

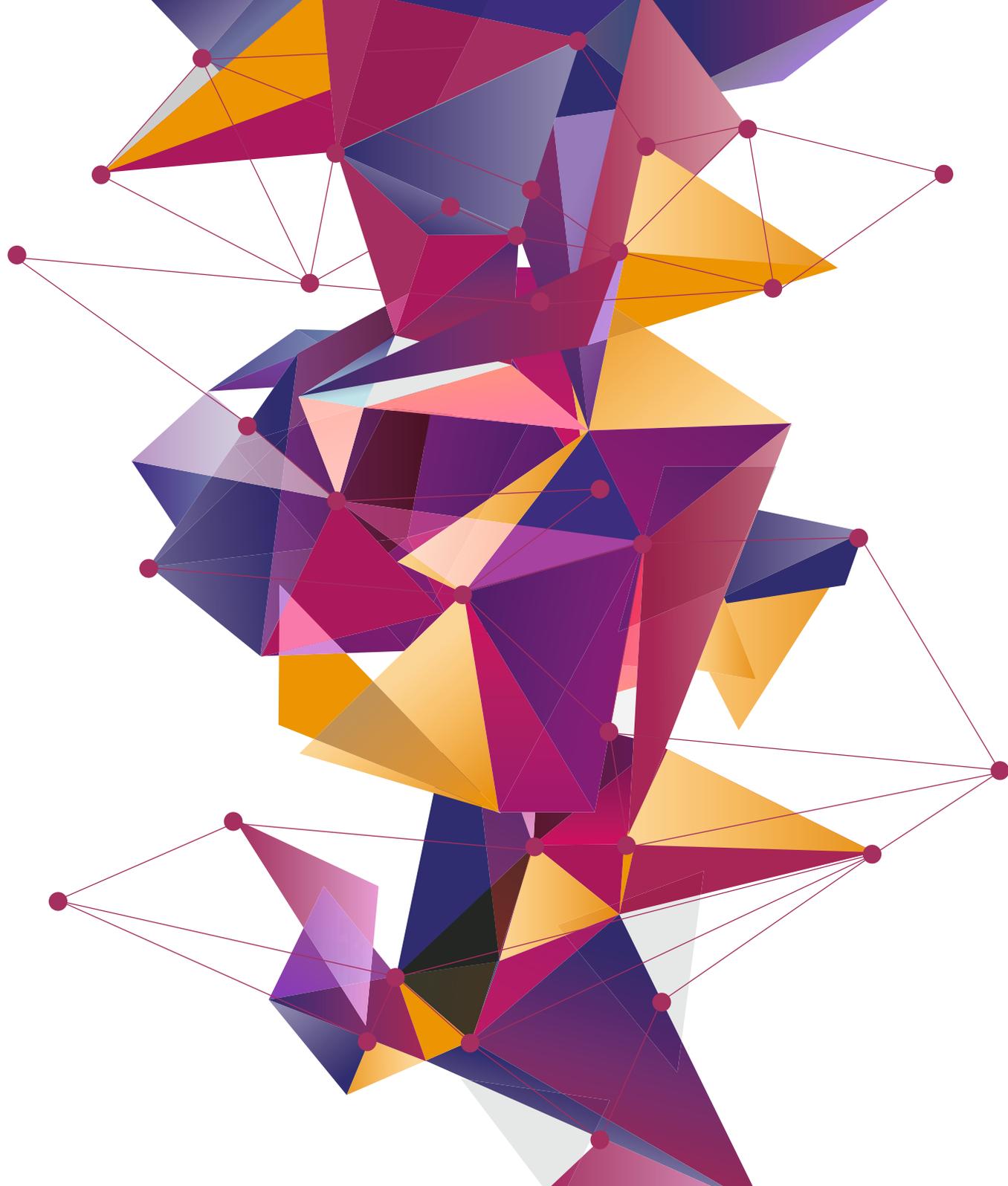
INNOVATION IST LEIDENSCHAFT

AUSSTELLUNG | WORKSHOPS | FORUM | AWARD

INNOVATION IS PASSION

EXHIBITION | WORKSHOPS | FORUM | AWARD

2014



INHALTSVERZEICHNIS

CONTENT

04 | VORWORTE

PREAMBLES

Prof. Dieter Gorny
Ute Schäfer

06 | ÜBERBLICK – DREI TAGE FORUM D'AVIGNON RUHR

OVERVIEW – THREE DAYS FORUM D'AVIGNON RUHR

08 | 10. JUNI – N.I.C.E.-AUSSTELLUNG

10 JUNE – N.I.C.E. EXHIBITION

Einleitung
Introduction

Nominierte
Nominees

Sonderprojekte
Special Projects

Gewinner
Winners

36 | 11. JUNI – NETZWERKTRÉFFEN UND WORKSHOPS

11 JUNE – NETWORK MEETINGS AND WORKSHOPS

38 | 11. JUNI – DINNER

11 JUNE – DINNER

40 | GRUSSWORTE

WELCOME SPEECHES

48 | 12. JUNI – KONFERENZ

12 JUNE – CONFERENCE

50 | BEGRÜSSUNGSSTATEMENTS

WELCOME STATEMENTS

Mehr Offenheit für Inspiration: Kreativität braucht (Spiel-)Raum
More Openness for Inspiration: Creativity Needs Free Scope

Gemeinsam innovativer werden
Jointly Become More Innovative

56 | IMPULSE UND DISKUSSIONEN

IMPULSES AND DISCUSSIONS

Kreatives Europa: Anreize für Innovation und Kreativität schaffen
Incentivising Innovation and Creativity. Creative Europe Makes the Case

Die Vielfalt der Leidenschaft
The Diversity of Passion

Träumen als Leidenschaft
Dreaming as Passion

Über die Evaluierbarkeit von Kreativität
About Evaluating Creativity

Leidenschaft und Politik: Wie die Kultur neue Kräfte mobilisiert
Passion and Politics: How Culture Mobilises New Forces

72 | DER N.I.C.E. AWARD 2014

THE N.I.C.E. AWARD 2014

N.I.C.E. Award – Innovation ist Leidenschaft
N.I.C.E. Award – Innovation is Passion

Die Gewinner sind...
The Winners are...

82 | IMPRESSUM

IMPRINT

PROF. DIETER GORNY

Wandel durch Kultur, Kultur durch Wandel – auch vier Jahre nach der Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010 hat die auf den Kulturförderer des Ruhrgebiets Karl Ernst Osthaus gegründete Philosophie Gültigkeit und Aktualität.

Kultur durch Wandel heißt: Es braucht Bereitschaft, Wille und Leidenschaft, damit Kultur und Kreativität sich entfalten und auch verändern können. Das ist Aufgabe der „Ermöglicher“ von Kultur, ob in der Europäischen Kommission oder in den Kommunen – aber nicht nur, denn kulturelle Innovationen entstehen auch vermehrt abseits der etablierten öffentlichen Strukturen.

Wandel durch Kultur heißt: Kultur macht den Unterschied! Sie stößt Veränderungen an und ermöglicht neue Perspektiven. Besonders in der Kultur- und Kreativwirtschaft wird der Zusammenhang zwischen kulturellem Inhalt und z.B. technologischer Innovation augenscheinlich.

Die Innovationskraft von Kultur und die Leidenschaft als immaterielle Ressource dafür waren das zentrale Thema des 3. Forum d'Avignon Ruhr. Die vorliegende Dokumentation beschreibt die verschiedenen Diskurse und Debatten, die vom 10. bis 12. Juni im Kreativ.Quartier City Nord.Essen stattgefunden haben. Sie hebt aber auch die AkteurlInnen aus Kunst, Kultur, Wirtschaft und Wissenschaft hervor, die den Mut zur Leidenschaft mit in ihre Theater, Museen, Unternehmen und Verwaltungen nehmen.

Mit dem Preis des Network for Innovations in Culture and Creativity in Europe (N.I.C.E.) haben wir den Fokus auf kulturelle, kreative Innovationen gelegt. Die Ausstellung der zehn bemerkenswerten, für den N.I.C.E. Award nominierten Projekte aus Berlin, Bilbao, Dortmund, Essen, Košice, Lissabon, New York/Berlin, Oberhausen und Wien zeigen, wie Kultur ihren Einflussbereich ausweitet und Veränderungen anstößt.

Das Forum d'Avignon Ruhr ist in seiner Entstehungsgeschichte eine transnationale, europäische Kooperation für den Wandel durch Kultur.

Daher freue ich mich, dass Axel Ganz in Namen des Präsidenten des Forum d'Avignon, Nicolas Seydoux, sich in seiner diesjährigen Begrüßungsrede besonders der Bedeutung der deutsch-französischen Kooperation für Europa widmete, nicht nur in kulturellen, sondern auch wirtschaftlichen Bereichen. Axel Ganz betonte zudem, dass das Forum d'Avignon und das Forum d'Avignon Ruhr einmal mehr zeigen, dass Kultur Vorreiter für den europäischen Dialog ist und Räume für neue Dialoge und transnationale Partnerschaften öffnen kann. Das sei gerade heute für Europa wichtig.

Der N.I.C.E. Award zeigt in diesem Zusammenhang, dass sowohl im Ruhrgebiet als auch im europäischen Ausland innovativ an Lösungen gearbeitet wird – mal konzeptionell, mal mit städtebaulicher oder unternehmerischer Ausrichtung, aber immer mit Hilfe von Kreativität, viel Leidenschaft und Bereitschaft zum Wandel. Dennoch wird Kultur auch nach Überzeugung der Europäischen Kommission als Impulsgeber für Innovationen in Gesellschaft und Wirtschaft noch unterschätzt. Mit Kreatives Europa oder der Innovationsunion will die Kommission Abhilfe schaffen und die transformativen Effekte von Kultur fördern, wie Jan Trzeczyński, Generaldirektor für Bildung und Kultur der Europäischen Kommission auf dem Forum d'Avignon Ruhr 2014 in seiner Impulsrede erläuterte.

Kultur ist mehr als „nice to have“. Umso wichtiger ist es, beispielhaften Projekten, wie wir sie im Rahmen der N.I.C.E.-Ausstellung sehen konnten, nicht nur eine Bühne zu geben, sondern sie weiter zu erforschen, ihre Innovationskraft sichtbar zu machen und in Städten und Regionen konkret wirksam werden zu lassen. Dafür will sich das European Centre for Creative Economy (ecce) mit dem Forum d'Avignon Ruhr 2014 in Europa einsetzen und so den andauernden Strukturwandel im Ruhrgebiet durch Kultur und Innovation mit Hilfe der Agenda Europa 2020 unterstützen.

Change through Culture, Culture through Change – four years after the European Capital of Culture RUHR.2010 this philosophy by Karl Ernst Osthaus, a patron of culture of the Ruhr region, is still valid and topical.

Culture through Change means: readiness, willingness and passion are necessary for culture and creativity to unfold and change. Those characteristics are required from the “enablers” of culture at institutions such as, but not limited to, the European Commission or in municipalities. Because an increased number of cultural innovations is developed beyond well-established public structures.

Change through Culture means: culture makes the difference! It is a driver for change and gives new perspectives. Especially in the cultural and creative industries, the correlation between cultural content and e.g. technological innovation is becoming apparent.

The innovative strength of culture and passion as an immaterial resource were the central topic of the 3rd Forum d'Avignon Ruhr. This documentation summarises the discourses and debates that took place from 10 to 12 June at Creative Quarter City Nord.Essen. It also puts the emphasis on those players working in the fields of art, culture, industry and science, who have the courage to be passionate during their work in theatres, museums, companies and administrations.

The Award of the Network for Innovations in Culture and Creativity in Europe (N.I.C.E.) placed the focus on cultural and creative innovations. An exhibition of the ten most impressive projects nominated for the N.I.C.E. Award from Berlin, Bilbao, Dortmund, Essen, Košice, Lisbon, New York/Berlin, Oberhausen and Vienna demonstrates how culture is expanding its role, driving change.

The Forum d'Avignon Ruhr is based on a transnational European cooperation for change through culture. I am pleased to hear Axel Ganz,

who spoke on behalf of the President of the Forum d'Avignon Nicolas Seydoux, talk about the importance of Franco-German cooperation for Europe in his opening address this year – not only in the cultural but also in the economic field. Axel Ganz also emphasised that the Forum d'Avignon and the Forum d'Avignon Ruhr once again show that culture can set trends for a European dialogue and create a platform for new dialogues and transnational partnerships. This is important for Europe – today more than ever.

The N.I.C.E. Award shows in this context that both in the Ruhr region and in other European countries people are extremely innovative to find solutions – as regards the conceptual design, urban development or business purposes – but always with the help of creativity, lots of passion and the readiness to change. According to the



UTE SCHÄFER

European Commission, however, culture is not yet fully recognised as a driver for social and economic innovations. With projects like Creative Europe or Innovation Union, the Commission is trying to fight this lack of recognition to promote the transformative effects of culture, as explained Jan Truszczyński, Director General for Education and Culture at the European Commission, in his keynote speech at the Forum d'Avignon Ruhr 2014.

Culture is more than just "nice to have". Which is why it is all the more important to provide a forum for exemplary projects such as, for example, this year's exhibition of the nominees of the N.I.C.E. Award, and to explore them further, to make their innovative strength visible so as to have a direct impact on cities and regions. This is what the European centre for creative economy (ecce) is aiming at with the Forum d'Avignon Ruhr 2014 in Europe to support the constant structural change in the Ruhr region through culture and innovation and with the help of the Europe 2020 Agenda.



Prof. Dieter Gorny

Geschäftsführer | Managing Director
European centre for creative economy (ecce)

Wieder war Europa zu Gast im Ruhrgebiet. KünstlerInnen, Kulturschaffende, VertreterInnen aus Wirtschaft, Medien und Politik aus 21 europäischen Ländern besuchten das 3. Forum d'Avignon Ruhr und tauschten sich zwei Tage lang über das spannende Thema „Innovation ist Leidenschaft“ aus. Parallel dazu tagten 20 bedeutende europäische Institutionen und Netzwerke in Essen im wundervollen GOP Varieté-Theater, in der City-Messehalle und auf Zeche Zollverein. Verarbeitet wurde auch ein neuer europäischer Forschungsverbund mit ecce und dem Arts Council England als Leadpartnern. Auch das zeigt, dass dieses Forum viele neue Ideen produziert und von ihm spannende neue Projekte ausgehen.

