



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

WENN

DANN

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

RISIKO ≠ WAGNIS

PASALS WETTE
ABWÄGEN/SCHÄTZEN

RISIKO ALS GRUNDVORRAUSSETZUNG

UNSIKERHEIT

DOPPELTE UNSICHERHEIT
WAS IST DAS?
KLAPPT DAS?

NICHT-LINEARE KONJUNKTUREN

MULTIPLE BEDINGTHEITEN

BEISPIEL: ERFAHRUNGS- WERTE

ANEKDOTISCH

RESONANZ

WENN
DANN
GESTIMMTHEITEN MITEINANDER
ENTWEDER
ZUKUNFT

CREATIVE ECONOMIES

LEBENS-DIENLICHE PRAKTIKEN

SETTING UM ERFAHREN GENERIEREN

AM BEGRIFF DER "WIRTSCHAFT" ARBEITEN

POLICY?

NICHT ABWERTEN

FORSCHUNG

BMWi R&D
OKUMURIE WED DENKBI

THINK TANK

DIE GRENZE OFFENHEIT & FREIHEIT

ANZST. HOFFNUNG & INTERESSE
FREIHEIT

BEDINGUNG FÜR INNOVATION

WAS IST GUT?

BREITERER BEGRIFF VOM »GUT«
↳ OPERATIV SCHWIERIG

WAS IST FORSCHUNG, WAS IST FINDUNG?

WAS IST DAS? GUTE LEBEN?

AFFIZIERUNG
EINWIRKEN

WIRKUNG
WECHSELWIRKUNG

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

HEY!



»THING«
↳ »STREITSSACHE«

NICHT-FASSLICHKEIT

NICHT-ERKLÄRBARKEIT

WAGNIS
»GERMAN WAGNIS«

FORTSCHRITT ENTSTEHT NICHT DURCH DIENST NACH



WAGNIS IM KURATIERT-ABGESTECKTEN RAUM

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

LEBENS-DIENLICHKEIT?

ÖKONOMISCHER BEGRIFF

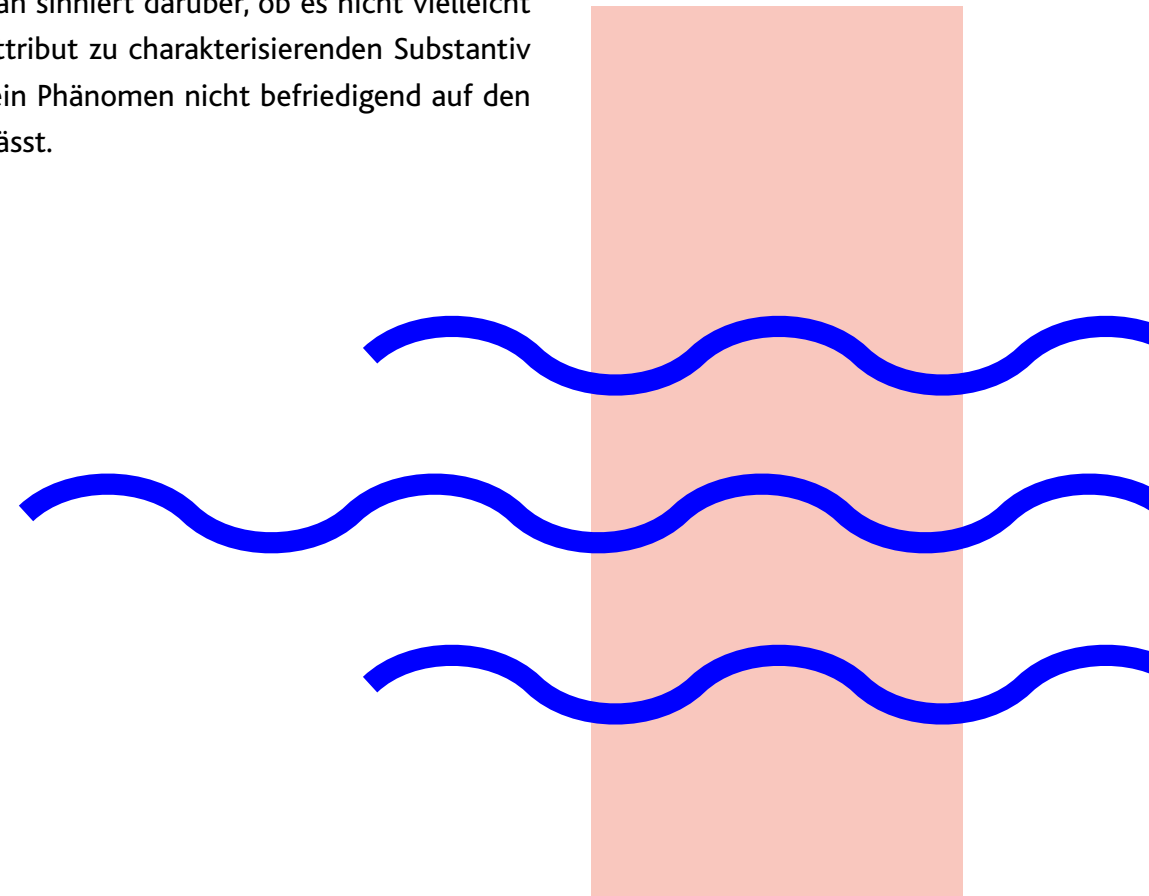
BEISPIEL: No BnB

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

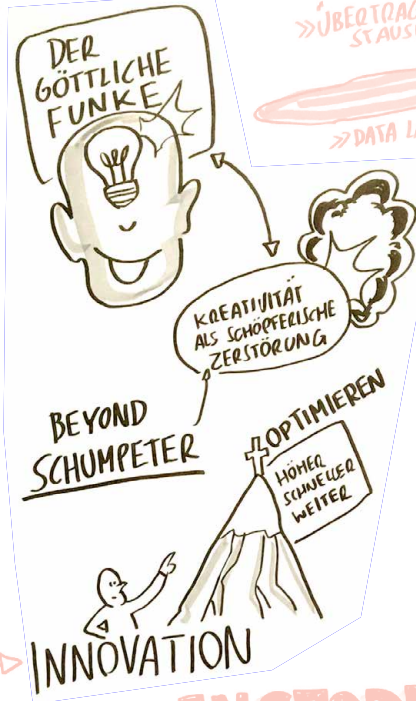
BMW: 5.3.2019

CAUSA FINALIS
FORMALIS
CONCEPTUALIS
EFFICIENS

WIRKURSACHE

KRISE

PROBLEM:
REKONSTRUIEREN
VON PROZESSEN



» ÜBERTRAGUNGSSTAU
» DATA LAKE? »

