

Research Note n°4 (2020)

«Sleeping Beauty» IV, Jenseits der aktuellen Debatten: Alternative Strategien zur Analyse der Kreativwirtschaft

Verfasser: Christoph Weckerle und Simon Grand

Der vorliegende Text fasst einige Erkenntnisse der englischen Research Note 4 zusammen, welche Teil einer Reihe von Research Notes des Zurich Centre for Creative Economies (ZCCE) an der Zürcher Hochschule der Künste zur Frage der wirtschaftlichen Auswirkungen der Coronavirus-Krise auf den kulturellen Sektor ist.

Vorbemerkung – (Christoph Weckerle)

Note 1 – Roosevelt, die WPA und die US-amerikanische Soforthilfepolitik in den Jahren 1936–1939 (Frédéric Martel)

Note 2 – Die Weltkulturkrise (Frédéric Martel)

Note 3 – Die Schweizer Kreativwirtschaft: Auf Statistiken basierende Überlegungen zu den aktuellen Debatten in der Schweiz (Roman Page, Christoph Weckerle)

Note 4 – Jenseits der aktuellen Debatten: Alternative Strategien zur Analyse der Kreativwirtschaft (Christoph Weckerle, Simon Grand)

ABSTRACT | Seit Februar 2020 hält die COVID-19-Epidemie weite Teile der Weltwirtschaft in ihrem Bann. In der Kreativwirtschaft hat dies nicht nur schwerwiegende wirtschaftliche Folgen, sondern auch Konsequenzen für die Identität und die Organisation dieses Bereichs. Die folgenden vier Notes (1) erinnern an frühere, insbesondere die während der Weltwirtschaftskrise von 1929 eingeführten, Soforthilfeprogramme; (2) untersuchen die aktuelle Lage des gesamten kulturellen Sektors sowie seiner einzelnen Sektoren; (3) präsentieren aktuell verfügbare statistische Daten. Teil (4) liefert eine Reihe von Vorschlägen und Analysen, welche die Kreativwirtschaft mit Bezug auf die etablierten Zugänge neu zu beschreiben versucht.

Die vollständige englische Research Note vier ist auf der Website des ZCCE unter folgendem Link zu finden: <https://www.zhdk.ch/departemente/dkv/zcce/research-notes>.

Approach und Bezug zu den Research Notes 1, 2 und 3

In den Research Notes 1, 2 und 3 des ZCCE haben wir versucht, wesentliche Herausforderungen und Dynamiken an den Schnittstellen von Kunst / Design mit Wirtschaft, Gesellschaft und Politik (Creative Economies) im Kontext der aktuellen Covid-19 Krise zu beschreiben. Dies anhand eines historischen Vergleichs (Note 1), anhand qualitativer Aussagen unterschiedlichster Akteure (Note 2) sowie anhand von statistischen Daten (Note 3).

In der Research Note 4 reflektieren wir einerseits diese Beobachtungen, Resultate und Erkenntnisse vor dem Hintergrund aktueller Fragestellungen, Positionen und Perspektiven in der internationalen Forschung zu den Creative Economies. Andererseits interpretieren wir die Situation ausgehend von Ansätzen und Modellen, die wir in den letzten Jahren entwickelt haben (siehe dazu verschiedene Texte und Workshop-Dokumentationen: www.zhdk.ch/zcce).

Mit der Research Note 4 verfolgen wir das Ziel, bekannte Muster und Zusammenhänge der Creative Economies zu

beschreiben, welche durch die aktuelle Covid-19 Krise bestätigt oder auch zuge-spitzt oder neu beleuchtet werden. So werden wichtige und teilweise neue Facetten sichtbar, welche für die öffentliche Thematisierung dieses kulturellen und wirtschaftlichen Feldes Konsequenzen haben oder haben sollten. Zugleich wollen wir beschreiben, wie sich durch die aktuelle Situation die Bewertung der Creative Economies verändert oder verändern müsste bzw. welche neuen Fragen sich durch einen Vergleich mit anderen Wirtschafts- und Gesellschaftsbereichen ergeben.

Dabei sehen wir die Aufgabe der Forschung vor allem darin, Beobachtungen und Interpretationen vorzuschlagen und relevante Fragen und mögliche Konsequenzen herzuleiten. Zugleich braucht es aber auch die Perspektive der vielen anderen Akteure in diesem Feld, um auf der Höhe der Potentiale und Herausforderungen der Creative Economies zu überzeugenden und robusten Ansätzen und Strategien zu kommen.

Einige Erkenntnisse aus der Research Note 4

_ Es gibt viele Parallelen und Bezüge zwischen den wissenschaftlichen Fragestellungen zu den Creative Economies und den aktuellen Herausforderungen, welche durch Covid-19 entstanden sind. Es ist entsprechend lohnenswert, bestehende Erkenntnisse und Erfolgsstrategien aus den Creative Economies besser zu verstehen und auf weitere gesellschaftliche Felder zu beziehen. Zugleich wird es darum gehen müssen, diese Erkenntnisse und Strategien kritisch zu hinterfragen und Formate zu finden, um mit neuen Modellen und Ansätzen zu experimentieren und diese zu skalieren. Und dabei lohnt es sich genau nachzufragen und zu diskutieren, welche Bedeutung die Creative Economies aus wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Sicht für die Bewältigung der Krise, aber auch für die Gestaltung der Zukunft haben sollen.