Mit seiner dritten Ausgabe ist das Forum d'Avignon Ruhr endgültig zu einer der gefragtesten und wichtigsten Plattformen für den Austausch über das Thema Wandel durch Kultur geworden. Die Landesregierung freut sich sehr darüber, dass nach EU-Kommissarin Androulla Vassiliou im letzten Jahr auch Generaldirektor Jan Truszczyński, Generaldirektor für Bildung und Kultur der Europäischen Kommission erneut die zunehmende Bedeutung des Forum d'Avignon Ruhr als eines der wichtigsten europäischen Debattenorte hervorgehoben hat. Seine Würdigung der erfolgreichen Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010 und der nachhaltigen Entwicklungen der letzten vier Jahre bestätigt uns darin, den eingeschlagenen Weg fortzuführen.

Mit einem Bündel von Maßnahmen stellen der Regionalverband Ruhr (RVR) und die Landesregierung in Düsseldorf sicher, dass die im Kulturhauptstadtjahr bewirkten Entwicklungsschübe dauerhaft anhalten. Dafür stehen die Urbanen Künste Ruhr, die Förderung der Kreativ.Quartiere Ruhr durch das Land und die gemeinsame Pflege der 2010 entstandenen künstlerischen Netzwerke. Der N.I.C.E. Award, den wie im Vorjahr Wirtschaftsminister des Landes Nordrhein-

Westfalen Garrelt Duin zum Abschluss der Konferenz überreicht hat, hat wieder einmal deutlich gemacht, dass die innovativen Spillover-Projekte des Ruhrgebiets an der europäischen Spitze liegen. Eine internationale Jury, der unter anderen der renommierte Städteforscher Charles Landry angehörte, hat unter den zehn besten Nominieren gleich vier Bewerbungen aus dem Ruhrgebiet ausgewählt. Mit dem Unperfekthaus in Essen konnte das Ruhrgebiet sogar den zweiten Preisträger stellen.

Once again, the Ruhr area welcomed its European guests. Artists, creators, representatives of the industry, the media and politics from 21 European countries participated in the 3rd Forum d'Avignon Ruhr; for two days they exchanged ideas on the exciting motto "Innovation is Passion". 20 important European institutions and networks met in Essen at the beautiful GOP Variety Theatre, at City-Messehalle and at Zeche Zollverein. In addition, the lead partners ecce and the Arts Council England launched a new European research association. This shows, that the Forum produces many new ideas leading to exciting new projects.

With its third edition, the Forum d'Avignon Ruhr has finally become one of the most sought-after and most important platforms on the topic Change through Culture. After welcoming our guest EU Commissioner Androulla Vassiliou at the 2nd Forum, this year the state government of North Rhine-Westphalia was delighted at the presence of Jan Truszczyński, Director General for Education and Culture at the European Commission, emphasising the increased significance of the Forum d'Avignon Ruhr as one of the most important European places of debate. His appraisal of the success of the European Capital of Culture RUHR.2010 and the sustainable

development of the past four years confirms to us that we are on the right path.

With a series of initiatives, Regional Association Ruhr and the state government in Düsseldorf make sure that all important developments resulting from the European Capital of Culture year will be permanent. Striking examples for that are Urbane Künste Ruhr, the Creative Quarters Ruhr supported by the state of North Rhine-Westphalia and the shared cultivation of the networks of artists set up in 2010.

Just like last year, the N.I.C.E. Award was presented by Minister of Economic Affairs Garrelt Duin at the end of the conference, and once again it became clear that the most innovative spillover projects of the Ruhr area belong to the top projects in Europe. An international jury – including, among others, famous urban researcher Charles Landry – chose ten nominees of the best submissions, four of which were from the Ruhr area. With the Unperfekthaus from Essen, the Ruhr area provided the winner of the second prize.

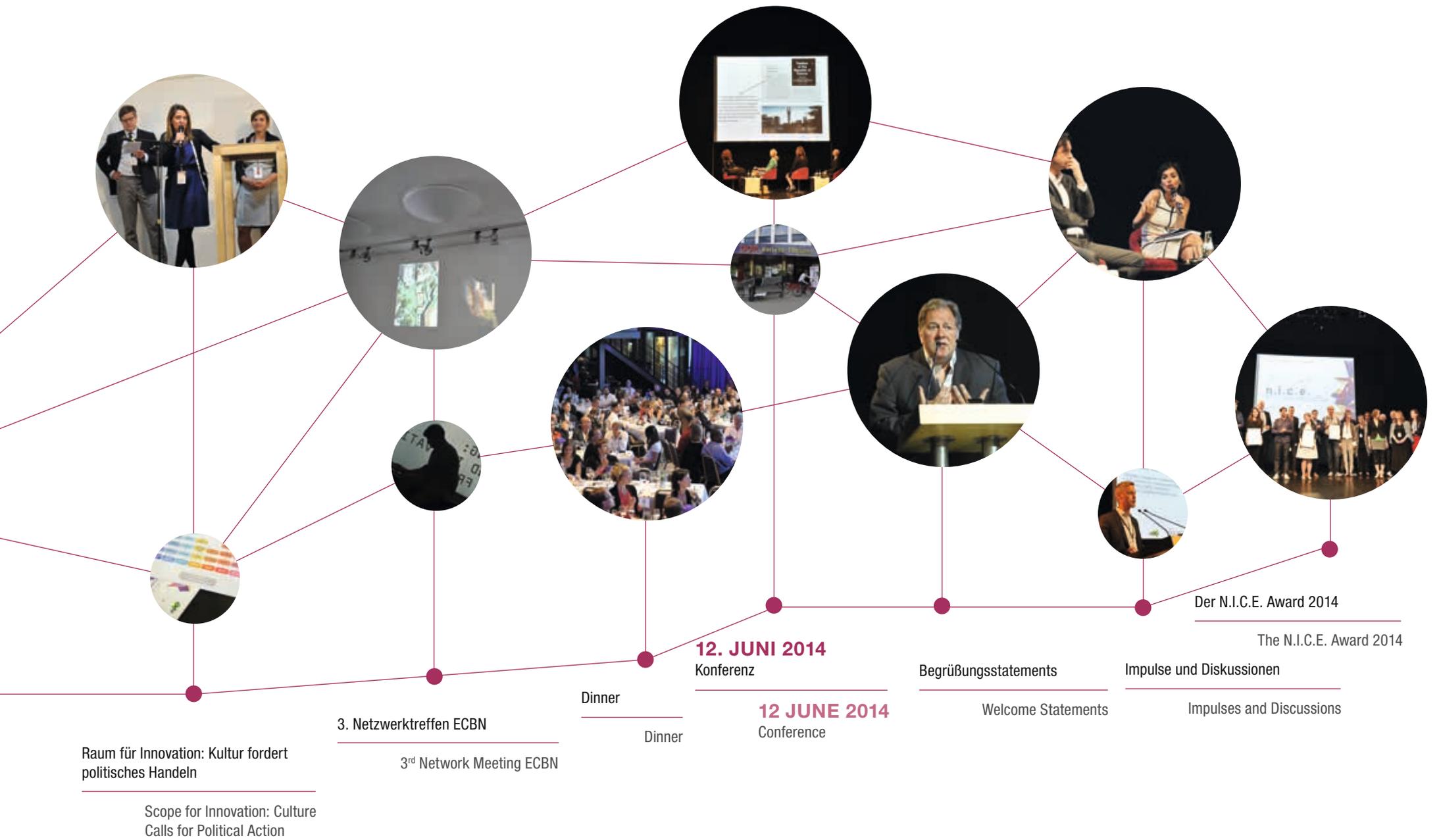
Ute Schäfer

Ministerin für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen
Minister for Family, Children, Youth, Culture and Sport of the State of North Rhine-Westphalia

ÜBERBLICK – 3 TAGE FORUM D'AVIGNON RUHR

OVERVIEW – 3 DAYS FORUM D'AVIGNON RUHR





10. JUNI

N.I.C.E.-AUSSTELLUNG

N.I.C.E. EXHIBITION

10 JUNE

● EINLEITUNG | INTRODUCTION

● NOMINIERTE | NOMINEES

● SONDERPROJEKTE | SPECIAL PROJECTS

● GEWINNER | WINNERS



KULTUR UND INNOVATIONEN – DER N.I.C.E. AWARD 2014

Kultur und Kreativität entfalten positive Wirkungen in Gesellschaft und Wirtschaft. Das ist nicht neu: Buchdruck, Fotografie, Schallplatte, Film, Fernsehen und das Internet sind ohne das menschliche Bedürfnis nach Kultur nicht denkbar. Kulturelle Strömungen, durch Kreativität entstandene Inhalte treiben technologische Neuerungen, ökonomisches Wachstum, gesellschaftliche Umbrüche und neue Denkansätze an. Doch was sind heute innovative Ansätze für Spillover-Effekte von Kultur und Kreativwirtschaft?

Dazu muss man diese Ansätze zuerst kennen und sichtbar machen; daher hat das Netzwerk N.I.C.E. Anfang 2014 einen europaweiten offenen Aufruf zum Thema Spillover-Innovationen gestartet und den Europäischen Innovationspreis für Kultur mit einem Preisgeld von 10.000 Euro aus-

gelobt: den N.I.C.E. Award 2014. 108 Bewerbungen aus 22 Nationen wurden eingereicht – und die Jury hatte über zwei wichtige Fragen zu entscheiden: Was ist Innovation heute? Und was ist heute neu an den für sich nicht neuen positiven Wirkungen von Kultur und Kreativität in Gesellschaft und Wirtschaft?

Zehn für den Preis nominierte Projekte wurden parallel zum Forum d'Avignon Ruhr in einer eigenen Ausstellung präsentiert. Die internationale Jury, bestehend aus Pia Areblad (TILLT, Göteborg), Prof. Kurt Mehnert (Folkwang Universität der Künste, Essen), Janjaap Ruijsenaars (Universe Architecture, Amsterdam) und Charles Landry (Comedia, London), hat entschieden, vier der nominierten Projekte mit dem N.I.C.E. Award 2014 auszuzeichnen.



EINLEITUNG INTRODUCTION

nierten und vier Gewinnerprojekte des N.I.C.E. Awards 2014 wider. Alle 108 Einreichungen zeugen von dem Reichtum und der Kraft der Kultur, innovative Impulse in unserer Gesellschaft heute zu setzen.

Das Netzwerk N.I.C.E. wurde 2013 auf dem Forum d'Avignon Ruhr initiiert und zählt mittlerweile 17 PartnerInnen aus acht Nationen. Es versteht sich als Smart Network² im Sinne der Agenda Europa 2020 und zählt Universitäten wie Städte, nationale Institutionen wie lokale freie AkteurInnen zu seinen Mitgliedern, die alle die Leidenschaft teilen, innovative Kultur zu fördern.

Die Jury hat bei ihrer Entscheidung einen offenen Begriff von Innovation zugrunde gelegt, wie er exemplarisch in der Schwedischen Innovationsstrategie definiert ist: „Innovations are new solutions that serve the needs or demands in daily life and in the world around us. The value arises in the utilisation and implementation of an idea. The value created may be economic, social or environmental. Innovation can occur in a step-by-step process or in disruptive leaps. (...) The word innovation refers to both the process developing new solutions and the result of the process, i.e. the new solutions“¹.

Diese Vielfalt an Innovationen, diese Offenheit, mit der Kultur sich außerhalb der Kulturwelt innovativ in Gesellschaft einbringt, spiegelt sich auch in der Entscheidung der Jury für die zehn Nomi-

CULTURE AND INNOVATIONS – THE N.I.C.E. AWARD 2014

Culture and creativity have a positive impact on society and the economy. This is not new: letterpress printing, photography, the gramophone record, film, TV and the Internet would have been unthinkable without the basic human need for culture. Cultural trends, contents established in creative procedures, are drivers for technological innovation, economic growth, social change and new ways of thinking. But what are today's innovative approaches for possible spillover effects of culture and the creative industry?

To answer this question, it is important to know these approaches and to make them more visible. At the beginning of 2014, the N.I.C.E. network has thus circulated a Europe-wide appeal for proposals on spillover innovations

and established the European Innovation Award for Culture that comes with 10,000 euros prize money: the N.I.C.E. Award 2014. 108 entries from 22 nations were submitted – and the jury had to decide on two important questions: What is innovation today? And what is new today about the not too recent positive impact of culture and creativity on society and the economy?

Ten nominated projects were presented in a separate exhibition in parallel to the Forum d'Avignon Ruhr. The international jury consisting of Pia Areblad (TILLT, Gothenburg), Prof. Kurt Mehnert (Folkwang University of the Arts, Essen), Janjaap Ruijsenaars (Universe Architecture, Amsterdam) and Charles Landry (Comedia, London) decided to present the N.I.C.E. Award 2014 to four projects. The jury based their decision



on the concept of innovation as defined by the Swedish Innovation Strategy: “Innovations are new solutions that serve the needs or demands in daily life and in the world around us. The value arises in the utilisation and implementation of an idea. The value created may be economic, social or environmental. Innovation can occur in a step-by-step process or in disruptive leaps. (...) The word innovation refers to both the process developing new solutions and the result of the process, i.e. the new solutions“.¹

The diversity of innovations, the innovative openness that culture brings to society outside the world of culture, is also reflected in the jury’s decision to nominate ten projects and to select four winners for the N.I.C.E. Award 2014. All 108 cultural entries are powerful enough to make an

innovative impact on society today.

The N.I.C.E. network was initiated in 2013 at the Forum d’Avignon Ruhr and has now 17 partners from eight countries. It sees itself as a Smart Network² within the meaning of the Europe 2020 Agenda – with universities, cities, national institutions and local independent players among its members who all share a passion to promote innovative culture.