PHASE XI KURATIEREN

ÜBERTRAGUNGSSTAU



#2 INNOVATION

TRANSFORMATION

NICHT-LINEARE KONJUNKTUREN

BEISPIEL: ERFAHRUNGS- WERTE

ANEKDOTISCH

» DIGITALE TRANSFORMATION
» KREATIVE TRANSFORMATION

EXPLORATIV IN DIE FLÄCHE GEHEN

NICHT-FASSLICHKEIT

NICHT-ERKLÄRBARKEIT



CREATIVE ECONOMIES

LEBENSDIENLICHE PRAKTIKEN

ERFAHRENHEIT GENERIEREN

FALLE: WELCHE TRANSFORMATION HAT DEN MEISTEN IMPACT?

CHANCEN EINES NEUEN BEGRIFFS

» SHARING ECONOMY

LOBBYS STÜRZEN SICH AUF NEUE BEGRIFFE

WAS MACHT MAN MIT VERBRAUCHTEN BEGRIFFEN?

DAS ALTE NICHT ABWERTEN

WAGNIS

» GERMAN WAGNIS

AM BEGRIFF DER "WIRTSCHAFT" ARBEITEN

POLICY?

BMW: R&D ÖKOLOGISCHE NEU DENKEN

THINK TANK

DIE GRENZE ZWISCHEN OFFENHEIT & LAIFARI

BRAUCHT ES EINEN NEUEN BEGRIFF?

BEISPIELE SCHAFFEN

FORSCHUNG

ANGST, HOFFUNG & INTERESSE GERECHTIGKEIT

ZUSÄTZLICHE

WAGNIS IM KURATIERT-ABGESTECKTEN RAUM

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

B... MO... INS...

NEU...

INNOVATION

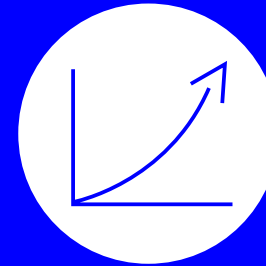
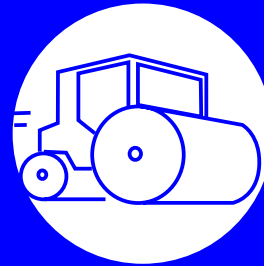
Ist also der Innovationsbegriff mit Blick auf die Creative Economies überhaupt geeignet? Lässt sich mit ihm das, was heute unter kreativem unternehmerischen Handeln verstanden wird, sinnvoll beschreiben? Bis heute ist der im wirtschaftsbegrifflichen Alltag verwendete Innovationsbegriff mit jener bekannten 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 PHÄNOMEN UNZUGEHEN

#1 UNGEKONNT ERNEUERN
#2 INNOVATION

INNOVATION

TECHNIK → KAUSAL ABBILDBAR



ARISTOTELES

BMW: 5.3.2019

CAUSA FINALIS
FORMALIS
CONCEPTUALIS
EFFICIENS

WIRKURSACHE



PROBLEM:
REKONSTRUIEREN
VON PROZESSEN

WENN DANN

KALKULIEREN

RISIKO ≠ WAGNIS



NACH WELCHEN KRITERIEN FÖRDERN?

FÖRDER-LOGIK?

WAS IST GUT?

BREITERER BEGRIFF VON »GUT«
↳ OPERATIV SCHWIERIG

BEDINGUNG FÜR INNOVATION

WAS IST FORSCHUNG, WAS IST FINDUNG?

#3 NEU MAL 8

UNSICHERHEIT



NICHT-LINEARE KONJUNKTUREN

MULTIPLE BEDINGTHEITEN

BEISPIEL: ERFAHRUNGS-WERTE

ANEKDOTISCH

RESONANZ



NICHT-FASSLICHKEIT

NICHT-ERKLÄRBARKEIT

WAGNIS
»GERMAN WAGNIS«

CREATIVE ECONOMIES

LEBENS-DIENLICHE PRAKTIKEN

AM BEGRIFF DER "WIRTSCHAFT" ARBEITEN

POLICY?

SETTING UM ERFAHRENHEIT GENERIEREN

DIE GRENZE ZWISCHEN OFFENHEIT & LAZIFARI

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



AFFIZIERUNG
EINWIRKEN

WIRKUNG
NECHSELWIRKUNG

PIEL FÖRDERUNG:
PEER-TO-PEER STATT KRIKRIENKATALOG

LEBENS-DIENLICHKEIT?

ÖKONOMISCHER BEGRIFF

FORTSCHRITT ENTSTEHT NICHT DURCH DIENST NACH VORSCHRIFT



WAGNIS IM KURZATRIERT-ABGESTECKTEN RAUM

FORSCHUNG & WIRTLING

NICHT ABWERTEN

BMW: R&D ÖKOLOGISCHES NEUES DENKEN

THINK TANK

ANGST, HOFFNUNG & INTERESSE GERECHTIGKEIT

ZUSTÄNDIGKEIT SCHAFFEN

BRÄUCHE NEUE WOHER

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.

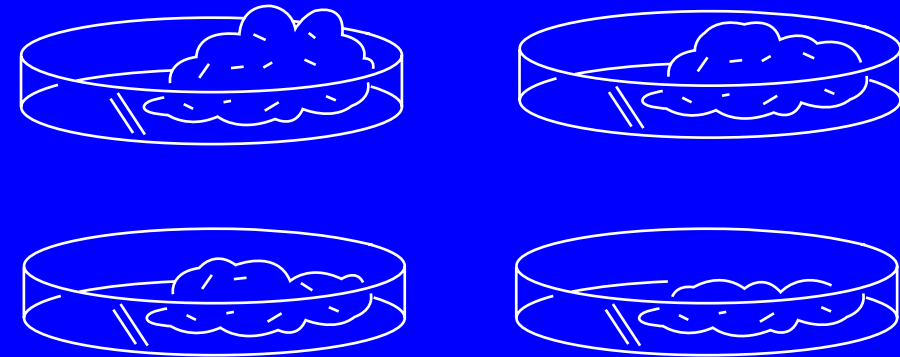
6 // Grimm, Jakob und Wilhelm: Deutsches Wörterbuch, Nachdruck der Erstausgabe von 1889, Bd. 13, München: dtv 1999, S. 644ff.

