfahren darin ist, mit dieser Affizierung umzugehen und sie produktiv zu übersetzen. Denn nur mittels dieser Eigenschaften können sie zu den transformativen Effekten werden, die aus der „Fülle der Merkmale eines Phänomens“ Neues entstehen lassen kann. ■

⁹ // Baumgarten, Alexander: Ästhetik, 2 Bände, Hamburg: Meiner 2007.

¹⁰ // Vgl. dazu Badura, Jens et al. (Hrsg.): Künstlerische Forschung. Ein Handbuch, Zürich/Berlin: diaphanes 2015.



THESE 6:

Creative Economies erfordern ästhetische Kompetenzen
und pflegen eine *Weltoffenheit*, die Affizierungen
ermöglicht und Transformationserfahrungen zulässt.

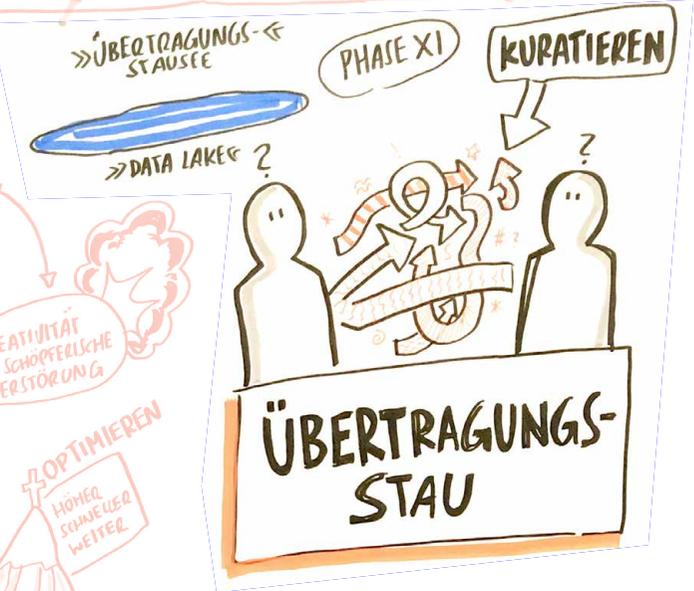
- #1 UNGEKONNT ERNEUERN
- #2 INNOVATION
- #3 NEU MAL 8
- #4 EXPERIMENT
- #5 URSACHEN UND NEBENWIRKUNGEN
- #6 DINGE
- #7 ÄSTHETIK

BMW:
5.3.2019

ARISTOTELES
CAUSA FINALIS
FORMALIS
CONCEPTUALIS
EFFICIENS

WIRKURSACHE

DER GÖTTLICHE FUNKE
KREATIVITÄT ALS SCHÖPFERISCHE ZERSTÖRUNG
BEYOND SCHUMPETER
HOHER SCHNELLEK WEITER
OPTIMIEREN



#8 ÜBERTRAGUNGSSTAU

MULTIPLE BEDINGTHEITEN

NICHT-LINEARE KONJUKTUREN

BEISPIEL: ERFAHRUNGSWERTE
ANEKDOTISCH

DIGITALE TRANSFORMATION
KREATIVE TRANSFORMATION

EXPLORATIV IN DIE FLÄCHE GEHEN

SPECULARE SPEKULANT DIE VORHUT

RESONANZ
GESTIMMTHEITEN MITEINANDER
BOER
ENTWEDER
ZHAK
CREATIVE ECONOMIES

SETTING UM
ERFAHRUNG
GENERIEREN

FALLE: WELCHE TRANSFORMATION HAT DEN MEISTEN IMPACT?

CHANCEN EINES NEUEN BEGRIFFS
PROTOTYPEN

SHARING ECONOMY
LOBBYS STÜRZEN SICH AUF NEUE BEGRIFFE

BEISPIELE:
MONVISO INSTITUT

AM BEGRIFF DER "WIRTSCHAFT" ARBEITEN

POLICY?