¹ The Swedish Innovation Strategy, Wirtschaftsministerium, Schweden
– <http://www.government.se/content/1/c6/20/25/58/ace0cef0.pdf>
² Smart Network im Sinne der Agenda Europa 2020
– <http://bit.ly/1nfbFYk>

¹ The Swedish Innovation Strategy, the Swedish Ministry of Enterprise, Energy and Communications
– <http://www.government.se/content/1/c6/20/25/58/ace0cef0.pdf>
² Smart Network within the meaning of the Europe 2020 Agenda
– <http://bit.ly/1nfbFYk>



BEAUTIFUL TROUBLE

Beautiful Trouble in cooperation with Marian Dörk
New York, USA and Berlin, Germany
Andrew Boyd
mariandoerk.de
beautifultrouble.org

Beautiful Trouble ist eine sich stets erweiternde Web-Toolbox sowie ein internationales Netzwerk aus KünstlerInnen und AktivistInnen, die Workshops anbieten – und dann ist es noch ein Buch, dessen Mission es ist, politischen Bewegungen zu mehr Kreativität und Effizienz zu verhelfen. Das Buch wurde in sechs Sprachen übersetzt und kommt bei Kampagnen und als Schullektüre weltweit zum Einsatz. Die Web-Toolbox macht den Buchinhalt plus Aktualisierungen unter einer Creative-Commons-Lizenz der Öffentlichkeit zugänglich.

NOMINIERTE NOMINEES

Kann Kunst als Triebfeder für die Wirtschaft wirken? Sollte sie das überhaupt oder wird Kreativität dann bloß Teil einer unternehmerischen Optimierungsstrategie?

Kunst tritt immer mehr aus den Museen und schicken Skulpturengärten heraus. Kunst wird immer mehr Teil des alltäglichen Lebens, sei es durch Pop-up-Stores, selbstorganisierte Flashmobs oder Instagram, bei dem jeder zum aufstrebenden Kunstfotografen wird. Eine Gemeinschaft, deren Ethos auf hausgemachter Kreativität beruht, ist einfach lebendiger, belastbarer und reizvoller – für die Gesellschaft und für die Wirtschaft. Das ergibt ein ständiges Hin und Her zwischen kreativer Innovation an deren Rand und Zentrum.

Was ist der Spillover-Effekt, das Innovative oder Besondere an Beautiful Trouble?

Bei Beautiful Trouble dreht sich alles um Spillover-Effekte – wir haben sogar die Projektarchitektur so angelegt, um diese Effekte zu maximieren. Wir waren schon immer Anhänger der Open-Source-Philosophie und der Demokratie. Kurz nach der Veröffentlichung unseres ersten Buches im Jahr 2012 haben wir den gesamten Inhalt für jedermann zugänglich online gestellt. Und seit Anfang 2014 erweitern wir die Werkzeugbox durch neue Online-Inhalte – Inhalte, die die LeserInnen unseres ersten Buches zur Verfügung gestellt haben.

Von Anfang an war es unser Wunsch, dass unser Projekt immer weitere Kreise ziehen würde, dass immer mehr Menschen daran teilhaben und uns zu Dingen inspirieren, auf die wir selbst nie gekommen wären. Und genauso ist es gekommen. Aufgrund der Nachfrage von überwiegend KünstlerInnen und AktivistInnen in ganz Europa werden nun mehrere internationale Ausgaben veröffentlicht. Die spanische Version kam im Frühjahr 2014 raus, die deutsche soll im Sommer 2014 erscheinen und die französische, türkische und russische Ausgabe diesen Herbst.

Außerdem war ein Team aus „new economists“ so

begeistert von der Struktur von Beautiful Trouble, dass sie nun mit uns zusammen an dem Nachfolgeband „Beautiful Solutions: A Toolbox for the Future“ arbeiten. Dieser soll die wichtigsten Modelle und Erkenntnisse für die Schaffung einer Gesellschaft aufzeigen, die gleichzeitig fair und nachhaltig ist.

Zur Debatte über Kultur und ihren gesellschaftlichen Auftrag: Wie kann Beautiful Trouble dazu beitragen? Welche Rolle spielt Kreativität bei gesellschaftlichen und sozialen Innovationen?

Unser Projekt vertritt energisch den Standpunkt, dass Kultur einen wesentlichen, wenn nicht sogar prägenden Einfluss auf die Gesellschaft hat. Das gesamte Projekt basiert auf der einen Frage: Wie kann eine tiefere Wertschätzung der kulturellen Dimension und unserer eigenen kreativen Praxis politischen Bewegungen zu mehr Kreativität und Effizienz zu verhelfen? Wir wissen, dass bestimmte Werte – wie Demokratie, Gleichberechtigung, Kooperation und Würde – die Menschen eher einander näher bringen als abstrakte Ideologien. Wir wissen, dass neue kreative soziale Bewegungen (wie z. B. Flashmobs, Schweigemärsche oder gewaltfreie Besetzungen) nicht nur PR-Maßnahmen sind. Es sind neue Formen, wie die Menschen ihre Tätigkeit, ihre eigene Subjektivität erfahren können. Wie neue Generationen sich selbst als soziale AkteurInnen neu erfinden können.

LABKULTUR.TV Interview mit Andrew Boyd



Beautiful Trouble is a growing web toolbox and an international network of artists and activiststrainers – and finally a book whose mission is to make grassroots movements more creative and more effective. The book is being used by campaigns and in classrooms worldwide, and is being translated into six languages. The web toolbox offers all the book content to the public under Creative Commons license and is updated continuously to showcase new modules.

Can art be a motor for the economy? Should it be, or will that make creativity a mere part of a business optimisation process?

Increasingly art is coming out of the museums and fancy sculpture gardens. Art is becoming more and more a part of everyday life, whether through pop-up fashion shops, self-organised flash mobs or Instagram turning everyone into a budding art photographer. A community with an ethos of DIY creativity is more vital, more resilient, more welcoming – socially as well as economically. There is a constant back and forth between creative innovation on the margins and in the center.

Could you describe the spillover effect of Beautiful Trouble. What is special about your project?

Beautiful Trouble is all about spillover effect – in fact, we designed the project architecture to maximise it. Our attitude was always open-source and democratic. Shortly after the publication of our original book in 2012, we posted the entire contents of the book online for all to share. And since the beginning of 2014, we have been expanding the toolbox by posting new content online – content submitted by readers of our first book.

From the beginning we imagined the project would invite wider and wider circles of participation and inspire things we ourselves had never thought of. And it has. Based largely on demand from artists

and activists across Europe, several international editions are coming out. The Spanish version arrived in spring 2014, the German edition will be launched in summer 2014, and French, Turkish, and Russian editions will come out this fall. Finally, a team of “new economists” were so inspired by Beautiful Trouble’s structure that they are working with us on a follow-up book “Beautiful Solutions: A Toolbox for the Future”, to map out key models and insights for building a society that is both just and sustainable.

How does Beautiful Trouble contribute to the debate about the impact of culture on society? Which role does creativity play in societal and social innovation?

Our project forcefully argues that culture has a considerable, even formative, impact on society at large. In fact, the entire project is focused on the question: how can deeper appreciation for the cultural dimension, and for our own creative practice, help grassroots movements be most effective. We understand how values – democracy, equality, collaboration, dignity – are more powerful unifiers than abstract ideology. We understand that new creative social movement tactics (say flash mobs, silent marches, or non-violent occupations) are not just PR devices, but new ways for people to experience their agency, their own subjectivity, and for each new generation to reinvent how to be a social actor.

LABKULTUR.TV interview with Andrew Boyd



[ID]FACTORY

Centre for Cultural Transfer,
Technical University Dortmund
Dortmund, Germany
Prof. Ursula Bertram
id-factory.de

Die [ID]factory betreibt Grundlagenforschung im Bereich von non-linearem, künstlerischen Denken und Handeln in nicht-künstlerischen Feldern und geht der Frage nach, inwieweit Potenziale und Methoden der Kunst die Wirtschaft und Wissenschaft fördern können. In den Forschungsworkshops arbeiten MathematikerInnen, KünstlerInnen, WirtschaftswissenschaftlerInnen, PhysikerInnen, ManagerInnen und SozialwissenschaftlerInnen im Team – ein Novum an deutschen Universitäten.

Kann Kunst als Triebfeder für die Wirtschaft wirken? Sollte sie das überhaupt oder wird Kreativität dann bloß Teil einer unternehmerischen Optimierungsstrategie?

Ein Spartendenken ist hier kontraproduktiv. Die Frage nach Übergriffen und Grenzen entspringt dem althergebrachten Denken. Es geht um die übergeordnete Sicht einer Gesellschaft, die nur im Zusammenwirken die Fragen der Zukunft besteht. Kunst oder KünstlerInnen gewinnen etwas, wie alle anderen auch. Das künstlerische wie auch das wissenschaftliche Denken, sind überaus produktiv für unser gesamtes System der Erkenntnisse und deren Generierung. Selbstverständlich: Künstlerisches Denken gibt es in den Köpfen von EntrepreneurInnen, WissenschaftlerInnen und KünstlerInnen. Creativity is not a Prisoner of Art.

Ein gewisses Innovationsfieber ist heute Teil der Wirtschaft – aber auch der Kultur, mit gewissen negativen Aspekten. Wie kann die [ID]factory innovativ und dabei positiv wirken?

Um nachhaltige Veränderungen zu erwirken be-

darf es sicher des Fiebers, das muss nicht grundsätzlich negativ sein. Es bedeutet angezündet zu sein, zu entzünden, Leiden zu schaffen oder besser leidenschaftlich zu sein, kurzum: zu infizieren und einen Spillover-Effekt zu erzeugen. Schwierig wird es ja nur, wenn Spillover-Effekte aus purer Berechnung strategisch generiert werden, blutleer sozusagen. Echte Innovationsfähigkeit kann gar nicht negativ sein, weil sie sich selbst abschafft, wenn es nach hinten los geht und Alternativen sucht.

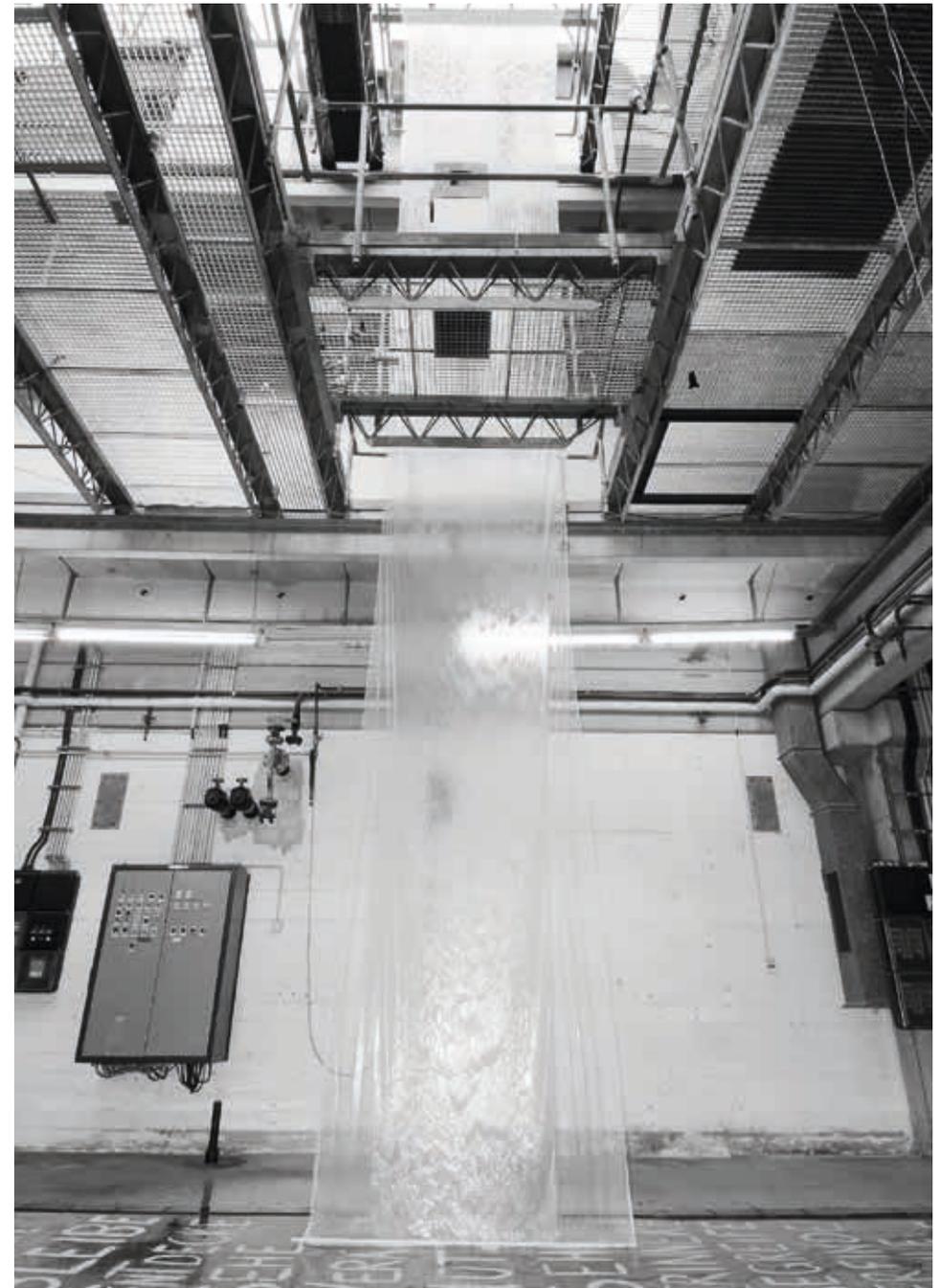
Was ist der Spillover-Effekt, das Innovative oder Besondere an der [ID]factory?

Wir arbeiten interdisziplinär und infizieren andere mit dem Gedanken, dass künstlerisches Denken in einen neuen Umlaufkreis führt und Dinge in Bewegung hält. Die [ID]factory ist ein Ort, der mittlerweile andere fachfremde Initiativen anzieht. Wir erforschen künstlerisches Denken mit interdisziplinären Gruppen von MaschinenbauerInnen, SoziologInnen, KünstlerInnen, RaumplanerInnen, OrientalistInnen, was unique ist in der universitären Landschaft.