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?

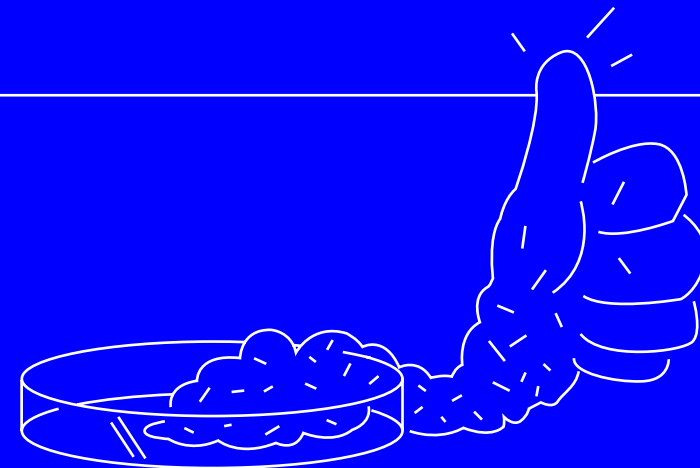
Wie wäre vor diesem Hintergrund etwa die schon genannte Definition von „nichttechnischen Innovationen“ zu verstehen, die ja charakterisiert werden als „Veränderungen hinsichtlich der Anwendungskontexte, Nutzungsmöglichkeiten, organisationalen Strukturen oder Ertrags- und Wertschöpfungsmechaniken“? Ist 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

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

NICHT-LINEARE KONJUKTUREN

MULTIPLE BEDINGTHEITEN

BEISPIEL: ERFAHRUNGS- WERTE
 ANEKDOTISCH
 HARTMUT ROSA

TRANSFORMAT
 BEYOND SCHUMPETER
 OPTIMIEREN
 HOHER SCHWELGER WEITER

NICHT-FASSLICHKEIT
NICHT-ERKLÄRBARKEIT

RESONANZ
 WENN A DANN
 GESTIMMTHEITEN MITEINANDER
 EN WEDER ZHdK

DIGITALE TRANSFORMATION
 KREATIVE TRANSFORMATION

EXPLORATIV IN DIE F... GEHEN

WAGNIS
 »GERMAN WAGNIS«

CREATIVE ECONOMIES
 LEBENSdienLICHE PRAKTIKEN
 AM BEGRIFF DER 'WIRTSCHAFTLICHEN ARBEITEN'
 POLICY?

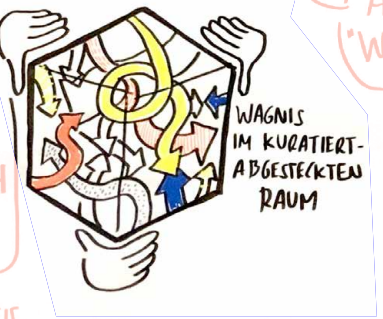
#4 EXPERIMENT

SETTING UM
ERFAHRENHEIT
 GENERIEREN

FALE: WELCHE TRANSFORMATION HAT DEN MEISTEN IMPACT?

WAS MACHT MAN MIT VERBRAUCHTEN BEGRIFFEN?

FORTSCHRIT
 ENTSTEHT NICHT DURCH DIENST NACH VORSCHRIFT



FORSCHUNG ENTWICKLUNG
 KKW TÄTIGKEITEN SIND OFT FORSCHUNG

ANGST, HOFFUNG & INTERESSE
 GERECHTIGKEIT
 ZUSÄNDIGKEIT SCHAFFEN

BRAUCHT ES EINEN NEUEN BEGRIFF?

INNOVATIONEN

ÄSTHETIK-INNOVATIONEN
 WERTSCHÖPFUNGS-INNOVATIONEN



BÜROKRATIE FREIE INNOVATION

MISSION STATEMENT?

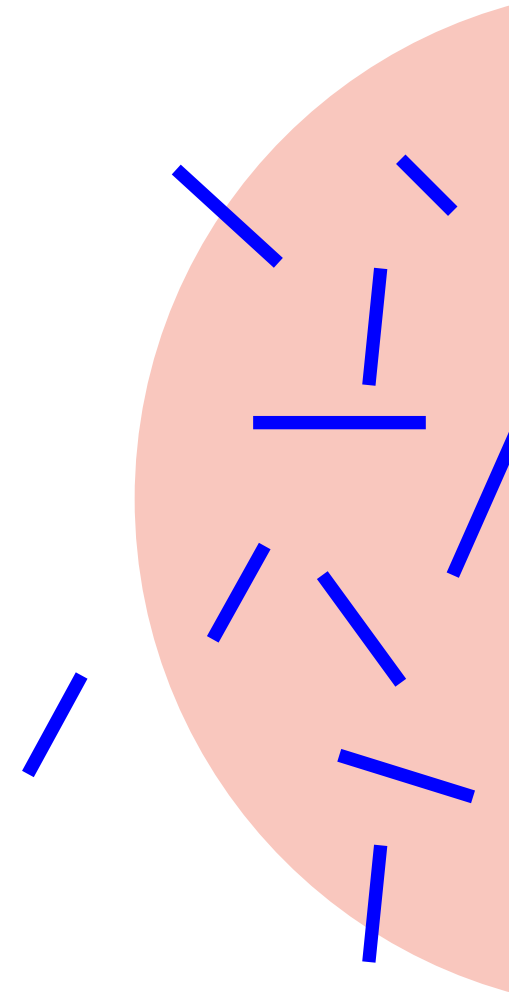
WOHER KOMMT INNOVATION?

BES...
 K...
 WA...
 FÖ...