BMW: R&D
ORONPHIE
NEU DENKEN
THINK TANK

DIE GRENZE ZWISCHEN OFFENHEIT & LARIFARI

WAS MACHT MAN MIT VERBRAUCHTEN BEGRIFFEN?

DAS ALTE NICHT ABWERTEN

BEISPIELE SCHAFFEN

(NORWEGEN)
NEUER DECOR

FORSCHUNG

ANGST, HOFFUNG & INTERESSE
GERECHTIGKEIT
TÄNDIGKEIT

BRAUCHT ES EINEN NEUEN BEGRIFF?

WAS IST DAS?
KLAPPT DAS?
DOPPELTE UNSICHERHEIT

PROBLEM: REKONSTRUIEREN VON PROZESSEN

KAUSAL ABLEITBAR

PHASE XI

RAUSSETZUNG

KEIT
T-SARKEIT

WAGNIS
MAN WAGNIS

WAGNIS IM KURATIERTE-ADGESTECKTEN RAUM

ÜBERTRAGUNGS- STAU

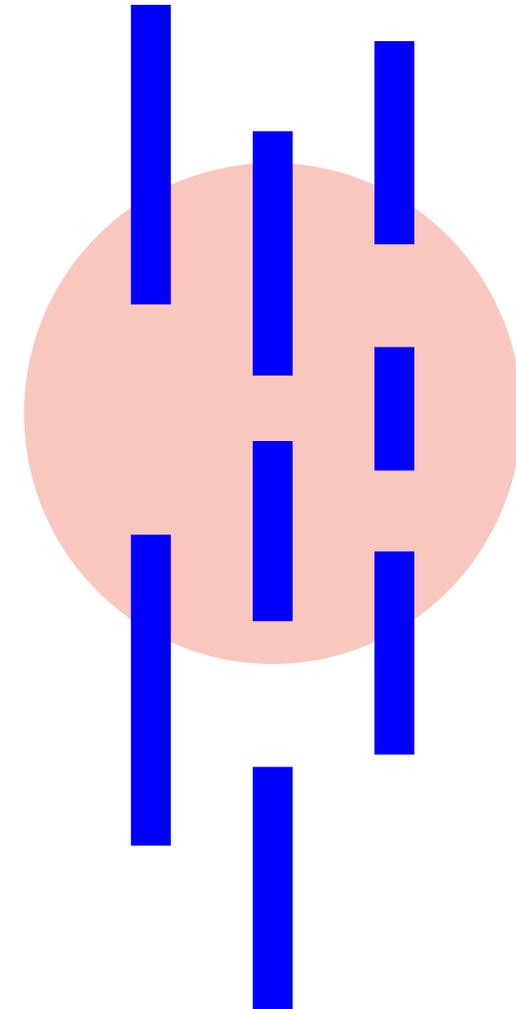
Auch wenn das Vorherige sehr abstrakt klingen mag: Besagte Transformationserfahrungen sind keine magischen Prozesse und der Raum, in dem sie entstehen, ist kein Zauberkasten. Was hier vielmehr geschieht, ist eine unerwartete Störung des gewohnten oder erwarteten Zusammenhangs von Ursache und Wirkung, Aktion und Reaktion, Adressat*in und Empfänger*in. Das, was hier übertragen wird, bleibt gewissermaßen in der Passage zwischen Zustand A und Zustand B „hängen“. Mit der Philosophin Michaela Ott kann man hier von einem „Übertragungsstau“ sprechen.