Zur Debatte über Kultur und ihren gesellschaftlichen Auftrag: Wie kann die [ID]factory dazu beitragen? Welche Rolle spielt Kreativität bei gesellschaftlichen und sozialen Innovationen?

Unser langfristiges Ziel ist es, dass das schöpferisch-künstlerische Potenzial als eine Art Flüssigkeitsmatrix des Denkens dem logisch-wissenschaftlichen Potenzial zur Verfügung steht. Eine Erfinderkammer in einem Gehirn. Wir schaffen dazu Orte der Selbstvergewisserung, Raum für ungestrafte Versuche und Irrtum, ein Ermöglichungsfeld für Begeisterung, eine Fläche für das Ausprobieren eigener Fähigkeiten, für übersprachliche Kommunikation, tiefes Schweigen und Ausmustern von Ideenplunder.

LABKULTUR.TV Interview mit Prof. Ursula Bertram



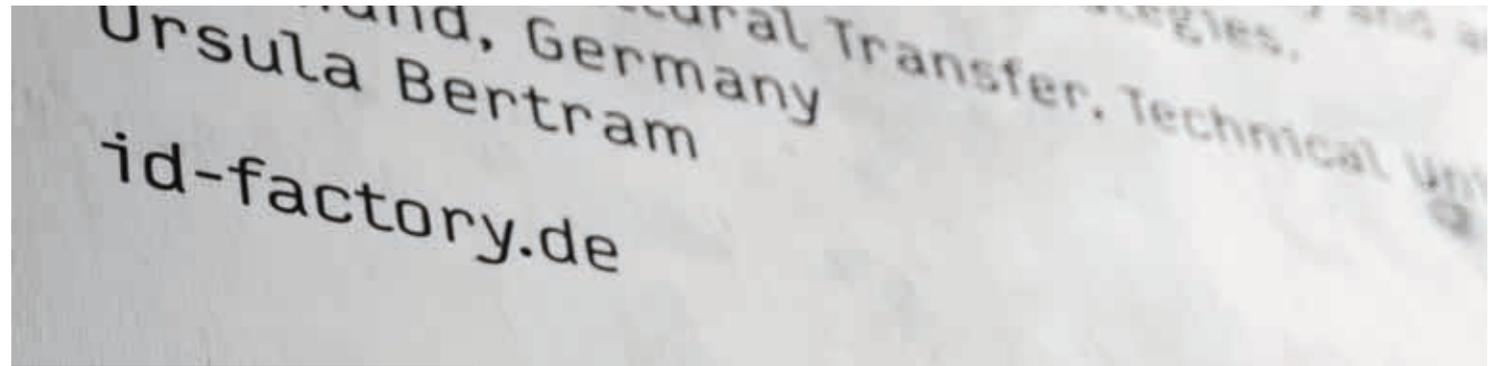
The [ID]factory conducts radical research in the area of non-linear, artistic thinking and action in extra-artistic areas dealing with the question: how can artistic potentials boost the economy and advance scientific research? Research workshops have assembled teams of mathematicians, artists, economists and business specialists, physicists, managers and social scientists – a novelty in the German university system.

Can art be a motor for the economy? Should it be, or will that make creativity a mere part of a business optimisation process?

A sectoral divide is counterproductive. Trespassing on borders has its source in traditional ways of thinking. In a broader context of society, the questions of the future can only be mastered if we act together. Art or artists will benefit from this just as much as all the others. Artistic and scientific thinking is extremely productive for our entire system of knowledge and its generation. Naturally, artistic thinking exists in the minds of entrepreneurs, scientists and artists. Creativity is not a prisoner of art.

A certain kind of innovation fever is part of every economy and of culture as well. In how far is the [ID]factory innovative, but with positive effects?

To make a sustainable change you certainly need this innovation fever, and it doesn't have to be negative per se. It's about being passionate, about enthusing others, about suffering, or, in a nutshell: it's about infecting others and creating a spillover effect. It only becomes difficult when spillover effects are strategically calculated, cold-bloodedly if you will. True innovativeness cannot be negative, because it eliminates itself when it fails, looking for an alternative.



Could you describe the spillover effect of the [ID]factory. What is special about your project?

We cooperate on an interdisciplinary basis to infect others with the idea that artistic thinking will give things a new direction, keeping them in motion. The [ID]factory is a place attracting initiatives from other areas. We explore artistic thinking in interdisciplinary teams of mechanical engineers, sociologists, artists, spatial planners, orientalist, etc. – and that's unique in the German university system.

How does the [ID]factory contribute to the debate about the impact of culture on society? Which role does creativity play in societal and social innovation?

Our long-term goal is to make the creatively artistic potential available to the logically artistic potential as some sort of liquid matrix of thinking. An innovation tank inside your brain. We will create places of self-confirmation. Places for unpunished trial and error. Places that enable enthusiasm. Places to test your own skills, for supra-linguistic communication, profound silence and for clearing out junk ideas.

LABKULTUR.TV interview with Prof. Ursula Bertram



KASÁRNE/CULTURE PARK

Košice 2013, n.g.o.
Košice, Slovakia
Michal Hladky
k13.sk

Kasárne/Kulturpark unterstützt Unternehmen, Organisationen, Bürgervereinigungen sowie Künstlergruppen bei unterschiedlichen kreativen Aktivitäten, um einen Konzentrationsbereich zu schaffen und Synergien daraus zu generieren. Ziel des genreübergreifenden Kulturzentrums ist es, Raum für das Schaffen und die Präsentation von hochqualitativer zeitgenössischer Kunst und Kultur aus den Bereichen Musik, bildende Kunst, Literatur, Film, Theater und Tanz zur Verfügung zu stellen.

Was ist der Kunstanteil und was der Business-anteil von Kasárne/Kulturpark? Kann man das überhaupt trennen?

Im Grunde besteht unsere Aufgabe darin, Kultur- und Kreativschaffende bzw. -organisationen bei der Gründung ihres Unternehmens zu unterstützen. Dazu gehört die künstlerische Entwicklung genauso wie die Geschäftsentwicklung; diese beiden Thematiken gehen wir jedoch niemals getrennt an. Wir versuchen, das Beste aus beiden Welten zu erreichen und das künstlerische Feingefühl genauso wie den Unternehmensgeist zu wecken. Kasárne/Kulturpark spielt dabei eine wichtige Rolle, denn es ist ein Ort, an dem dies alles gleichzeitig stattfinden kann.

Ein gewisses Innovationsfieber ist heute Teil der Wirtschaft – aber auch der Kultur. Wie kann Kasárne/Kulturpark innovativ und dabei positiv wirken?

Die Stadt Košice hat sich dazu entschlossen, ausgediente Militärmagazine umzubauen und als so genannte Kreativquartiere in der Nähe des Stadtzentrums zu nutzen. Nach dem europäischen

Kulturhauptstadtjahr 2013 verkündete die Stadt, dass sie weiterhin die Verantwortung für die Organisation des seit 2009 laufenden Projekts übernehmen und den Standort zu einer Stadtentwicklungsagentur mit Schwerpunkt auf Kultur- und Kreativwirtschaft sowie Stadtentwicklung umfunktionieren will. Hierbei sollen Projekte aus anderen europäischen Kulturhauptstädten miteinander verglichen werden, in denen solche Unternehmen und Agenturen direkt nach Ablauf des Kulturhauptstadtjahres wieder geschlossen wurden. Wir sehen es als unser Erbe der Kulturhauptstadt Europas und als Chance an, die Arbeit fortzuführen, die bereits vor vielen Jahren begonnen hat. Auch im Zusammenhang mit post-kommunistischen Ländern in Mitteleuropa verfolgt die Organisation und Einrichtung Kasárne/Kulturpark der Stadt Košice mit Schwerpunkt auf Kultur- und Kreativwirtschaft einen ziemlich innovativen und unkonventionellen Ansatz.

Was ist der Spillover-Effekt, das Innovative oder Besondere an Kasárne/Kulturpark?

Der wichtigste Spillover-Effekt findet auf gesellschaftlicher Ebene statt, denn Kasárne/Kulturpark ist ein Ort, an dem unterschiedliche Dinge zur selben Zeit stattfinden und sich unterschiedliche Zielgruppen miteinander vermischen. Das schließt auch Unternehmen mit ein. Das Besondere am Projekt Kasárne/Kulturpark ist jedoch, dass es sich darauf konzentriert hat, ortsansässige Initiativen, aufstrebende KünstlerInnen und kulturelle Organisationen technisch, künstlerisch und auch finanziell zu unterstützen. Es verfolgt das Ziel, Stadtentwicklung zu fördern und innerhalb der Städte Potenziale im Bereich Kunst und Kultur zu entwickeln.

LABKULTUR.TV Interview mit Michal Hladky

Kasárne/Culture Park supports companies, organisations, civil associations and artistic groups involved in various types of creative activities, in order to create an area concentration and resulting synergy. The aim of the multi-genre cultural centre is to provide space for the creation and presentation of elements of the highest quality of contemporary culture and art in the areas of music, visual arts, literature, film, theatre and dance.

What is the art part of Kasárne/Culture Park, what is the business part? Or can you even separate the two?

What we do is basically the support of cultural and creative organisations or individuals on their way to become entrepreneurs. This includes artistic development as well as business development programmes but we never approach them separately. We try to get their best out of both sides, their artistic souls as well as their entrepreneurial spirit. Kasárne/Culture Park plays an important role as place where this could all happen at the same time.

A certain kind of innovation fever is part of every economy and of culture as well. In how far is the project Kasárne/Culture Park innovative, but with positive effects?

The City of Košice decided to transform old military warehouses and create so called creative quarters next to the city centre. After the year of the European Capital of Culture 2013 the city decided to keep the organisation which runs the whole project since 2009 and change it into a city development agency focused on cultural and creative industries and city development, comparing to other projects of the European Capital of Culture in which cities closed those companies or agencies immediately after the year passed. We understand it as great legacy of the European Capital of Culture and opportunity to continue work which has started several years

ago. Also in the context of central European post-communist countries the city owned the organisation and the facility as Kasárne/Culture Park focused on Cultural and Creative Industries is a pretty innovative and out of the box approach.

Could you describe the spillover effect of Kasárne/Culture Park. What is special about your project?

The most important spillover is happening on societal level, because Kasárne/Culture Park becomes a place where different things happen at the same time and different target groups mix. This includes business as well. The most significant thing about the Kasárne/Culture Park project is that it is focused on supporting local initiatives, emerging artists and cultural organisations technically, artistically and also financially. It has the ambition to support city development and develop potentials which the city has in the artistic and cultural field.

LABKULTUR.TV interview with Michal Hladky





LXFACTORY

MainSide
Lisbon, Portugal
Joana Gomes
lxfactory.com

Das Projekt LxFactory nutzt die Räumlichkeiten einer großen, stillgelegten Fabrik für kulturelle Zwecke. Die Gebäude mit hohem architektonischem Wert sowie der gesamte Industriekomplex bieten interessante Möglichkeiten für Projekte zur Wiedernutzung und städtebaulichen Wiedereingliederung in den öffentlichen Raum.

Kann Kunst als Triebfeder für die Wirtschaft wirken? Sollte sie das überhaupt oder wird Kreativität dann bloß Teil einer unternehmerischen Optimierungsstrategie?

Unserer Meinung nach sind Kunst und Kultur ein kraftvoller Motor für die Wirtschaft und die Gesellschaft. Zusammen können sie sogar einen ganzen Stadtteil erneuern, Jobs schaffen und die Lebensqualität erhöhen und somit die Konsumlaune und Wirtschaft ankurbeln.

Natürlich wurde mit der Entwicklung der Städte und Gesellschaft der Begriff von Kunst und Kultur ausgeweitet und umfasst nun mehr als nur klassische Kunst, Literatur und Musik. Heute geht es um den direkten Kontakt mit der Öffentlichkeit in Verbindung mit anderen Konsumgewohnheiten und bestimmten Publikumsschichten.

Ein gewisses Innovationsfieber ist heute Teil der Wirtschaft – aber auch der Kultur. Wie kann LxFactory innovativ und dabei positiv wirken?

Eine der wichtigsten positiven Auswirkungen unseres Projektes war die Erneuerung eines Viertels relativ nah am Zentrum der Stadt. In diesem Viertel wanderte vor allem die junge Bevölkerung ab und die Beschäftigungsquote sank. Nach fünf Jahren war es LxFactory gelungen, 200 Unternehmen mit insgesamt ca. 1.500 Mitarbeiter-

Innen direkt in diese Gemeinde zu bringen. Neben dem Bevölkerungsanstieg nahm auch die Anzahl an Unternehmen in der Umgebung zu, die von dieser Dynamik profitieren wollten und so auch wieder junge Erwachsene zurück ins Viertel zogen.

Die positive Auswirkung, die unser Projekt auf die Stadtentwicklung hatte, führte dazu, dass viele weitere Unternehmen, Betriebe und Projekte dort entstehen und wachsen konnten.