_ Die aktuelle Krisensituation und die vielfältigen politischen, wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und kulturellen Herausforderungen und Unsicherheiten, die damit verbunden sind, spiegeln sich in einer Reihe wesentlicher Beobachtungen und Erkenntnisse der internationalen Forschung zu den Creative Economies. Sie zeigen, dass die Creative Economies ein heterogenes Feld darstellen, dass sich zudem laufend verändert. Viele Akteure, Netzwerke und Wertschöpfungsprozesse in den Creative Economies sind global organisiert und nutzen digitale und analoge Möglichkeiten der Kreation, Zusammen-

arbeit und Inszenierung. Die Akteure der Creative Economies verfügen über Kompetenzen und Praktiken, die gerade unter Unsicherheit besonders wichtig sind. Zugleich sind sie aufgrund ihrer ökonomischen Situation teilweise besonders gefährdet und herausgefordert.

Die Akteure verfolgen dabei unterschiedlichste Modelle und Strategien, und nutzen dafür diverse Organisations- und Finanzierungsformen. Wie robust projektbasierte Modelle sind, wie wichtig eine stabile Vernetzung sein kann, wie wirksam unterschiedliche Organisationsformen sind, wird sich in der kommenden Zeit zeigen und ist sorgfältig zu beobachten und zu analysieren. Aus einer kultur-, wirtschafts- und gesellschaftspolitischen Perspektive ist dabei die Frage zentral, wie die Werte zu sehen sind, die durch die Creative Economies geschaffen werden, und was das für die Bewertung und Kommerzialisierung, aber auch die Institutionalisierung, die Förderung oder die Governance bedeutet.

_ Aus einer gesamtgesellschaftlichen Perspektive lässt sich sagen, dass die Creative Economies in der aktuellen Krisensituation meist auf ihre wirtschaftliche Bedeutung reduziert wurden. Ihre gesellschaftliche Bedeutung (gerade in Zeiten der Krise), hat kaum eine Rolle gespielt, und dies obwohl viele Akteure der Creative Economies durchaus auf den Zusammenhang hinweisen (siehe dazu auch diverse

Aussagen in der Research Note 2). Wenn argumentiert wird, dass gerade die Creative Economies besonders exemplarisch sind für neue, hybride, zukunftsfähige Formen des Engagements, zwischen Forschung und Kunst, in Verbindung gestalterischer und kommerzieller Ambitionen, durch die Verbindung von Kreation, Forschung und Entwicklung, so hat sich in der Covid-19 Krise gezeigt, dass hybriden Formen oft nicht genügend stabil und etabliert und entsprechend institutionalisiert sind, um gesehen zu werden, weiterbestehen zu können bzw. gar die Entwicklung und das politische Agenda Setting beeinflussen zu können. Was wir beobachten konnten ist vielmehr eine Konfrontation unterschiedlicher Logiken: Es galt sich zu entscheiden zwischen der ökonomischen Dimension (Logik KMU, traditionelle, wirtschaftliche Kriterien für die Definition der «Systemrelevanz») oder der kulturellen Dimension (die über Kulturförderungs-Agenturen und deren Logik abgewickelt wurde, im Sinne von: «fördern, was es schwer hat»).

– Mit Blick auf zukünftige Entwicklungen der Creative Economies, und der mit diesem kreativen Feld verbundenen Sphären, Industrien und Institutionen sind die Dimensionen Wertschöpfung und unternehmerische Strategie dabei neu zu verknüpfen. Das ZCCE hat dazu bereits vor der Covid-19 Krise ein Modell vorgelegt und international zur Diskussion gestellt, das dafür einen ersten groben Denkansatz

liefert. Darauf basierend stellt die Research Note 4 zwölf Punkte zur Diskussion.

Christoph Weckerle, Simon Grand

Die vierte Research Note ist Teil einer Reihe von vier Research Notes des Zurich Centre for Creative Economies (ZCCE) an der Zürcher Hochschule der Künste zur Frage der wirtschaftlichen Auswirkungen der Coronavirus-Krise auf den kulturellen Sektor.

Die vollständige englische Research Note vier ist auf der Website des ZCCE unter folgendem Link zu finden: <https://www.zhdk.ch/departemente/dkv/zcce/research-notes>.

SIEHE AUCH:

Note 1 – Roosevelt, die WPA und die US-amerikanische Soforthilfepolitik in den Jahren 1936–1939 (Frédéric Martel)

Note 2 – Die Weltkulturkrise (Frédéric Martel)

Note 3 – Die Schweizer Kreativwirtschaft: Auf Statistiken basierende Überlegungen zu den aktuellen Debatten in der Schweiz (Roman Page, Christoph Weckerle)

Note 4 – Jenseits der aktuellen Debatten: Alternative Strategien zur Analyse der Kreativwirtschaft (Christoph Weckerle, Simon Grand)



hdk

Zürcher Hochschule der Künste
Zurich University of the Arts

Zurich
Centre for
Creative
Economies

ZURICH CENTRE FOR CREATIVE ECONOMIES (ZCCE)

Das Zurich Centre for Creative Economies (ZCCE) ist ein internationales Kompetenzzentrum, das sich in Forschung und Analyse der Creative Economies sowie dem Wissenstransfer in die Hochschulbildung und Praxis widmet. Unsere Fachgebiete sind: Kulturpolitik, Digitalisierung, Smart Cities, Kunst- und Designkarrieren, Kritik & Theorie und unternehmerische Strategien. Wir arbeiten eng mit unseren internationalen Partnern, Forschern, Akademikern und Startup-Gründern zusammen.

Das Zurich Centre for Creative Economies (ZCCE) ist Teil der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK).

Frédéric Martel, Academic Director
Eva Pauline Bossow, Managing Director

KONTAKT

Zurich Centre for Creative Economies
Zurich University of the Arts
Toni-Areal, Pfingstweidstrasse 96
8031 Zürich, Switzerland
creative.economies@zhdk.ch
www.zhdk.ch/zcce

Oktober 2020