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

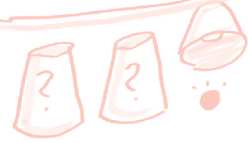
WAS IST GUT?

BREITERER BEGRIFF VON »GUT«
↳ OPERATIV SCHWIERIG

BEDINGUNG FÜR INNOVATION

WAS IST FORSCHUNG, WAS IST FINDUNG?

UNSICHERHEIT



NICHT-LINEARE KONJUNKTUREN

AFFIZIERUNG
EINWIRKEN

WIRKUNG
NECHSELWIRKUNG

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
BOER ZHAK

BEISPIEL: ERFAHRUNGSWERTE

ANEKDOTISCH

»DIGITALE TRANSFORMATION«
»KREATIVE TRANSFORMATION«

FÄLLE: WELCHE TRANSFORMATION HAT DEN MEISTEN IMPACT?

SETTING UM ERFAHRENHEIT ZU GENERIEREN

CREATIVE ECONOMIES
LEBENS-DIENLICHE PRAKTIKEN
AM BEGRIFF DER "WIRTSCHAFT" ARBEITEN
POLICY?

BMW: R&D
ORIGINE (NEU DENKEN)
THINK TANK

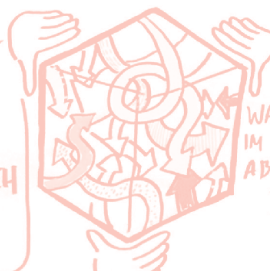
DIE GRENZE ZWISCHEN OFFENHEIT & LAZIFARI

FORSCHUNG & ENTWICKLUNG
NICHT ABWERTEN

ANGST, HOFFUNG & INTERESSE
GERECHTIGKEIT
ZUSTÄNDIGKEIT SCHAFFEN

NUTZEN
ÖKONOMISCHER BEGRIFF

FORTSCHRITT ENTSTEHT NICHT DURCH DIENST NACH VORSCHRIFT



WAGNIS IM KURZATRIERT-ABGESTECKTEN RAUM

BRÄUCHE NEUE
WOHER

URSACHEN UND NEBENWIRKUNGEN

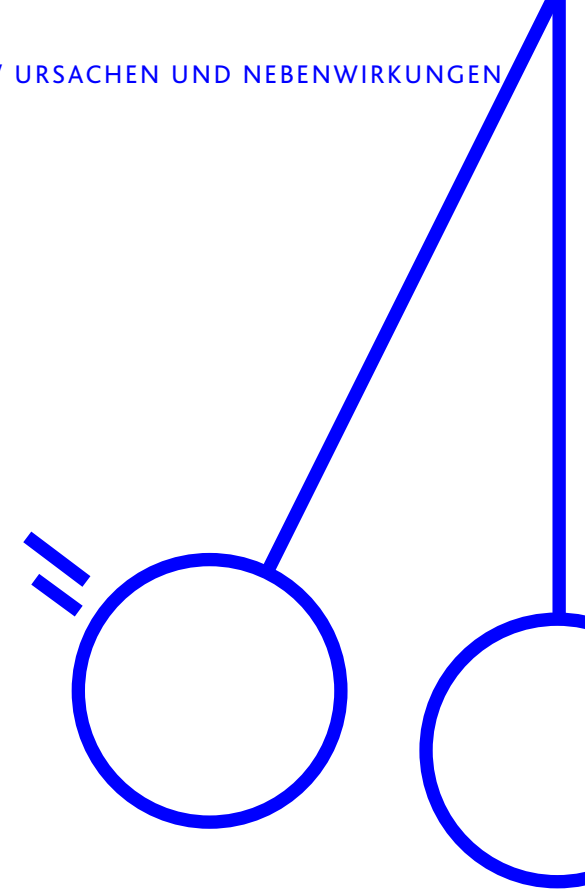
Ein entscheidender und vieldiskutierter Aspekt im Zusammenhang der Creative Economies ist die Frage nach ihren Wirkweisen oder des „Impact“: was bewirkt, dass Neues entsteht, wie wirken Akteur*innen zusammen, wie entstehen die entsprechenden sozioökonomischen Kollateraleffekte und was bewirken diese 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

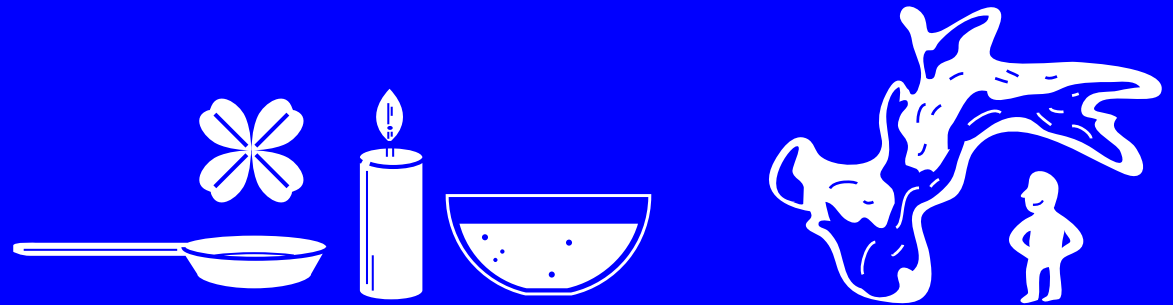
causa efficiens: «die Quelle, worin die Veränderung oder die Ruhe ihren Ursprung hat» (Aristoteles) ‹‹

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.