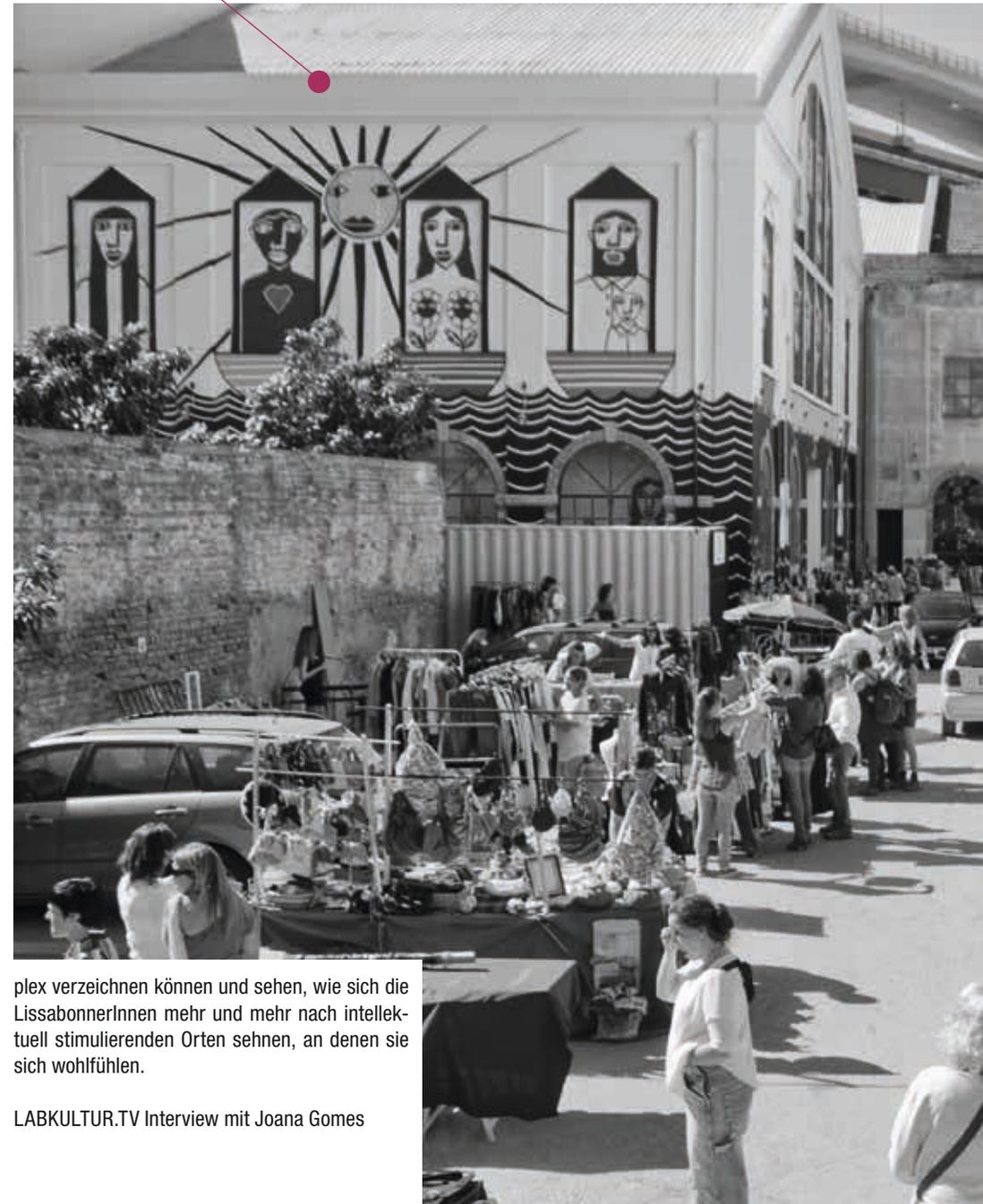
Was ist der Spillover-Effekt, das Innovative oder Besondere an LxFactory?

Bis zur Gründung von LxFactory wurden Projekte wie dieses als utopisch, kostenintensiv und wirtschaftlich unrentabel angesehen. Diese Denkweise konnten wir umkehren und beweisen, dass es durchaus möglich ist, einen großen Industriekomplex (23.000 m²) ordnungsgemäß und durch gestaffelte Investition in den öffentlichen Raum wiedereinzugliedern. Dieser Komplex ist nun Dreh- und Angelpunkt für Kreativität, Innovation und künstlerische Projekte; er regt die Wirtschaft und Beschäftigung an und ist gleichzeitig wirtschaftlich rentabel.

Zur Debatte über Kultur und ihren gesellschaftlichen Auftrag: Wie kann LxFactory dazu beitragen? Welche Rolle spielt Kreativität bei gesellschaftlichen und sozialen Innovationen?

In einer Wirtschaftskrise ist es ganz normal, dass die Gelder zunächst im Bereich Kunst und Kultur gekürzt werden, da diese nicht als fundamental notwendig erachtet werden. Man kann aber auch nachweisen, dass der Konsum von Kultur und Kunst währenddessen unverändert bleibt.

Unser Land steckt derzeit mitten in einer ernstzunehmenden Haushaltskrise, und doch wachsen und gedeihen die von LxFactory geförderten Kultur- und Kunstprojekte, und auch neue Projekte entstehen immer öfter. Wir haben einen Anstieg der Besucherzahlen an unserem Industriekom-



plex verzeichnen können und sehen, wie sich die LissabonnerInnen mehr und mehr nach intellektuell stimulierenden Orten sehnen, an denen sie sich wohlfühlen.

LABKULTUR.TV Interview mit Joana Gomes



LxFactory is a project that takes advantage of the structure of a large factory, no longer in use, and develops a plan to reuse this space for cultural purposes. It includes properties with high architectural value and it is an industrial complex with an interesting ability to develop a project within the area of rehabilitation of urban spaces.

Can art be a motor for the economy? Should it be, or will that make creativity a mere part of a business optimisation process?

In our opinion art and culture are strong engines for economy and society. Together they may be able to regenerate a neighbourhood, promote employment, as well as increase the quality of life, stimulating the consumption and the economy.

Of course with the evolution of society and cities, the concept of art and culture extended, and exceeds the classical arts, literature and music, looking for a direct relationship with the public, associated with other patterns of consumption and specific audiences.

A certain kind of innovation fever is part of every economy and of culture as well. In how far is the LxFactory innovative, but with positive effects?

One of the most positive influences brought by our project was an urban regeneration of a neighbourhood, which stands relatively close to the city centre. This neighbourhood was losing young population and employment. At the end of five years LxFactory brought directly 200 companies with about 1,500 employees to the parish. Besides these people emerged several businesses in the surrounding area, which took advantage of this dynamics, and which were encouraged to fix the housing of young adults.

The positive influence on urban regeneration of our project also allowed many businesses, companies and projects to emerge and grow.

Could you describe the spillover effect of LxFactory. What is special about your project?

Until the emergence of LxFactory, projects like ours were seen as utopian, costly, and economically unsustainable. We could reverse this thinking and prove that it is possible to regenerate a large industrial complex (23,000 sqm), in an orderly way, with a phased investment, and making the complex to a hub of creativity, innovation and artistic projects, stimulating the economy and employment, and at the same time being economically sustainable.

How does LxFactory contribute to the debate about the impact of culture on society? Which role does creativity play in societal and social innovation?

In the economic crisis it is common to see that the first budget cuts are in the culture, which is not considered a basic necessity, but it is also possible to verify that the consumption of culture and art in this periods remains.

Our country is experiencing a severe budget crisis, and it is interesting to note that cultural and artistic projects continue to grow within the LxFactory and new projects arise often. We have seen an increase in visits to our space and a need for Lisbons to seek spaces where people feel comfortable and intellectually stimulated.

LABKULTUR.TV interview with Joana Gomes

STEIN MIT VOLLAUSSTATTUNG

Dortmunder Kunstverein e.V.
Dortmund, Germany
Sandra Dichtl
steinmitvollaussstattung.de

Stein mit Vollaussstattung ist ein Projekt, welches das Zusammenwirken von technischen Aspekten erneuerbarer Energien und Kunst im öffentlichen Raum zeigt. Die Skulptur ist ein öffentliches und partizipatorisches Kunstprojekt in der Dortmunder Innenstadt. Im Zentrum einer Metropole wird nun Wind- und Sonnenenergie genutzt, um Strom zu erzeugen und der Bevölkerung kostenlos 230-Volt-Anschlüsse, ein offenes WLAN sowie Ladestationen zur Verfügung zu stellen.

Kann Kunst als Triebfeder für die Wirtschaft wirken? Sollte sie das überhaupt oder wird Kreativität dann bloß Teil einer unternehmerischen Optimierungsstrategie?

Wenn die Wirtschaft sich nicht in die Projektentwicklung einmischt und als finanzieller Förderer im Hintergrund bleibt, kann Kunst als Plattform für geschickte Unternehmensstrategie genutzt werden. Voraussetzung sind hierfür klare Spielregeln, Verträge und Absprachen.

Ein gewisses Innovationsfieber ist heute Teil der Wirtschaft – aber auch der Kultur. Wie kann der Stein mit Vollaussstattung innovativ und dabei positiv wirken?

Der Stein mit Vollaussstattung zielt darauf, den öffentlichen Raum anders zu denken, ihn als einen Ort zu verstehen, in dem die BürgerInnen und PassantInnen einer Stadt nicht nur dem Konsum zu frönen haben, sondern aktiver Teil bei der Veränderung derselben werden können.

Der Denkanstoß zur Nutzung regenerativer Energien in der Stadt ist innovativ. Auf den Dächern der Hochhäuser nimmt man die wahre Kraft von nachhaltiger Energie nicht wahr. Mitten in der

Stadt und als tatsächlicher Antrieb für den selbst nutzbaren Strom wird ihr Potenzial erst wirklich deutlich.

Was ist der Spillover-Effekt, das Innovative oder Besondere am Stein mit Vollaussstattung?

Von Beginn an war das Projekt interdisziplinär angelegt. Die Entwicklung erforderte nicht nur im Bereich der technischen Umsetzung der Idee – einen künstlichen Stein mit Strom, WLAN und Lager- sowie Lademöglichkeiten zu versorgen – sondern auch bei der schlussendlichen Realisierung in der Innenstadt Dortmunds die Zusammenarbeit mit vielen Partnern.

Die besondere Herausforderung war es, eine energetische Insel zu schaffen, die obendrein an einem für Windenergie ungeeigneten Standort entstehen sollte. Widrigkeiten wie verwirbelte Fallwinde und stundenweise Beschattung durch Häuser wurden untersucht und in Zusammenarbeit mit dem Institut für Energiesysteme, Energieeffizienz und Energiewirtschaft der Technischen Universität Dortmund konnte schließlich eine Lösung gefunden werden.

Zur Debatte über Kultur und ihren gesellschaftlichen Auftrag: Wie kann der Stein mit Vollaussstattung dazu beitragen? Welche Rolle spielt Kreativität bei gesellschaftlichen und sozialen Innovationen?

Besonders ist, dass das Projekt nicht nur im Zuge der Realisierung viele Menschen zusammen brachte, sondern auch in der Dortmunder Innenstadt einen Ort geschaffen hat, an dem sich Leute aufhalten, sich Jugendliche treffen, ältere Menschen ausruhen, Obdachlose ihr Hab und Gut über eine längere Zeit verstauen können. Der Stein mit Vollaussstattung ist zu einem Ort der Begegnung geworden. Sein utopisches Potenzial ist während der Nutzung mittels des Ladesignals der Endgeräte direkt ablesbar und deshalb niederschwellig verständlich. Das Windrad dreht sich,

der Strom fließt und wir alle könnten ihn selbst erwirtschaften, den Bausatz gibt es im Internet. So kann der Stein mit Vollaussstattung dafür sorgen, dass erneuerbare Energien nicht nur Thema der Politik und der großen Energiekonzerne bleiben, sondern von den Endnutzern diskutiert werden.

LABKULTUR.TV Interview mit Sandra Dichtl

STONE WITH FULL EQUIPMENT

Stone With Full Equipment is a project focusing on the synergy of technical aspects of renewable energy and art in public space. The sculpture is a participatory public art project in the city centre of Dortmund. It is a unique attempt in the centre of a metropolitan area to use wind and solar power to generate electricity and to provide over 230-volts for outlets, free Wi-Fi, and storage stations freely available to the public.

Can art be a motor for the economy? Should it be, or will that make creativity a mere part of a business optimisation process?

If the industry does not get involved with project development and stays in the background as a financial sponsor, art can be used as a platform for smart business strategies. This requires clear rules, contracts and coordination.

A certain kind of innovation fever is part of every economy and of culture as well. In how far is the project Stone With Full Equipment innovative, but with positive effects?

The aim of Stone With Full Equipment is to see public space in a different light, to perceive it as a place where citizens and passers-by not only indulge in consumption, but become an active

part of a changing city.

The idea to use regenerative energies in a city is innovative. You simply are not aware of the true power of sustainable energy generated on the roofs of multi-storey buildings. Only right in the city, and as an actual means to generate and use electricity its potential becomes clearly visible.

Could you describe the spillover effect of the project Stone With Full Equipment. What is special about it?

Right from the start the project was an interdisciplinary one. It required the cooperation with numerous partners, not only for the technical realisation of our idea – to supply an artificial stone with power, Wi-Fi and the possibility to charge and store your devices – but ultimately also to realise the project at the city centre of Dortmund.

It was a special challenge to create an energetic island at a place that, above all, was unsuitable for wind energy. Adversities such as strong downslope winds and hours of shade due to the surrounding buildings were examined, and in cooperation with the Institute for Energy Systems, Energy Efficiency and Energy Economics at the Technical University Dortmund we eventually found a solution.

How does the project Stone With Full Equipment contribute to the debate about the impact of culture on society? Which role does creativity play in societal and social innovation?

What's so special about this project is the fact that it brought so many people together during the realisation phase, and in addition we created a place at the city centre of Dortmund where people can spend time, where young adults meet and socialise, where older people can rest, and where the homeless can store their personal belongings for a longer period of time. Stone With Full Equipment has become a meeting place.

When you connect your mobile device to it, the battery charge status is a direct proof of its utopic potential, making it easy to understand. The wind wheel is turning, generating energy, and we all could become energy producers, the construction kit is available on the Internet. So with the help of our project Stone With Full Equipment, renewable energies are no longer only an issue in politics concerning major energy companies. It's also become an issue for end users.

LABKULTUR.TV interview with Sandra Dichtl





TURMUMBAU

kitev – Kultur im Turm e.V.
Oberhausen, Germany
Stefan Schroer, Christoph Stark,
Agnieszka Wnuczak
kitev.de

Der denkmalgeschützte Turm des Hauptbahnhofs Oberhausen wurde restauriert, um ihn für neue Zwecke nutzbar zu machen. Unter den historischen Wassertanks ist Raum für KünstlerInnen und kreative Köpfe entstanden. Während der vierjährigen Entwicklungszeit entwarf kitev die Pläne für die Umbauten und anschließende Nutzung des Turmes selbst und konnte zahlreiche Partner für die Realisierung gewinnen. Gleichzeitig begann kitev, den Turm als Standort für lokale, regionale und internationale Kunst- und Kulturaktivitäten zu nutzen.

Was ist der Kunstanteil und was der Businessanteil am Turmumbau? Kann man das überhaupt trennen?