» AFFIZIERUNG

Im Bereich der Wahrnehmung bezeichnet Affizierung einen Vorgang disjunktiver Synthese, insofern das zu Übertragende gerade nicht automatisch durchgestellt und das aufeinander Bezogene von ihr zunächst auseinander gehalten wird. Im „Übertragungsstau“ lädt sich der Zwischenraum selbst zu einem Empfindungsfeld auf [...]. Als Übersetzung von gr. „pathos“ und lat. „affectio“ bezeichnet Affizierung mithin eine passiv-aktive Schaltstelle, die für

trennende Verbindungen innerhalb des Einzelnen wie zwischen den Einzelnen und ihren Umwelten und Welten zuständig ist. (Michaela Ott) ‹‹

Ein Übertragungsstau *ereignet* sich. Und wie alle Ereignisse lässt er sich nicht einfach gezielt herbeiführen oder steuern. Und genau deshalb kennzeichnet er das transformative Potential, von dem oben die Rede war: Im Übertragungsstau entsteht Neues im Sinne des Ungeahnten, weil ein zweckorientiertes Handeln nicht wie geplant funktioniert. Entscheidend aber ist, dass dieses „Nichtfunktionieren“ nicht als *Scheitern* gewertet wird, sondern als Resonanz der Welt: als Einladung dazu, zu erfahren, wie diese auch sein könnte. Während der Geist der Innovation der Welt sagen will, wie sie (anders) sein soll, lässt Transformation die Welt sich ergeben. —





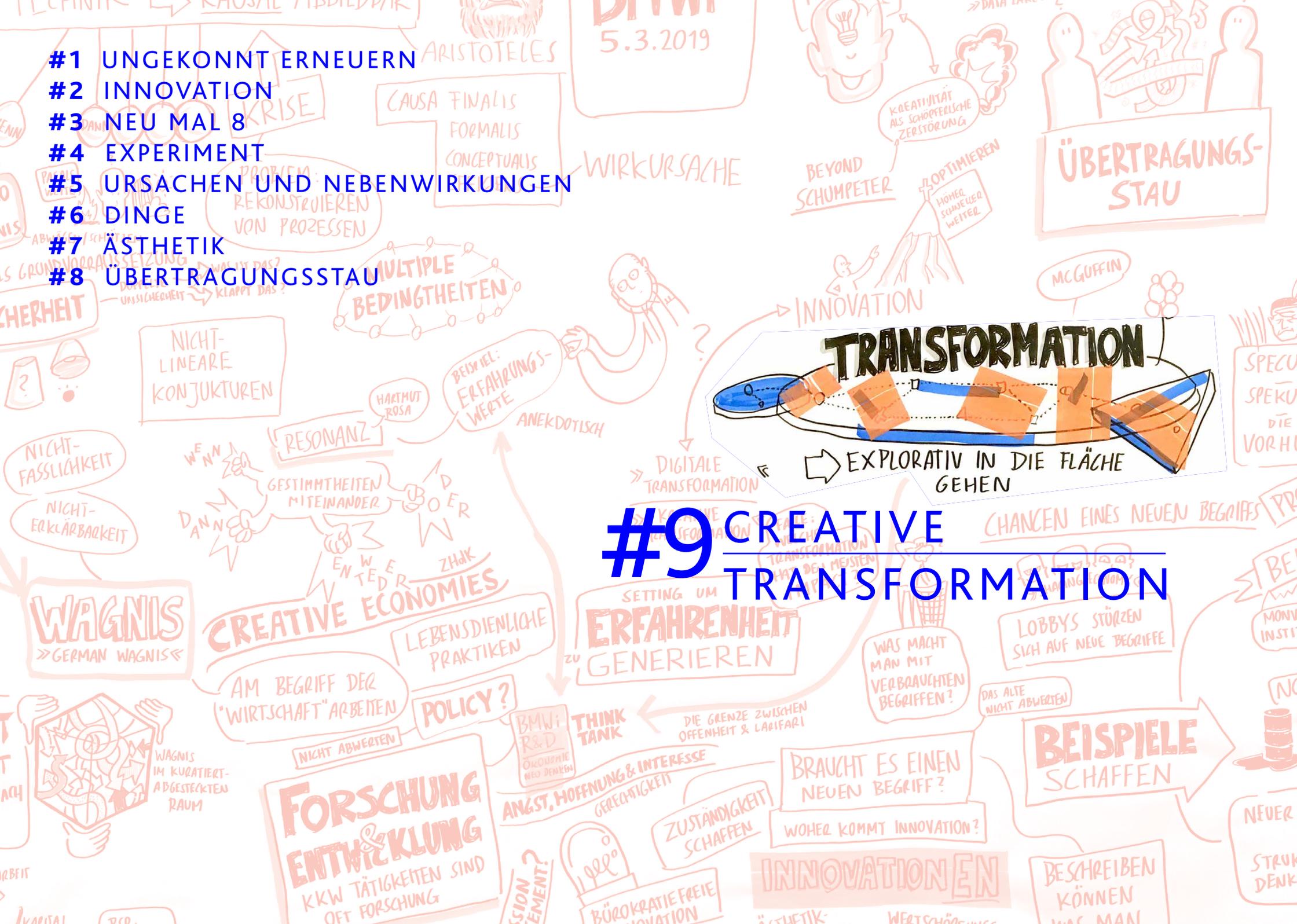
THESE 7:

Die Creative Economies lassen ungeplante Prozessverläufe zu, weil sich in ihnen Potentiale der Welt zeigen, die *transformative Dynamiken* befördern und auf Neues hinleiten können.



- #1 UNGEKONNT ERNEUERN
- #2 INNOVATION
- #3 NEU MAL 8
- #4 EXPERIMENT
- #5 URSACHEN UND NEBENWIRKUNGEN
- #6 DINGE
- #7 ÄSTHETIK
- #8 ÜBERTRAGUNGSSTAU

#9 CREATIVE TRANSFORMATION



5.3.2019

CAUSA FINALIS
FORMALIS
CONCEPTUALIS

NICHT-LINEARE KONJUNKTUREN

MULTIPLE BEDINGTHEITEN

TRANSFORMATION
EXPLORATIV IN DIE FLÄCHE GEHEN

CREATIVE ECONOMIES
LEBENSDIENLICHE PRAKTIKEN

ERFAHRENHEIT GENERIEREN

WAGNIS
»GERMAN WAGNIS«

AM BEGRIFF DER "WIRTSCHAFT" ARBEITEN

FORSCHUNG & ENTWICKLUNG
KKW TÄTIGKEITEN SIND OFT FORSCHUNG

INNOVATIONEN

BEISPIELE SCHAFFEN

THINK TANK
BMW: R&D ÖKOLOGIE NEU DENKEN

WAS MACHT MAN MIT VERBRAUCHTEN BEGRIFFEN?

DAS ALTE NICHT ABWERFEN

BRAUCHT ES EINEN NEUEN BEGRIFF?
WOHER KOMMT INNOVATION?

BESCHREIBEN KÖNNEN WAS MAN

BÜROKRATIE FREIE INNOVATION

ZUSTÄNDIGKEIT SCHAFFEN

ANGST, HOFFUNG & INTERESSE GERECHTIGKEIT

DIE GRENZE ZWISCHEN OFFENHEIT & LAZIFARI

CHANCEN EINES NEUEN BEGRIFFS

LOBBYS STÜRZEN SICH AUF NEUE BEGRIFFE

NEUER STRUKTUR DENK

NICHT-FASSLICHKEIT
NICHT-ERKLÄRBARKEIT

RESONANZ
GESTIMMTHEITEN MITEINANDER
WENN DANN
ENTWEDER

BEISPIEL: ERFAHRUNGS- WERTE
ANEKDOTISCH

DIGITALE TRANSFORMATION

BEYOND SCHUMPETER
OPTIMIEREN
HOHER SCHWELGER WEITER

ÜBERTRAGUNGSSTAU

MCGUFFIN

INNOVATION

SPECULATIVE SPEKULATION DIE VORHER

SICHERHEIT

?