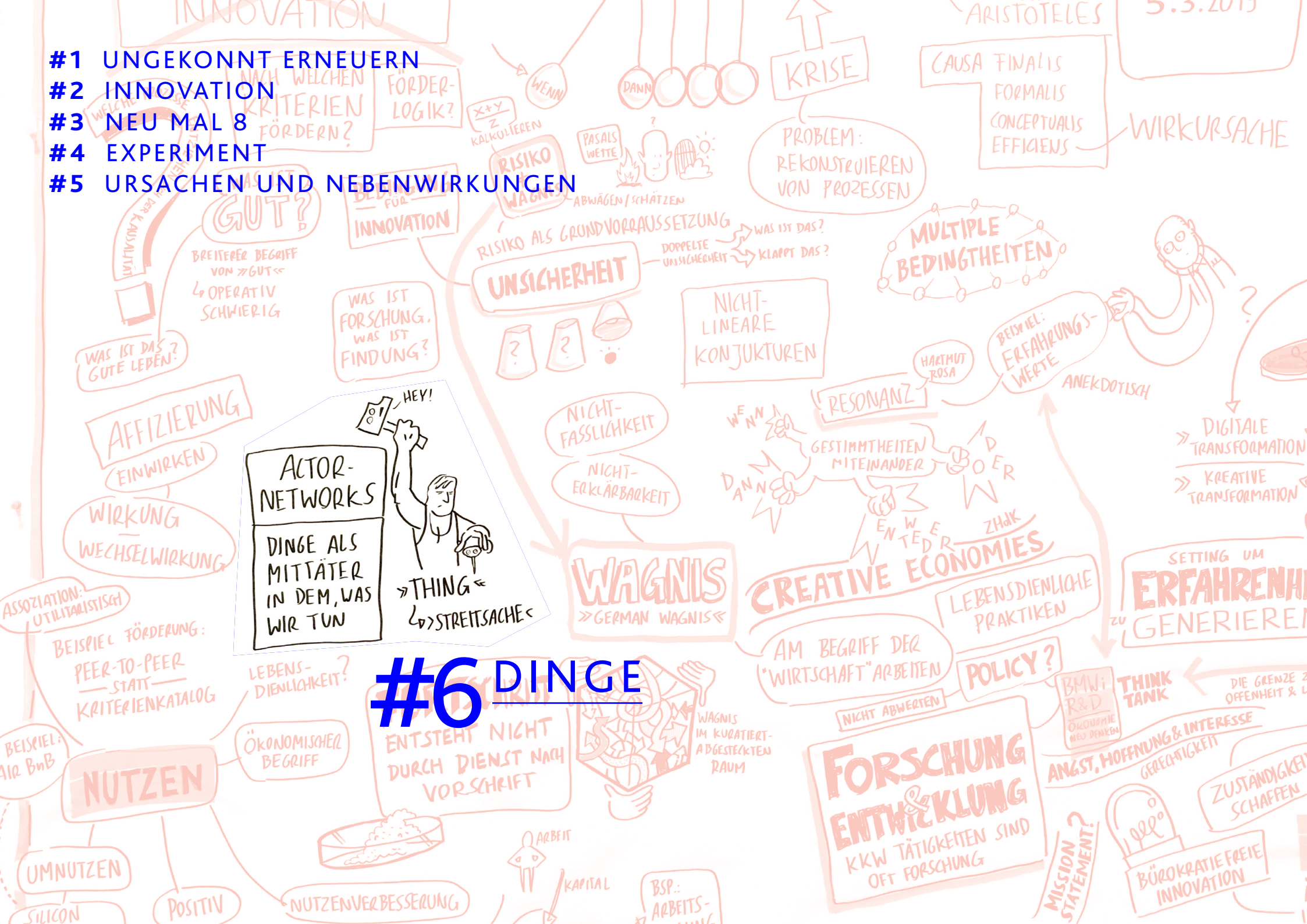
Und genau hier liegt ein Spezifikum der Creative Economies, für das der Begriff „innovativ“ nicht passend ist: Es geht nämlich im Kern nicht um schöpferische Zerstörung oder die gezielte „Erneuerung“ des Bestehenden, sondern darum, mit künstlerischen Denk- und Verfahrensweisen explorative Experimente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

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



#6 DINGE

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



ENTSTEHT NICHT DURCH DIENST NACH VORSCHRIFT



AFFIZIERUNG
 EINWIRKEN
 WIRKUNG
 WECHSELWIRKUNG

NUTZEN

UMNUTZEN

POSITIV

NUTZENVERBESSERUNG

BEISPIEL FÖRDERUNG:
 PEER-TO-PEER
 STATT
 KRITERIENKATALOG

LEBENS-DIENLICHKEIT?
 ÖKONOMISCHER BEGRIFF

GUT?

BREITERER BEGRIFF VON »GUT«
 ↳ OPERATIV SCHWIERIG

WAS IST DAS GUTE LEBEN?

WAS IST FORSCHUNG. WAS IST FINDUNG?

INNOVATION

UNSIKERHEIT

RISIKO ALS GRUNDVORRAUSSETZUNG
 DOPPELTE UNSICHERHEIT



WAGNIS
 »GERMAN WAGNIS«

NICHT-FASSLICHKEIT
 NICHT-ERKLÄRBARKEIT

NICHT-LINEARE KONJUNKTUREN

CREATIVE ECONOMIES

AM BEGRIFF DER "WIRTSCHAFT" ARBEITEN

LEBENS-DIENLICHE PRAKTIKEN

POLICY?

FORSCHUNG ENTWICKLUNG
 KKW TÄTIGKEITEN SIND OFT FORSCHUNG

MISSION STATEMENT?

BÜROKRATIE FREIE INNOVATION

SETTING UM **ERFAHREN** ZU GENERIEREN

DIE GRENZE ZWISCHEN OFFENHEIT & ...

ANGST, HOFFUNG & INTERESSE
 GERECHTIGKEIT

ZUSTÄNDIGKEIT SCHAFFEN

MULTIPLE BEDINGTHEITEN

BEISPIEL: ERFAHRUNGS- WERTE

ANEKDOTISCH

RESONANZ

GESTIMMTHEITEN MITEINANDER

ENTWEDER ... ODER ...

WENN ... DANN ...

CAUSA FINALIS
 FORMALIS
 CONCEPTUALIS
 EFFICIENS

WIRKURSACHE

PROBLEM: REKONSTRUIEREN VON PROZESSEN

KRISE

RISIKO WAGNIS

ABWÄGEN / SCHÄTZEN



WENN ... DANN ...

WENN ... DANN ...

FÖRDER-LOGIK?

NACH WELCHEN KRITERIEN FÖRDERN?

WELCHE ...