Als wir das Projekt begannen, kamen wir in eine Stadt, deren größte Uhren am Turm des Oberhausener Hauptbahnhofs mitten im Stadtraum stillstanden – und das seit über 15 Jahren. Dieser Umstand war unser Ansporn. So haben wir sie ohne öffentliche Mittel wieder instand gesetzt. Seitdem laufen die Uhren wieder, leuchten in Farbe und erzählen so den StadtbewohnerInnen und Reisenden eine neue Geschichte, die nicht vom Stillstand, sondern von Aufbruch handelt. In der Zwischenzeit sind viele sichtbare Interventionen und Aktionen im, auf und um den Turm herum entstanden. Ohne ökonomisches Denken und Handeln sind auch Kunstprojekte nicht zu bewerkstelligen.

Was ist der Spillover-Effekt, das Innovative oder Besondere am Turmumbau?

Die Rahmenbedingungen im Ruhrgebiet sind andere als in den meisten anderen Regionen

Deutschlands. Von Beginn an war der Turm ein Nukleus für verschiedene Ideen und Projekte. Ein Effekt unserer Arbeit ist die Animation zum eigenen Handeln, das Lustmachen zum Tätigwerden. 1. Die StadtbewohnerInnen: Selbermachen ist King! Nicht warten, bis es jemand anderes macht! 2. Die Stadtverwaltung: die Stadt Oberhausen nimmt Impulse von uns und anderen Kreativen ernst und konstruktiv auf. Dies ist aus unserer Erfahrung in der Kooperation mit vielen freien Gruppen nicht selbstverständlich und zeigt einen neuen Weg auf. 3. Innovative Projekte begeistern auch große Firmen, die uns für bei der Umsetzung zur Seite stehen wie z.B. die Firma Osram mit LEDs für den Museumsbahnsteig und für die Turmuhren sowie die Firma Schütz mit dem kompletten Fußbodenheizungssystem für mehrere Etagen des Wasserturms. Unserer Erfahrung nach ist Leidenschaft ansteckend.

Zur Debatte über Kultur und ihren gesellschaftlichen Auftrag: Wie kann der Turmumbau dazu beitragen? Welche Rolle spielt Kreativität bei gesellschaftlichen und sozialen Innovationen?

Am besten verifizierbar ist dies in unserer nahen, also lokalen und regionalen Umgebung. Wir definieren und sehen unsere Arbeit auch als Teil der lokalen Anstrengungen, der Stadt Oberhausen und hier insbesondere ihrer „Alten Mitte“ eine neue Identität zu stiften und eine neue Vision von ihrer Zukunft. Analoges gilt für unsere autonom entwickelten Interventionen in die sich strukturwandelnde Region Ruhrgebiet und für unsere Mitwirkungen an sehr unterschiedlichen Netzwerken, Diskursen und Praxen, von staatlich initiierten Maßnahmen bis hin zu autonomen künstlerisch-politischen Initiativen, welche alle den begonnenen Wandel im Ruhrgebiet zu forcieren zum Ziel haben.

LABKULTUR.TV Interview mit Agnieszka Wnuczak

TOWER CONVERSION

The historical tower of the main railway station in Oberhausen was restored to transform its infrastructure for new uses: A space providing a platform for artists and creative minds was supposed to be created beneath the water tanks. During the four years of development, Kitev transformed this vision into specific plans for the renovation and subsequent use of the tower and gradually convinced various partners for its realisation. At the same time, Kitev began to use the tower as a base for local, regional and international artistic and cultural work.

What is the art part of the tower conversion, what is the business part? Or can you even separate the two?

When we started with the project, we got to a city where the largest clocks at the tower of the main railway station in Oberhausen right at the city centre stood still – for more than 15 years. This was our motivation. We just repaired them without public financing. Since then, the clocks are ticking again, in bright colours, telling a new story to city dwellers and travellers – not about standstill but about departure.

In the meantime, many visible interventions and activities inside, on top and around the tower have occurred. Without any economic motives or actions, even art projects cannot be realised.

Could you describe the spillover effect of the tower conversion. What is special about your project?

The framework conditions in the Ruhr area are different from most other regions in Germany. Right from the start, the tower was a nucleus for different ideas and projects.

One spillover effect of our work is animating others to do something, encouraging them to get active. 1st The city dwellers: DIY is king! Don't just wait until somebody else does it! 2nd The municipality: The City of Oberhausen takes new ideas seriously in a constructive manner – be it

our ideas or those of other creatives. During our cooperation with different independent groups we experienced that this is not always self-evident. It provides a breeding ground for new ideas. 3rd Innovative projects also inspire large companies, such as the ones who stood by our side during implementation: the lighting manufacturer Osram, for instance, who provided us with LEDs for the museum platform and the clocks on the tower, or Schütz Energy Systems, who installed the entire underfloor heating system on several levels inside the water tower. We've experienced that passion is contagious.

How does the tower conversion contribute to the debate about the impact of culture on society? Which role does creativity play in societal and social innovation?

We really hope it does, and we make every effort to reach this goal, every day, as can be seen in your vicinity, i.e. at local and regional level. We define and see our work as part of the local efforts made by the City of Oberhausen in the “old” city centre in particular to create a new identity and a new vision for its future. The same is true for our autonomous interventions in the Ruhr region currently going through structural change and also for our participation in very different networks, discourses and practices – from activities initiated by the state to autonomous artistic-political initiatives. They are all aimed at accelerating change in the Ruhr region.

LABKULTUR.TV interview with Agnieszka Wnuczak



WARE MENSCH

broken hearts
Münster, Germany
Ronja Schweer
brokenhearts.eu

Das Projekt Ware Mensch öffnet der Öffentlichkeit die Augen und will in Deutschland ein Bewusstsein für das Problem Menschenhandel schaffen, speziell für Sex-Sklaverei. Dazu wurden Kartonagen hergestellt, die wie Verpackungen für menschliche Körper gestaltet und an auffälliger Stelle in der Stadt aufgestellt sind. Auf der Verpackung finden sich eine Auflistung des Inhalts (Name, Alter, Haarfarbe, Augenfarbe, Gewicht, Größe, etc.) sowie ein Bild und der Preis. Dazu findet man Informationen über den Menschenhandel in Deutschland sowie Hinweise auf Möglichkeiten, sich zu informieren und für Veränderungen einzusetzen.

HUMAN GOODS

Too many people in Germany are unaware that human trafficking is common in their country. The goal of the Human Goods project is to open the eyes of the public and to raise awareness of the problem of human trafficking. A special focus is put on sexual slavery in Germany and on the things the individual can do to help. Cardboard boxes were designed to look like they could have been used to ship human beings. The boxes were then placed in prominent locations in the city for example near garbage and recycling points, as if they were ready for disposal after buying and unpacking a product. Listed on three sides of the boxes was a complete product description (name, age, hair colour, eye colour, weight, height, etc.) as well as picture and price. On the fourth side, key information about the campaign against human trafficking and sexual slavery is given, as well as ways to enact change.

SONDERPROJEKTE SPECIAL PROJECTS





ACTORS OF URBAN CHANGE – EIN PROGRAMM DER ROBERT BOSCH STIFTUNG IN KOOPERATION MIT MITOST E.V.

Dr. Martin Schwegmann
 Programmleiter, Actors of Urban Change
actors-of-urban-change.eu

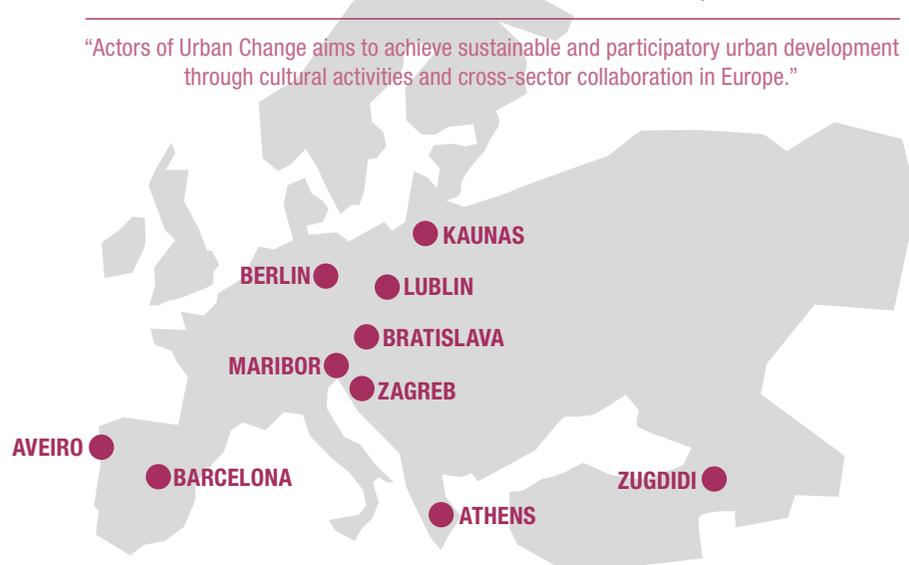
Das Programm Actors of Urban Change fördert eine nachhaltige und partizipative Stadtentwicklung durch Kultur. Es ermöglicht AkteurInnen aus Kultur, Verwaltung und Wirtschaft ihre Kompetenzen für transsektorale Zusammenarbeit zu stärken. Durch lokale Projekte, prozessorientierte Beratung und europaweiten Austausch setzen die ProgrammteilnehmerInnen ihre Fähigkeiten praktisch um. Die Pilotphase des Programms läuft von Herbst 2013 bis Sommer 2015. Eine weitere Ausschreibungsrunde, gefolgt von einer Auswahl durch eine internationale Jury, ist vorgesehen für Sommer 2015.

Programmangebote und Aktivitäten

Jeweils ein Akteur aus der Kulturszene/Zivilgesellschaft, der Verwaltung und der Wirtschaft bilden ein transsektorales Team, das ein innovatives lokales Projekt durchführt. Über einen Zeitraum von 18 Monaten erhalten zehn solcher Teams aus unterschiedlichen europäischen Städten Unterstützung zur Umsetzung ihrer gemeinsamen Projekte vor Ort sowie berufliche Qualifizierung und Vernetzung.

„Actors of Urban Change unterstützt nachhaltige und partizipative Stadtentwicklung durch Kultur und transsektorale Zusammenarbeit in Europa.“

“Actors of Urban Change aims to achieve sustainable and participatory urban development through cultural activities and cross-sector collaboration in Europe.”



ACTORS OF URBAN CHANGE – A PROGRAMME OF THE ROBERT BOSCH FOUNDATION IN COOPERATION WITH MITOST E.V.

Dr. Martin Schwegmann
 Programme Officer, Actors of Urban Change
actors-of-urban-change.eu

The programme Actors of Urban Change aims to achieve sustainable and participatory urban development through cultural activities. Actors from the cultural scene, the administration, and the private sector are given an opportunity to strengthen their competencies in cross-sector collaboration. Through local projects, process-related consulting, and Europe-wide exchange, the programme participants put their skills into practice. The pilot stage of the programme will run from autumn of 2013 until summer of 2015. Another call for applications is planned for the summer of 2015 and will be followed by an international jury's selection.

Programme Offers and Activities

An actor from the cultural scene/civil society, the administration, and the private sector form a cross-sector team to implement an innovative local project. Over the course of 18 months, ten teams from various European cities receive support for the implementation of their joint local projects and obtain professional qualification, as well as networking opportunities.

GEWINNER

WINNERS





RLF

RICHTIGES LEBEN IM FALSCHEN

RLF c/o Projektbüro Friedrich von Borries
Berlin, Germany
Friedrich von Borries
riff-propaganda.com

Kann Kunst als Triebfeder für die Wirtschaft wirken? Sollte sie das überhaupt oder wird Kreativität dann bloß Teil einer unternehmerischen Optimierungsstrategie?

Natürlich wird Kreativität von Unternehmen als Teil deren Optimierung eingesetzt. Nicht umsonst schreiben sich alle Unternehmen, die etwas auf sich halten, das Wort „Kreativität“ auf die Fahnen. Und natürlich kann Kunst Anregungen geben – zu was auch immer. Das sollte aber nicht ihr Sinn und Zweck sein, denn in diesem Moment wäre es keine Kunst mehr. Und überhaupt: Was bleibt dann noch hinter den Begriffen als Bedeutungsstruktur übrig, wo liegt deren Wert?

Was ist der Kunstanteil und was der Businessanteil an RLF? Kann man das überhaupt trennen?

RLF als revolutionäre Bewegung, die sich die Form eines kapitalistischen Unternehmens gegeben hat, nutzt bewusst die gegenläufige Logik: Kunst wird als Wirtschaftsfaktor, als Instrument der Mehrwertproduktion in die Unternehmensstrategie von RLF integriert. Gleichzeitig ist RLF als Unternehmen selbst ein Kunstwerk. Bei allem verliert RLF seine Kernbotschaft nicht aus den Augen: Es geht um das richtige Leben im Falschen, und dabei dient RLF der Sichtbarmachung und Dekonstruktion der Gegenwart und kann so helfen, die Welt zu verbessern.

Ein gewisses Innovationsfieber ist heute Teil der Wirtschaft – aber auch der Kultur. Wie kann RLF innovativ und dabei positiv wirken?

Unser Projekt rüttelt auf, irritiert, verstört. Ein Unternehmen, das den Kapitalismus mit seinen eigenen Mitteln abschaffen will? Macht das Sinn?

Fragen kann sich das übrigens jeder: Sowohl der Unternehmer als auch der Konsument. RLF spricht dabei bewusst eine relativ weitläufige Zielgruppe an, von AktivistInnen über KunstliebhaberInnen bis hin zu UnternehmerInnen. RLF bietet jedem Einzelnen eine individuelle Zugangsmöglichkeit an. Das Kernprodukt bleibt aber für alle das Gleiche: Die Suche nach dem richtigen Leben und der fortwährende Kampf gegen das Falsche.

Was ist der Spillover-Effekt, das Innovative oder Besondere an RLF?