WENN DANN

WAGNIS

ARBEIT

ACH

T

W

W

W

W

W

W

W

W

W

W

W

CREATIVE TRANSFORMATION

Transformation – vom lateinischen „transformare“ bedeutet wörtlich „Umformung“. Transformationspotentiale sind folglich **Möglichkeiten der Umformung**. Formung ist der Prozess, in dem etwas anders verwirklicht – zu einer anderen Wirklichkeit – wird, als es zuvor war. Dem entsprechend verändert sich im Prozess der Umformung auch die Art und Weise, wie und was das Umgeformte bewirkt. Diesem Prozess explorativ-experimentell – also mit Neugier entgegenzutreten, zeichnet insbesondere kreative Milieus aus, wo künstlerisch-gestalterische Denk- und Verfahrensweisen selbstverständlicher Teil des Tuns sind, also auch in den Creative Economies. Nun ist die Rede von Kreativität zweifellos inflationär und hat eine bibliothekenfüllende Variation von Definitionsversuchen durchgemacht. Kurz zur präzisieren, was hier damit gemeint ist, schadet daher nicht. „Kreativ“ stammt vom lateinischen „creare“ – „etwas neu schöpfen, erfinden, herstellen“. „Schöpfen“ wird einerseits mit der „Schöpfung“, also in einem theologischen Zugang, verstanden. Aus diesem Verständnis heraus speist sich der enigmatische Assoziationszusammenhang des Begriffs. Nicht umsonst trägt einer der Klassiker zum Thema Kreativität den Titel „Der göttliche Funke“.¹²

Es gibt aber auch einen ganz handfesten Zugang zur Schöpfung. „Aus etwas schöpfen“ heißt ja bekanntlich, einen Teil (z.B. eine Kelle Suppe) aus einer größeren Menge (z.B. aus einem gefüllten Suppentopf) herauszubefördern. Im übertragenen Sinne könnte man nun sagen, dass „etwas schöpfen“ schlicht heißt, einen bestimmten Teil aus einer unbestimmten Gemengelage herauszuholen. Und letztlich ist genau das der Vorgang: Es geht darum, Transformationen zu mobilisieren, indem durch wahrnehmende Offenheit für das, was sich im Übertragungsstau zeigt, etwas entstehen kann, aus dem geschöpft wird – und so Neues im Sinne des gänzlich Unerwarteten entsteht: **Kreative Transformation** als aktiv-passiver Vorgang, der weder ohne aktive Empfänglichkeit der kreativen Akteur*innen für das, was sich ereignet funktioniert, noch ohne passive Gelassenheit im Prozess. Anders gesagt: Unerwartetes wird als Weltöffnung verstanden und explorativ-experimentell erschlossen. Es ist also ein co-kreativer Prozess als Zusammenwirkung von transformationsorientierten Akteur*innen und Dingen, aus dem neue Wirklichkeiten entstehen, mit denen etwas bislang Unbekanntes zu produzieren reizvoll ist.

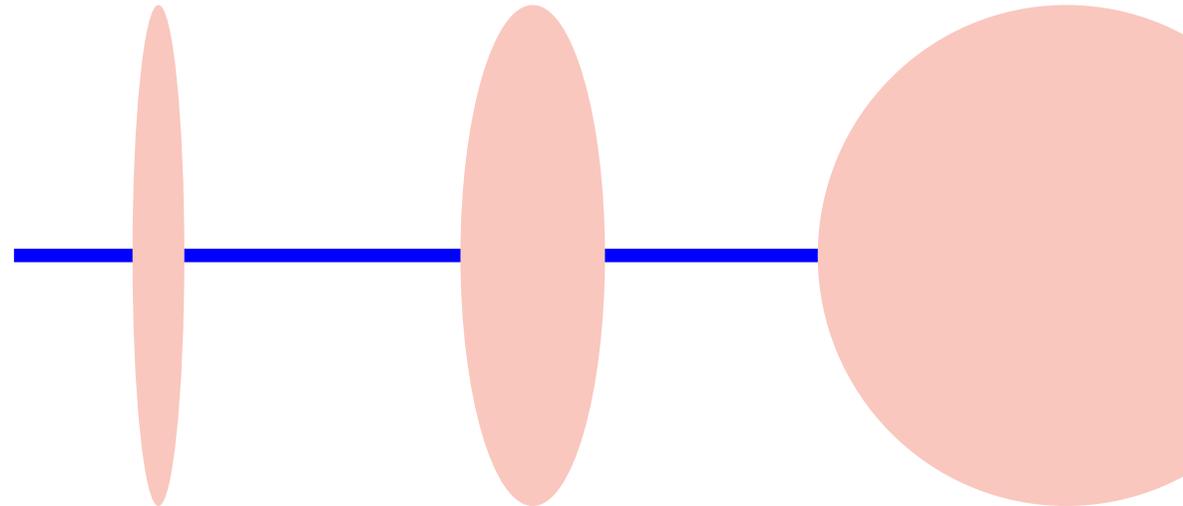
12 // Köstler, Arthur: Der göttliche Funke. Der schöpferische Akt in Kunst und Wissenschaft, Bern/München/Wien: Scherz 1966.