ARISTOTELES

5.3.2013

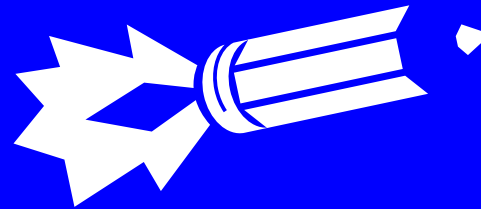
DINGE

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 Transformations- erfahrung 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*innen-schaft bilden und im *nicht-instrumentellen Umgang* Transformationspotentiale erkunden.

INNOVATION

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

WELCHE WELCHEN KRITERIEN FÖRDERN?
 FÖRDER-LOGIK?
 X+Y Z KALKULIEREN
 WENN DANN
 PASALS WETTE
 ABWÄGEN / SCHÄTZEN
 RISIKO WAGNIS
 WAS IST DAS? KLAFFT DAS?
 WAS IST DAS GUTE LEBEN?
 BREITERER BEGRIFF VON »GUT«
 ↳ OPERATIV SCHWIERIG

ARISTOTELES 5.3.2015
 CAUSA FINALIS
 FORMALIS
 CONCEPTUALIS
 EFFICIENS
 WIRKURSACHE
 KRISE
 PROBLEM: REKONSTRUIEREN VON PROZESSEN
 RISIKO ALS GRUNDVORAUSSETZUNG
 DOPPELTE UNSICHERHEIT
 WAS IST DAS?
 KLAFFT DAS?
 UNTERSCHIED ZWISCHEN
 GUT? WELCHER BEGRIFF? WAS IST DAS GUTE LEBEN?
 AFFIZIERUNG
 EINWIRKEN
 WIRKUNG
 WECHSELWIRKUNG
 WAS IST FORSCHUNG. WAS IST FINDUNG?
 NICHT-LINEARE KONJUNKTUREN

WAS IST DAS GUTE LEBEN?
 BREITERER BEGRIFF VON »GUT«
 ↳ OPERATIV SCHWIERIG

#7 ÄSTHETIK

WENN DANN
 WEIN, ZER
 DAN, GEM
 WENN DANN
 GESTIMMTHEITEN MITEINANDER
 EN WEDER ZHAK
 BOER
 RESONANZ
 HARTMUT ROSA
 BEISPIEL: ERFAHRUNGS-WERTE
 ANEKDOTISCH

FAKTOR-NETWORKS
 DINGE ALS MITTÄTER IN DEM, WAS WIR TUN
 »THING«
 ↳ »STREITSACHE«
 HEY!
 NICHT-FASSLICHKEIT
 NICHT-ERKLÄRBARKEIT
 WAGNIS
 »GERMAN WAGNIS«

CREATIVE ECONOMIES
 AM BEGRIFF DER "WIRTSCHAFT" ARBEITEN
 LEBENS-DIENLICHE PRAKTIKEN
 POLICY?
 NICHT ABWERTEN
 FORTSCHRITT ENTSTEHT NICHT DURCH DIENST NACH VORSCHRIFT
 WAGNIS IM KURATIERT-ABGESTECKTEN RAUM
 WENN DANN
 GEM
 DAN, GEM

ASSOZINATION: UTILITARISTISCH
 BEISPIEL FÖRDERUNG: PEER-TO-PEER STATT KRITERIENKATALOG
 BEISPIEL: AIR BnB

NUTZEN
 ÖKONOMISCHER BEGRIFF
 LEBENS-DIENLICHKEIT?
 UMNUTZEN
 POSITIV
 NUTZENVERBESSERUNG

FORSCHUNG ENTWICKLUNG
 KKW TÄTIGKEITEN SIND OFT FORSCHUNG
 WAGNIS IM KURATIERT-ABGESTECKTEN RAUM
 WENN DANN
 GEM
 DAN, GEM
 WENN DANN
 GEM
 DAN, GEM
 WENN DANN
 GEM
 DAN, GEM



» DIGITALE TRANSFORMATION
 » KREATIVE TRANSFORMATION

SETTING UM ERFAHRENHÄFTIGKEIT ZU GENERIEREN

THINK TANK
 DIE GRENZE ZWISCHEN OFFENHEIT & L...
 ANGST, HOFFUNG & INTERESSE
 GERECHTIGKEIT

BÜROKRATIE FREIE INNOVATION
 ZUSÄNDIGKEITEN SCHAFFEN

ARBEIT
 KAPITAL
 BSP.: ARBEITS-...

MISSION STATEMENT?

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**.

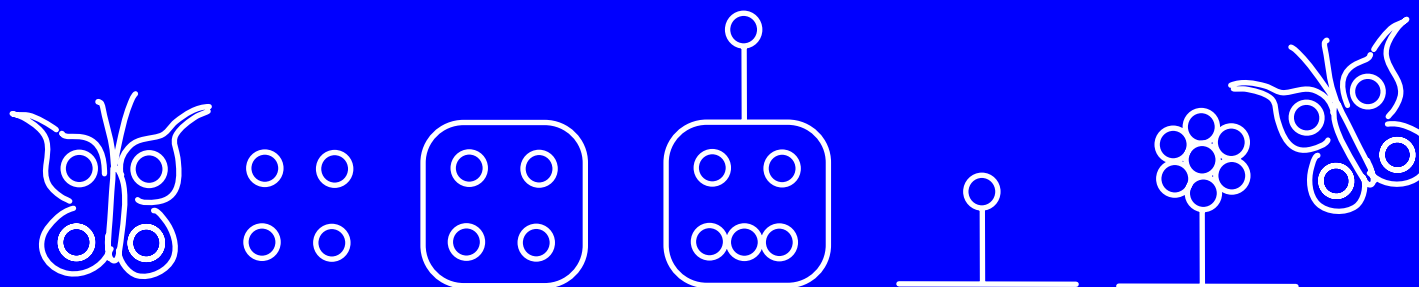
» AFFEKTION

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.