RLF markiert die Wissenskonflikte der Gegenwart. Was ist richtig? Was ist falsch? Ausgangspunkte sind zunächst die Finanzkrise von 2008 und als zündendes Moment die Londoner Riots 2011. RLF bezieht sich damit auf Schlüsselmomente der Geschichte des zeitgenössischen Kapitalismus und macht dabei Dinge, die sich nicht gehören. Es nimmt an der 1.-Mai-Demonstrationen teil und stellt gleichzeitig Luxusprodukte her. Es ist in seinen Unternehmungen höchst real und gleichzeitig höchst fiktiv – genauso wie unser Wirtschaftssystem. RLF operiert auf verschiedenen Ebenen der Sichtbarkeitsgenerierung: Roman, Film, Produkte, Ausstellungen, Wettbewerbe. Es macht sich somit selbst zum Gegenstand und Exempel seiner eigenen Kritik, stellt sich immer wieder selbst in Frage – um in der kapitalistischen Steigerungslogik immer besser zu werden.

LABKULTUR.TV Interview mit Anne Levy

RLF

THE REAL LIFE IN THE WRONG ONE

Can art be a motor for the economy? Should it be, or will that make creativity a mere part of a business optimisation process?

Of course companies use creativity as part of their

optimisation processes. It is not without reason that all businesses credit themselves with the word “creativity” in their mission statement. And of course, art can be inspiring – for whatever your goals may be. Nevertheless, this should not be its only *raison d’être*, because then art wouldn’t be art anymore. And what is the meaning behind these words anyway, what’s their value?

What is the art part of RLF, what is the business part? Or can you even separate the two?

RLF is a revolutionary movement in the form of a capitalist company, consciously using countervailing logic for its own benefit: to integrate art as an economic driver, a tool to produce an added value integrated into the business strategy of RLF. At the same time, RLF as a company is a piece of art in itself with a strong focus on its core message: it’s all about the real life in the wrong one. RLF serves as some sort of visualisation and deconstruction of the present to help make the world a better place.

A certain kind of innovation fever is part of every economy and of culture as well. In how far is the project RLF innovative, but with positive effects?

Our project raises awareness, confuses, unsettles. A company wanting to beat capitalism at its own game? Does that make any sense? Feel free to ask yourself that question: RLF both as an entrepreneur and a consumer deliberately addresses a relatively large target group, from activists to art enthusiasts to business people. RLF offers individual access for everyone. Yet, the core product is always the same: the search for the real life and the ongoing fight against the wrong one.

Could you describe the spillover effect of RLF. What is special about your project?

RLF marks the moral conflict of the present.

What is right? What is wrong? Starting point was the financial crisis in 2008, and first initiatives were taken since the London riots in 2011. RLF always refers to key moments in the history of contemporary capitalism, doing things that are just not done. RLF participates in the 1st of May demonstrations while at the same time it’s a manufacturer of luxury products. It is very real in what it does and yet very fictitious – just like our economic system. RLF operates at different levels to generate visibility, i.e. via novels, films, products, exhibitions, competitions, thus making itself the object and example of its own criticism. It questions itself time and again – to become better and better in a capitalist-based logic of improvement.

LABKULTUR.TV interview with Anne Levy





RLF versteht sich als revolutionäre Protestbewegung, um den Kapitalismus zu unterwandern und mit seinen eigenen Mitteln zu schlagen. Das Projekt ist Denkfabrik, Experiment und politisches Kunstwerk. RLF löst die schmale Trennlinie zwischen Realität und Fiktion auf, um eine digitale Gemeinschaft zu gründen. Mit dem medienübergreifenden Kunstprojekt haben das Projektbüro Friedrich von Borries, ARTE, Suhrkamp und UFA eine spielerische, dennoch ernsthafte Kapitalismuskritik erschaffen. Eine Kombination aus medialen und nicht-medialen Kanälen verwandelt RLF in die multidimensionale Speerspitze der Revolution: Ein Roman, ein reales Unternehmen, ein Spiel, ein Film – sie alle sind Einmischungen in die reale Welt.

Understanding itself as a revolutionary protest movement that aims to subvert and finally beat capitalism with its own means, RLF is a think tank, experiment and political work of art. RLF dissolved the thin line between reality and fiction to create a digital society. With this community generating transmedia art project, Projektbüro Friedrich von Borries, ARTE, Suhrkamp and UFA have created a playful yet serious critique of capitalism. A combination of media and non-media channels transforms RLF into a multidimensional weapon of revolution: it's a novel, an actual company, a game, a film – always interfering with the real world.

RLF

**RICHTIGES LEBEN IM FALSCHEN
1. PLATZ | 1ST PLACE**

CONEXIONES IMPROBABLES

Conexiones improbables/c2+i
Bilbao, Spain
Arantxa Mendiharat
conexionesimprobables.es

Kann Kunst als Triebfeder für die Wirtschaft wirken? Sollte sie das überhaupt oder wird Kreativität dann bloß Teil einer unternehmerischen Optimierungsstrategie?

Kreativität kann natürlich nur Teil einer unternehmerischen Optimierungsstrategie sein. Die Kernfragen dabei sind: Über welche Unternehmen sprechen wir hier? Welche Ethik vertreten die KünstlerInnen, die in Unternehmen/Organisationen intervenieren? Wie kann der Auslöser von künstlerischen Interventionen (der Mittelsmann) sicherstellen, dass eine Verbindung unter optimalen Bedingungen hergestellt wird, sodass im Ergebnis ein Umdenken der Unternehmensführung stattfinden kann?

In der Regel arbeiten wir mit ortsansässigen Unternehmen, Genossenschaften und Organisationen zusammen, die zumindest die Bereitschaft besitzen, sich andere Vorschläge anzuhören und ihre Unternehmensführung zu hinterfragen. Die KünstlerInnen, mit denen wir zusammenarbeiten, sind an der sozialen Dimension von Innovation interessiert. Sie wollen Wandel und Transformation sowie nachhaltige Innovationen jenseits von Profiten fördern.

Was ist der Spillover-Effekt, das Innovative oder Besondere an Conexiones improbables?

Wir schlagen grundsätzlich eine Reihe von Methoden vor, um ein Unternehmen mit den KünstlerInnen in Kontakt zu bringen; unsere Arbeit wird unter freien Lizenzen veröffentlicht, damit jeder Einsicht nehmen und unsere Methoden im eigenen Umfeld anwenden kann.

Ein Spillover-Effekt erfolgt auch dann, wenn man anfängt, die kritische Masse zu erreichen; in un-

serem Fall haben wir jetzt fast 120 Interventionen in Organisationen in einer kleinen Region mit 2,2 Millionen EinwohnerInnen durchgeführt. Das ist zwar immer noch wenig, aber wir sind auf dem richtigen Weg.

Das Besondere an unseren Projekten ist, dass wir ohne klare Anhaltspunkte oder Vergleichsmöglichkeiten mit ähnlichen Projekten gestartet sind. Mit den Jahren haben wir dann eine Methodik und eine Plattform mit Hilfe und Unterstützung vieler KünstlerInnen und Organisationen entwickelt. Ohne dieses Netzwerk aus Profis, die ebenfalls bereit waren, ein Risiko einzugehen und zu experimentieren, hätten wir nicht bestehen können. Dank dieser Gemeinschaft stellen wir weiterhin Verbindungen her – mögen sie noch so unwahrscheinlich sein.

Zur Debatte über Kultur und ihren gesellschaftlichen Auftrag: Wie kann Conexiones improbables dazu beitragen? Welche Rolle spielt Kreativität bei gesellschaftlichen und sozialen Innovationen?

Kreativität spielt ganz offensichtlich eine wichtige Rolle bei gesellschaftlichen und sozialen Innovationen, und das beschränkt sich nicht nur auf die Kreativität aus Kunst und Kultur, sondern auch auf die Kreativität von Geschäftsleuten, die eine gewisse Vorstellungskraft haben und es wagen, zu experimentieren. Und doch könnten die meisten Bereiche der Gesellschaft von KünstlerInnen und Kreativschaffenden profitieren, wenn uns ihr Wert nur mehr bewusst wäre und wenn wir Orte schaffen könnten, an denen Begegnungen mit Menschen unterschiedlicher Herkunft und unterschiedlicher Fähigkeiten bzw. (theoretisch) auch Schwächen möglich sind.

LABKULTUR.TV Interview mit Arantxa Mendiharat

Can art be motor for the economy? Should it be, or will that make creativity a mere part of a business optimisation process?

Creativity can of course become only part of a business optimisation process. The key questions are: Which businesses are we talking about? What is the ethics of the artists that are intervening in companies/organisations? How can the producer of artistic interventions (the intermediary) ensure that the connection is made in the best conditions so that the results can lead to rethinking the sense of what is the organisation doing, and how they are doing it?

In general, we work with local companies, cooperatives and organisations that are at least ready to hear other discourses and to question their ways of doing. The artists we work with are interested in a social dimension of the innovation. They want to promote change and transformation, sustainable innovations beyond the profit of the businesses.

Could you describe the spillover effect of Conexiones improbables. What is special about your project?

We are basically proposing a set of methodologies to connect an organisation with artists, and all our work is published with free licences so that anyone can take them and apply them to their own context.

The spillover effect is also happening when you start reaching a critical mass; in our case we are now near 120 interventions in organisations, for a small region of 2,2 millions of inhabitants, it is still a small proportion, but it is starting to be something.

What is special about our project is that we started without having any clear references of similar projects and that we have been building a methodology and a platform along the years thanks to the participation and commitment of many artists and many organisations; without this extended network of professionals also willing to

take risks and to experiment, we could not have existed, and thanks to this community we still continue building improbable connections.

How does Conexiones improbables contribute to the debate about the impact of culture on society? Which role does creativity play in societal and social innovation?

Creativity obviously plays a critical role in societal and social innovation, and not only creativity from the arts and culture, but creativity from any professional that imagine and experiment. But still, artists and creators could bring much more to most of the fields of society if we were more conscious of their value and if we would build spaces where safe encounters can happen between people with different backgrounds, different competences and (theoretical) incompetences.

LABKULTUR.TV interview with Arantxa Mendiharat



Conexiones improbables fué sobre a detección, que sempre máis artistas alí están interesados en, os seus métodos, pensamentos e puntos de vista tamén fóra do ámbito artístico para dar lugar. Arte e cultura non só son parte da economía, senón que se basé na base de determinados conceptos de valores. Conexiones improbables desenvolveu un método para integrar artistas e creadores de arte en organizacións e alí traballan xunto con intervencións artísticas.

Conexiones improbables' work is based on the observation that more and more artists are interested in applying their methodologies, thoughts and way of perceiving situations out of the artistic field. Arts and culture are not only an economic sector, they are at the base of the concept of value; what is value today is a cultural concept, and artists can help to think about it. Conexiones improbables has developed a specific methodology to integrate artists into organisations to jointly work on innovation projects like artistic interventions.

CONEXIONES IMPROBABLES

2. PLATZ | 2ND PLACE

UNPERFEKTHAUS UNPERFEKTLABS

2. PLATZ
2ND PLACE

Das Unperfekthaus ist ein privates, 5.000 m² großes Restaurant-/Veranstaltungsort-/Hotelprojekt, entstanden durch die Kooperation zwischen einigen hundert KünstlerInnen, UnternehmerInnen, gemeinnützigen Einrichtungen und WissenschaftlerInnen. Zurzeit testen und betreiben mehr als 1.000 KünstlerInnen und FirmengründerInnen aus 18 Ländern Kreativprojekte, beeinflusst von und mit Einfluss auf mehr als 100.000 Privatpersonen und Geschäftsleute jährlich. Das Haus ist selbst Intervention bei einzelnen Projekten wie auch eine ständig zur Verfügung stehende Institution.

Unperfekthaus is a privately owned 5,000 sqm restaurant/event location/hotel project as a result of the cooperation between several hundred artists, entrepreneurs, non-profit organisations and scientists. More than 1,000 artists and start-ups from 18 countries test run and develop creative projects, become influenced and create influence on 100,000 individuals and business persons at Unperfekthaus yearly. Unperfekthaus is both a one-time intervention on some projects and a permanently existing institution.



UNPERFEKTHAUS/UNPERFEKTLABS

Unperfekthaus
Essen, Germany
Reinhard Wiesemann
unperfekthaus.de
unperfektlabs.de

Was ist der Kunstanteil und was der Business- teil am Unperfekthaus und an den UNPERFEKT- Labs? Kann man das überhaupt trennen?

In unserem konkreten Fall lässt sich das nicht trennen, weil beide Aspekte bei uns integriert sind. Das Unperfekthaus und die UNPERFEKT-Labs definieren sich zutiefst durch die Vereinigung beider Welten. Sowohl im nach außen Sichtbaren als auch im Selbstverständnis der handelnden Personen.

Ein gewisses Innovationsfieber ist heute Teil der Wirtschaft – aber auch der Kultur. Wie kann das Unperfekthaus bzw. die UNPERFEKT- Labs innovativ und dabei positiv wirken?

Solange wir die Erlaubnis haben, unsere Intelligenz einzusetzen, denkt das menschliche Gehirn permanent über Verbesserungen nach. Positive Wirkung wird vermutlich dann erreicht, wenn die Geschwindigkeit von Innovation für die betroffenen Menschen angenehm und der Maßstab überschaubar ist. Insofern könnte eine gewisse Beschränkung von Geschwindigkeit und Projektgröße hilfreich für positive Wirkung sein. Beides ist in unserem Projekt gegeben: Wir haben kein Interesse an eigener Größe, sondern streben eine nur beispielhafte Verwirklichung unserer Konzepte an, die wir im Sinne von Open-Source überall kopieren lassen. Und wir geben Entwicklungen Zeit.

Zur Debatte über Kultur und ihren gesellschaftlichen Auftrag: Wie kann das Unperfekthaus/ UNPERFEKTLabs dazu beitragen? Welche Rolle spielt Kreativität bei gesellschaftlichen und sozialen Innovationen?