» PRODUKTION

Von lat. *produco*: führen, hervorbringen
– aber auch: einführen, auftreten lassen,
vorführen, verleiten, verlocken, erzeugen,
großziehen, befördern, emporbringen ‹‹

Anders gesagt: Dieses Zusammenwirken geschieht in kreativ-transformativen Konstellationen – und diese umfassen Menschen, Atmosphären, Infrastrukturen und Weiteres mehr.

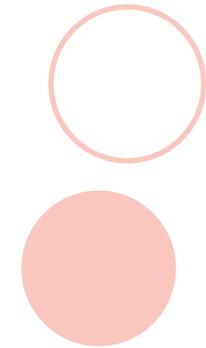
Das Wort „Konstellation“ stammt aus der Astronomie und bezeichnet das „Zueinanderstehen“ der Sterne. Die übertragene Verwendung des Begriffs in der Formel „**kreativ-transformative Konstellationen**“ meint, dass sich bewegliche Einheiten in spezifischer Weise zueinander und aufeinander einstellen. Während der astronomische Begriff diese Einstellung in mehr oder weniger stabilen Bahnen fasst, gilt für die metaphorische Verwendung allerdings, dass sie in ihren Verhältnissen insgesamt veränderlich ist: Kreativ-transformative Konstellationen sind nicht berechenbar. Und genauso unberechenbar ist die Produktivität kreativer Milieus als den Träger*innen solcher kreativ-transformativer Konstellationen. ■



KREATIVE ÖKONOMIEN

Die bisherigen Ausführungen hatten das Ziel, eine Auslegeordnung von Charakteristika der Creative Economies zu erstellen, die deren spezifisches Potential für das **Enablement von Neuerungen** zumindest teilweise besser verstehen lässt. Zentraler Befund dabei war, dass es nicht um im etablierten Wortsinne innovative, auf Verbesserung ausgerichtete Vorgänge geht, sondern um transformative Vorgänge, deren Potential in der Erfahrung ungeahnter Veränderungen gesehen und gesucht wird: Leitmotiv ist nicht die vertikal-zielbestimmte und kompetitive Achse – höher, schneller, weiter – sondern die horizontal-explorative Achse – spekulativ, mäandernd, neugierig. Während Innovation immer im Bezug zu einem etablierten Zustand steht, der gezielt überwunden bzw. „zerstört“ werden soll, ist Transformation nicht spezifisch auf eine solche Überwindung hin ausgerichtet, sondern auf die Fragen „Was könnte das sein, was könnte daraus werden?“. Entsprechend unterschiedlich sind auch die Bedürfnislagen der Akteur*innen, die diese Fragen stellen können und wollen – und entsprechend unterschiedlich müssen die Strategien sein, um diese Akteur*innen zu fördern. Ein zentrales Merkmal der „Creative Transformers“ ist dabei, dass sie hochindividualisiert agieren und in sehr unterschiedlicher Weise Infrastrukturen benötigen