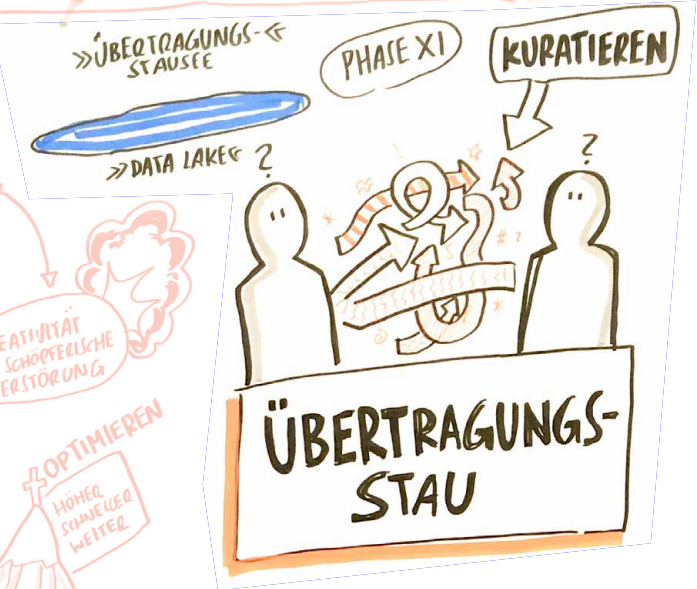
- #1 UNGEKONNT ERNEUERN
- #2 INNOVATION
- #3 NEU MAL 8
- #4 EXPERIMENT
- #5 URSACHEN UND NEBENWIRKUNGEN
- #6 DINGE
- #7 ÄSTHETIK

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



SPECULARE SPEKULANT DIE VORHUT

RESONANZ
GESTIMMTHEITEN MITEINANDER
BOER
WENN DANN
ENTWEDER ZHAK

CREATIVE ECONOMIES

SETTING UM ERFAHRUNG ZU GENERIEREN

FALE: WELCHE TRANSFORMATION HAT DEN MEISTEN IMPACT?

CHANCEN EINES NEUEN BEGRIFFS

»SHARING ECONOMY«
LOBBYS STÜRZEN SICH AUF NEUE BEGRIFFE

BEISPIELE:
MONVISO INSTITUT

AM BEGRIFF DER "WIRTSCHAFT" ARBEITEN

POLICY?

THINK TANK

DIE GRENZE ZWISCHEN OFFENHEIT & LARIFARI

WAS MACHT MAN MIT VERBRAUCHTEN BEGRIFFEN?

DAS ALTE NICHT ABWERTEN

BEISPIELE SCHAFFEN

(NORWEGEN)
NEUER DECAD

FORSCHUNG

ANGST, HOFFUNG & INTERESSE GERECHTIGKEIT

BRAUCHT ES EINEN NEUEN BEGRIFF?

KAUSAL ABLEITBAR

SCHÄTZEN

RAUSSETZUNG
DOPPELTE UNSICHERHEIT
WAS IST DAS?
KLAPPT DAS?

KEIT
T-SARKEIT

WAGNIS
MAN WAGNIS

WAGNIS IM KURATIERTE-ADGESTECKTEN RAUM

KL EX

NI ÖH

ÜBERTRAGUNGS- STAU

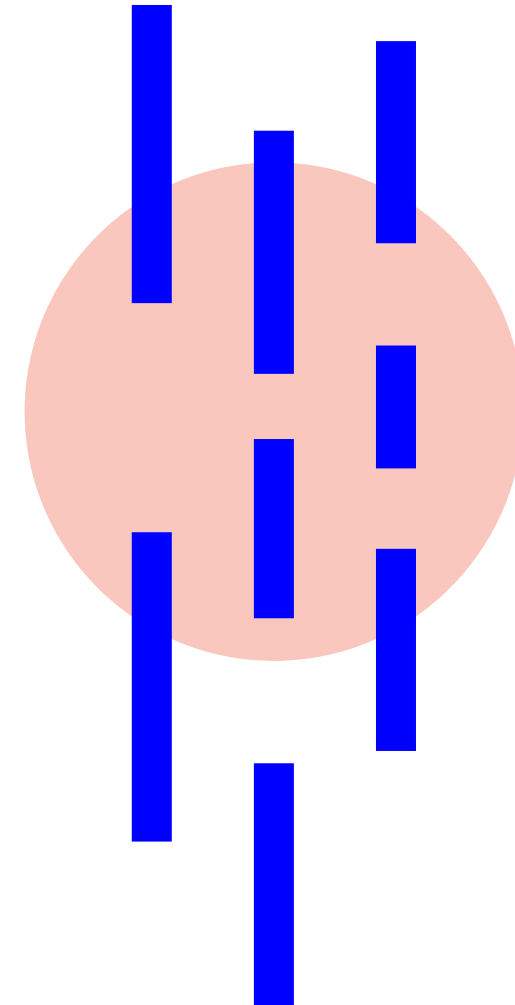
Auch wenn das Vorherige sehr abstrakt klingen mag: Besagte Transformationserfahrungen sind keine magischen Prozesse und der Raum, in dem sie entstehen, ist kein Zauberkasten. Was hier vielmehr geschieht, ist eine unerwartete Störung des gewohnten oder erwarteten Zusammenhangs von Ursache und Wirkung, 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) ‹‹

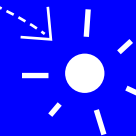
Ein Übertragungsstau *ereignet* sich. Und wie alle Ereignisse lässt er sich nicht einfach gezielt herbeiführen oder steuern. Und genau deshalb kennzeichnet er das transformative Potential, von dem oben die Rede war: Im Übertragungsstau entsteht Neues im Sinne des Ungeahnten, weil ein zweckorientiertes 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

5.3.2019

CAUSA FINALIS
FORMALIS
CONCEPTUALIS

WIRKURSACHE

KREATIVITÄT ALS SCHÖPFERISCHE ZERSTÖRUNG

ÜBERTRAGUNGSSTAU

BEYOND SCHUMPETER
OPTIMIEREN
HÖHER SCHNELLER WEITER

NICHT-LINEARE KONJUNKTUREN

MULTIPLE BEDINGTHEITEN



#9 CREATIVE TRANSFORMATION

CREATIVE ECONOMIES

SETTING UM
ERFAHRENHEIT
GENERIEREN

WAGNIS
»GERMAN WAGNIS«

AM BEGRIFF DER "WIRTSCHAFT" ARBEITEN

POLICY?

LEBENSDIENLICHE PRAKTIKEN

THINK TANK

WAS MACHT MAN MIT VERBRAUCHTEN BEGRIFFEN?

LOBBYS STÜRZEN SICH AUF NEUE BEGRIFFE

FORSCHUNG & ENTWICKLUNG
KKW TÄTIGKEITEN SIND OFT FORSCHUNG

ANGST, HOFFUNG & INTERESSE
GERECHTIGKEIT

ZUSTÄNDIGKEIT SCHAFFEN

BRAUCHT ES EINEN NEUEN BEGRIFF?

BEISPIELE SCHAFFEN

INNOVATIONEN

BESCHREIBEN KÖNNEN WAS MAN



BÜROKRATIE FREIE INNOVATION

NEUER STRUKTUR DENK

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. Dementsprechend 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.

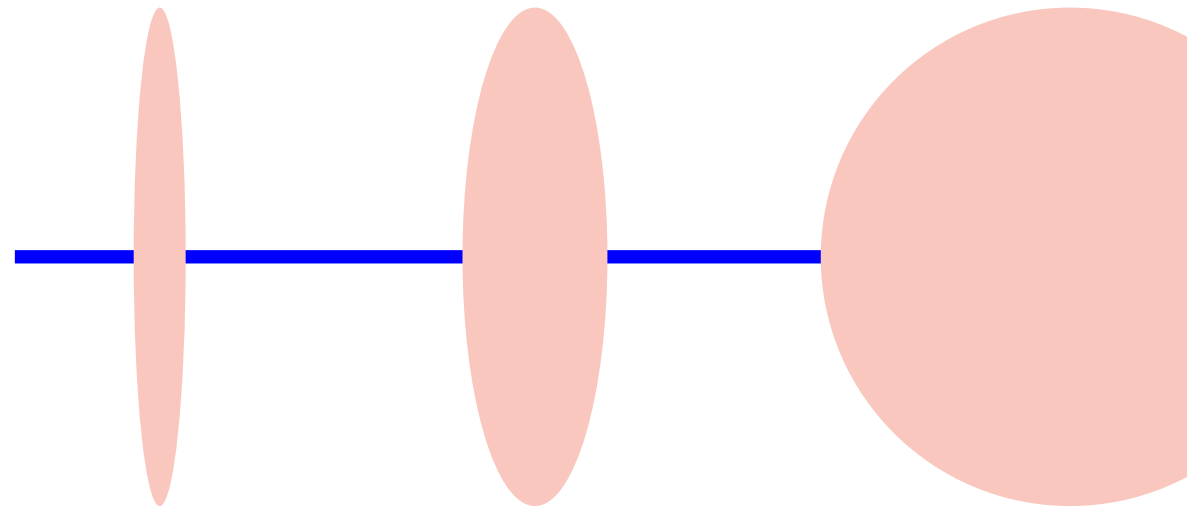
12 // Köstler, Arthur: Der göttliche Funke. Der schöpferische Akt in Kunst und Wissenschaft, Bern/München/Wien: Scherz 1966.

» 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. ■



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

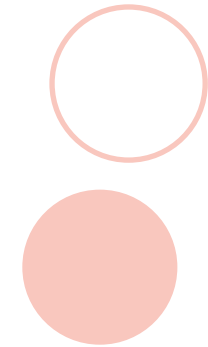
#10 KREATIVE ÖKONOMIEN



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 behaushalten 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!



- #1 UNGEKONNT ERNEUERN
- #2 INNOVATION
- #3 NEU MAL 8
- #4 EXPERIMENT
- #5 URSACHEN UND NEBENWIRKUNGEN
- #6 DINGE
- #7 ÄSTHETIK
- #8 ÜBERTRAGUNGSSTAU
- #9 CREATIVE TRANSFORMATION
- #10 KREATIVE ÖKONOMIEN

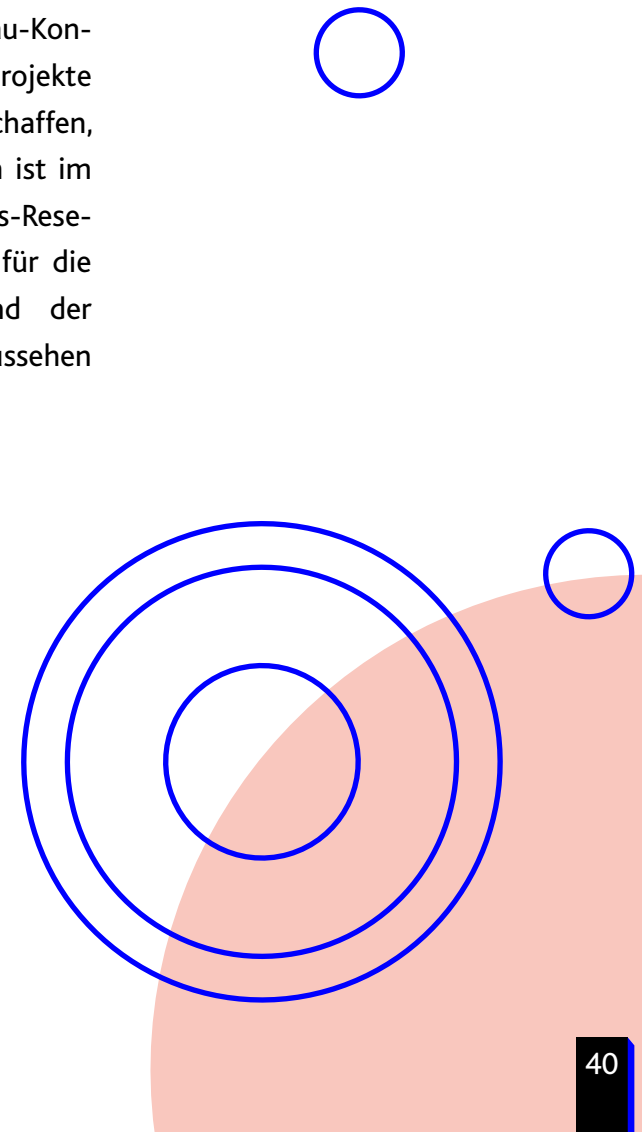
#11 DOING RESEARCH & DEVELOPMENT



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