und Impact- bzw. Relevanzgehalt des eigenen Tuns, das Tun selbst und die persönliche Lebensform gestalten wollen. Unternehmerische Strukturen werden projektbedingt angepasst, Kollaborationsformate und Kompliz*innen-schaften nach Bedarf genutzt, Arbeitsphasen dynamisch organisiert und an Lebensphasen angepasst usw. Geldverdienen ist nicht unwichtig, aber nicht das stechende Zielkriterium, da andere Wertschöpfungsdimensionen Teil des Erwägungszusammenhangs sind. Projektumsetzung und „Doing“ soll möglich sein, ohne durch hinderliche und verzögernde Ablaufschleifen gehen zu müssen, die sich in konventionellen unternehmerischen Strukturen meist finden. Nur so ist der Austrag eines Projekts wahrnehmbar, ohne durch die Unüberschaubarkeiten fremdgesteuerter Arbeitsteiligkeiten verstellt zu bleiben. Dieser, in unterschiedlichsten Mischformen enthaltende Cocktail von Anliegen, Interessen und Strukturbedarf, bildet die DNA der Creative Economies.



Das heißt aber vor allem eines: Die Akteur*innen in diesem Milieu agieren gleichzeitig in unterschiedlichen, koexistierenden Wertschöpfungslogiken und schaffen so auch eine Pluralität von Ökonomien, die eine gesellschaftlich relevante Polyvalenz generieren: Sie sind Prototypen von Change-Maker*innen, deren Vorgehen nicht daran orientiert ist, allein Bestehendes zu optimieren, sondern die Rahmenbedingungen des Bestands so zu verändern, dass Neues im Sinne des Unerwarteten entstehen kann und die Evidenz bestehender Erwartungshaltungen fraglich wird. Um im Bild des Begriffs Ökonomie zu bleiben: Sie renovieren nicht den Oikos, sondern transformieren ihn so, dass er eine polyvalente Lebensdienlichkeit behaussen kann.

Ersichtlicherweise lässt sich das Beschriebene nicht ohne weiteres nach allgemeinen Kriterien bewerten, indem etwa Rentabilitätskalküle o.ä. angestellt werden oder aber „prêt-a-porter“-Modelle der Wirtschaftsförderung herangezogen werden, um dieses Milieu zu „steuern“. Diesen entgeht ja gerade der vielgestaltige **Kollateralnutzen** dessen, was im Vor- und Umfeld kreativer Transformationen entstanden ist. Wahrgenommen wird stattdessen vor allem das „Produkt“ dieses Entstehungszusam-

menhangs, das dann als „Innovation“ deklariert auf den Markt kommt, dort im monetären Sinne eingepreist wird und dessen Impact insbesondere daran gemessen wird, wie es am Markt performt.

Förderprogramme, die diesen Aspekt nicht berücksichtigen, weil sie alles von DER Ökonomie und ihren vermeintlich „harten“ Kriterien heraus bewerten, verfehlen die Akteur*innen, die sie ansprechen wollen und damit letztlich auch das Ziel, deren kreative Potentiale in Wirkung zu bringen. Und dies letztlich nicht nur deshalb, weil sie die falschen Indikatoren verwenden, sondern weil sie überhaupt im Modell der Indikatoren operieren. Statt „trust in figures“ müsste das Prinzip „trust in people“ lauten und eine Kultur der Bewertung als Suche nach fallspezifischen Gelingenskriterien – qualitativ wie quantitativ – entstehen. Diese gibt es derzeit noch nicht in tauglicher Form. ■



THESE 8:

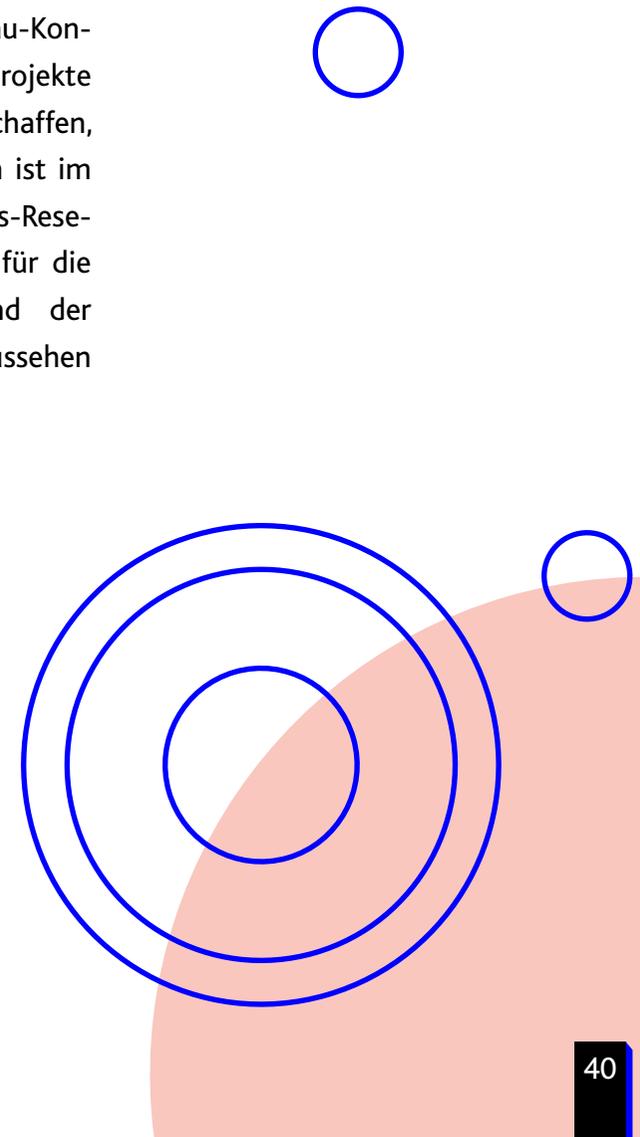
Das Leitprinzip einer Förderkultur
für die Creative Economies lautet:
Trust in people!



DOING RESEARCH & DEVELOPMENT

Es bräuchte daher ein auf einen mehrjährigen Zeitraum ausgelegtes **kuratiertes Reallabor**, in dem „in the making“ eine Erfahrung in der Einschätzung von Qualitäten der Wertschöpfung in den Creative Economies entstehen kann: Erfahrung im Sinne der Kompetenz, aus den Projektverläufen heraus ein Gespür für Typen, Vorgehensweisen, Wertschöpfungsdimensionen und Erfordernisse zu entwickeln, das sich nach und nach in einem „in the making“ bildenden Bündel an „Points to consider“ verdichten lässt. Das heißt konkret, dass die Förderstrategien nicht im Paradigma etablierter Wirtschafts- und Innovationsförderung anzulegen sind, sondern als Teil eines größeren R&D-Zusammenhangs zur Erforschung und Entwicklung von **„Transformative Future Economies“** aufzugleisen wären. Womit sich als strukturelle Referenz einerseits die Förderung von Grundlagenforschung, andererseits die von Kunst/Kultur eignen würden.

Ziel wäre es dann, Räume für jene Milieus zu schaffen, die kreative Transformation durch exploratives Experimentieren und das Kuratieren von Übertragungstau-Konstellationen ins Werk setzen und in denen Projekte und Produkte immer neue Beispiele dafür schaffen, was geht, wenn es gehen gelassen wird. Zugleich ist im Sinne eines „Transformative Future Economies-Research“ zu untersuchen, wie geeignete Parameter für die Qualitäts-/Relevanzbemessung des Impact und der Wertschöpfung durch die Creative Economies aussehen könnten. ■





IMPRESSUM

Herausgeber
Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit
11019 Berlin
www.bmwi.de

Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft
des Bundes

Text
Jens Badura
Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes

Gestaltung und Illustration
Max Bachmeier

Fotos S.3, S.41:
Eyal Pinkas

Kontakt
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft
des Bundes
u-institut Backes & Hustedt GbR
Jägerstraße 65, 10117 Berlin
T: 030 20 88 89 1-14
E: presse@kreativ-bund.de

Berlin, 2019