Kultur muss intrinsisch motiviert bleiben und darf sich keinem Auftrag beugen, auch keinem gesellschaftlichen! Kultur bringt aus eigener Motivation Aspekte in Unternehmen und in die Gesellschaft ein, die nicht beauftragt werden können. Würden sie beauftragt werden können, dann wären kulturelle Interventionen nichts anderes als Unternehmensberatung. Das Unperfekthaus funktioniert deshalb so hervorragend, weil es die Freiheit der Kulturschaffenden schützt und ihnen Raum zum Schaffen bietet. Wir beschützen EinzelkämpferInnen gegenüber Teamplayern und umgekehrt. Die Bewahrung von Freiheit für Kreative ist meines Erachtens der Weg, wie Innovationen aller Art optimal gefördert werden. Und ich glaube, dass es für jede Institution wichtig ist, sich nur als eine Komponente in einem großen Blumenstrauß von Projekten zu betrachten. Zur Kreativitätsförderung gehört auch, dass es ganz viele verschiedene Ansätze dafür geben muss, die auch überhaupt nicht miteinander kooperieren müssen oder sollten.

LABKULTUR.TV Interview mit Reinhard Wiesemann

What is the art part of the Unperfekthaus/ UNPERFEKTLabs, what is the business part? Or can you even separate the two?

In our specific case you cannot separate the two, because both aspects are integrated in our project. Unperfekthaus and UNPERFEKTLabs are rooted in the unification of both. This is visible to the outside as well as in the identity of everybody involved.

A certain kind of innovation fever is part of every economy and of culture as well. In how far are the Unperfekthaus/UNPERFEKTLabs innovative, but with positive effects?

As long as we have permission to use our intelligence, the human brain constantly tries to think about improvements. A positive effect is

probably reached once the speed of innovation is comfortable for those involved to a manageable degree. So a certain restriction in speed and project size could be helpful to achieve a positive effect. Both is given in our project: we're not interested in a certain size, we just strive for an exemplary realisation of our concepts which we make available as open source solutions for everyone to copy. And we give development time.

How do the Unperfekthaus/UNPERFEKTLabs contribute to the debate about the impact of culture on society? Which role does creativity play in societal and social innovation?

Culture has to be intrinsically motivated and mustn't submit to any orders, not even social ones! Culture has its own motivation to introduce aspects to companies and to society, and those cannot be ordered. If they were to be ordered, cultural interventions wouldn't be anything less than a form of business consultancy. That's why Unperfekthaus works so perfectly well; it protects the freedom of cultural operators, serving as a space for their creations. We protect lone warriors from team players and vice versa. I think the protection of the creatives' freedom is a way to promote all kinds of innovations in the best way possible. And I believe that it's important for any institution to see itself as just part of the bigger picture. In order to promote creativity you have to be able to choose from different approaches, which must and should not necessarily cooperate with each other.

LABKULTUR.TV interview with Reinhard Wiesemann





STREET LOFTS

URBANAUTS GmbH
 Vienna, Austria
 Theresia Kohlmayr, Jonathan Lutter,
 Christian Knapp
 urbanauts.at

Kann Kunst als Triebfeder für die Wirtschaft wirken? Sollte sie das überhaupt oder wird Kreativität dann bloß Teil einer unternehmerischen Optimierungsstrategie?

Wir haben das große Glück, täglich an einem Gebäude vorbei gehen zu dürfen, auf dem steht: „Der Zeit ihre Kunst, der Kunst ihre Freiheit.“ (Wiener Sezession) Wir finden den Slogan toll! Nach unserer persönlichen Definition ist die Kunst ein Schaffensbereich, mit dem kreative Energien untrennbar verbunden sind. Dies ist allerdings kein Exklusivrecht. Kunst als die Freiheit des Tuns, des Experiments, ähnlich einem Labor kann sowohl im betrieblichen als auch im privaten Rahmen stattfinden.

Was ist der Kunstanteil und was der Business-Teil an den Street Lofts? Kann man das überhaupt trennen?

Die Diskussion, ob Architektur nun Kunst, Dienstleistung oder Handwerk ist, war für uns nie überzeugend zu führen. Deshalb halten wir uns da raus. Das Gleiche gilt für weitere terminologische Definitionen. Dinge sollten funktionieren, unabhängig davon, ob man zu ihrer Erzeugung einen Businessplan erstellt hat oder nicht. Zum gegenwärtigen, gesellschaftlichen Zeitpunkt wäre es uns viel lieber, nicht über die Abgrenzungen in bestimmten Begrifflichkeiten zu diskutieren, sondern vielmehr Schnittmengen und Gestaltungsmöglichkeiten zu identifizieren. Kurzum, wir dachten eigentlich, wir wären KünstlerInnen, Freigeister. Aber auch wir mussten sämtliche Marktregeln akzeptieren und anwenden, unsere Kommunikation veränderte sich und vor allem unser Verantwortungsgefühl gegenüber den Menschen.

Ein gewisses Innovationsfieber ist heute Teil der Wirtschaft – aber auch der Kultur. Wie können die Street Lofts innovativ und dabei positiv wirken?

Unser Projekt Street Lofts adressiert im Allgemeinen sich in Bewegung befindende Menschen, den Reisenden. Fern der gewohnten Umgebung zeichnen wir uns alle durch spezielle Bedürfnisse, Erwartungen und Interessen aus. Das Schöne an unserem System ist, dass wir es nicht einmal als sonderlich innovativ betrachten. Betten werden schon seit langer Zeit Reisenden gegen Ausgleich zur Verfügung gestellt. Auf den zweiten Blick kann man die Kombination bzw. die Eigenheit unseres Hotelbetriebs als innovativ bezeichnen.

Was ist der Spillover-Effekt, das Innovative oder Besondere an den Street Lofts?

Das Spezielle an unserer Idee ist, die traditionelle Ordnung eines Hotels aus der Vertikalen in die Horizontale zu legen. Wir nehmen uns den Raum in der Breite der Stadt, die Services, die wir unseren Gästen zukommen lassen möchten, liefern nicht wir, sondern unsere NachbarInnen und FreundInnen. Wir sind ArchitektInnen; d.h. unser Beitrag ist der Raum. Die Zimmer und ihre Gestaltung sind unser professioneller Auftrag, und den erfüllen wir so gut es eben geht. Wir versuchen unseren Betrieb genau wie alle anderen umfassend und weitreichend zu kommunizieren, d.h. dass unseren Partnern in dieser Kommunikation ein wichtiger Stellenwert zukommt.

LABKULTUR.TV Interview mit Theresia Kohlmayr

Can art be a motor for the economy? Should it be, or will that make creativity a mere part of a business optimisation process?

We're really lucky to be passing by a building every day on which is written: "To Every Age its Art, to Art its Freedom" (Viennese Secession). We love this slogan! According to our own

personal definition, art is a creative field, which is inseparably linked to creative energies. This is not an exclusive right, however. Art is creative freedom, an experiment, similar to a laboratory, taking place both in companies and in private.

What is the art part of Street Lofts, what is the business part? Or can you even separate the two?

We have never been convinced by the discussion whether architecture should be regarded as a piece of art, a service or a craft. We're staying out of this. The same is true for other terminological definitions. Things should just work, irrespective of whether you've provided a business plan for its creation or not. At this stage of society we would rather not discuss different terminologies, but identify interfaces and new scopes for design. In short, we actually thought we were artists, free spirits. But at the end of the day, to make ends meet, we have to accept and apply all market rules; the way we communicate is changing, and so is our sense of responsibility towards people.

A certain kind of innovation fever is part of every economy and of culture as well. In how far is the project Street Lofts innovative, but with positive effects?

In general, our project Street Lofts is addressed to people on the move, travellers. Far away from our familiar environment we all distinguish ourselves by special needs, expectations and interests. What's nice about our system is that we don't consider it as particularly innovative. Beds have been provided for tourists in exchange for compensation for a long time. Only at second glance, you can describe the combination or the particularity of our hotel business as innovative.

Could you describe the spillover effect of Street Lofts. What is special about your project?

Our idea is special, because we move the

traditional idea of a hotel from the vertical to the horizontal. We take up the wide spaces of a city, and the services we want to provide to our guests don't come from us, they come from our friends and neighbours. We are architects, so our contribution is space. The rooms and their design are our job, and we do our job as best as we can. We try to communicate our business comprehensively and to a broad audience, just like everybody else does. And our partners play a major role in our communication.

LABKULTUR.TV interview with Theresia Kohlmayr



Der moderne Städtereisende will individuelle Impressionen statt der üblichen Pauschalführungen, wenn er eine Metropole erkundet. URBANAUTS erschafft besondere Stadthotels. Durch Umgestaltung von leer stehenden Geschäftsräumen entstehen Vier-Sterne-Quartiere mit individuell eingerichteten Zimmern, sogenannte Street Lofts. Ein ausgesuchtes Netzwerk lokaler Partner in unmittelbarer Umgebung der Lofts bietet den Gästen ein komplettes Serviceangebot. 2011 wurde in Wien im 4. Bezirk das erste Street Loft eröffnet. Seit 2014 sind vier weitere Street Lofts in Betrieb.

Individual impression instead of mainstream sightseeing is what motivates modern tourists to explore major cities today. URBANAUTS creates a new generation of city hotels. Innovative accommodation for modern nomads is created through the revitalisation of empty shops as individual four-star hotel rooms, so called Street Lofts. A selected network of local partners situated around the lofts provides all services for guests. The first Street Loft was opened in 2011 in Vienna's forth district. Since 2014, four Street Lofts are in operation.

STREET LOFTS

3. PLATZ | 3RD PLACE

Raum für Innovation:
Kultur fordert politisches Handeln

Scope for Innovation:
Culture Calls for Political Action



3. Netzwerktreffen ECBN
3rd Network Meeting ECBN



Europäische Vorstudie über
Spillover-Effekte der Kultur und die
Rolle der öffentlichen Finanzierung
European Evidence Base on Spillover
Effects of Culture and the Role
of Public Funding



6. Netzwerktreffen
Kreativ.Quartiere Ruhr
6th Network Meeting
Creative.Quartiers Ruhr



2. Netzwerktreffen N.I.C.E.

2nd Network Meeting N.I.C.E.



11. JUNI

NETZWERKTREFFEN UND WORKSHOPS

NETWORK MEETINGS AND WORKSHOPS

11 JUNE





DINNER 11. JUNI

DINNER 11 JUNE

GRUSSWORTE | WELCOME SPEECHES



GRUSSWORTE

WELCOME SPEECHES

PROF. DIETER GORNY

Geschäftsführer, european centre for creative economy

Ich freue mich sehr, Sie auf der Zeche Zollverein, diesem immer wieder beeindruckenden Ort, begrüßen zu dürfen.

Wenn eine Vision Realität werden soll, muss alles passen. Idee, Zeit und Ort müssen stimmen, Glauben, Willen, Durchhaltevermögen und die nötigen Kompetenzen vorhanden sein. Die Leidenschaft ist dabei der rote Faden in der kreativen Wertschöpfungskette. Leidenschaft wirkt wie eine Ressource, wie ein unsichtbarer Produktionsfaktor; sie ist Idee und die Begeisterung dafür, sie ist Fantasie und weckt sie bei anderen, sie wirkt ansteckend, mitreißend und überzeugend und sie hilft, Hürden zu überwinden und Scheitern zu ertragen, weiterzumachen und erfolgreich zu sein.

Der Kultur- und Kreativwirtschaft, die mit ihren dynamischen Marktstrukturen und Arbeitsbiografien, oftmals revolutionären Geschäftsmodellen und offenen Innovationsprozessen in vielen Bereichen bereits als Strukturmodell für neue Formen von Wirtschaft dient, fällt auch in kultureller Hinsicht eine besondere Rolle zu. In ihrer Eigenschaft neue Wertschöpfungen und Arbeitsmodelle, neue nachhaltige Ideen von Stadt und

Umwelt, soziale Integrations- und Partizipationsentwürfe mit Leidenschaft voranzutreiben, liegt nicht nur der entscheidende Link zur „klassischen“ Wirtschaft, sondern auch der „klassischen“ Kultur, weil auch dort Erfolg maßgeblich von der Leidenschaft Einzelner stark beeinflusst ist.

Nachdem das Forum d'Avignon Ruhr 2013 eine junge, kreative „Maker“-Generation und ihre Auswirkungen auf interkulturelles Zusammenleben, Stadtentwicklungsprozesse, Energie/Klima, neue Arbeit und Wirtschaft im Ruhrgebiet sichtbar gemacht hat, geht es 2014 um den Motor, vor allem den immateriellen Antrieb, der diesen AkteurInnen – im Kleinen wie im Großen – eigen ist und darum, wie die Leidenschaft zum Innovationstreiber im gesellschaftlichen Wettbewerb wird.

Ich denke, dass es wichtig ist, offen für Neues zu sein und sich klar zu machen: Ohne Kreativität keine Innovation, ohne Leidenschaft keine Kreativität. In diesem Sinne wünsche ich Ihnen allen ein inspirierendes Forum d'Avignon Ruhr 2014 und natürlich einen sehr interessanten Abend.





PROF. DIETER GORNY

Managing Director, european centre for creative economy

I am very happy to welcome you at this always impressive place, the Zeche Zollverein in Essen.

If a vision is to become reality everything must fit. Ideas, time and place must all be right, belief, will-power, endurance and the necessary competence must be present. Here passion is the main factor in the value chain of creativity. Passion acts like a resource, like an invisible production factor. It creates ideas and enthusiasm, it creates fantasy and awakes the fantasy of others, it is infectious, thrilling and convincing. It helps people to overcome hurdles and failures, to keep working and be successful. The cultural and creative industry, with its dynamic market structures and working biographies, often helps to create revolutionary business models and open innovation processes in many areas as model structures for new forms of economy. It also plays a prominent and of course very important role in cultural and artistic matters.

Because it is the passionate motor behind new value creation and working models, new sustainable ideas about urban life and the

environment, and outlines for society, integration and participation. Also it is the decisive link to the “classical” industry as well as the “classical” culture where individual passion is a major factor in influencing success as well.

The Forum d’Avignon Ruhr 2013 has thrown a spotlight on a generation of young creative makers and their effect on intercultural relations, urban development processes, energy/climate, new work and economy in the Ruhr region and in Europe. 2014 will mainly be about the immaterial motor that drives these actors intrinsically – both large and small – and about passion that drives innovation in global competition and of course again, in culture and economy.

I think it is very important to be open for something new and therefore also to be aware of the fact that without creativity nothing new, without passion no creativity. In this spirit I wish you all a very inspirational Forum d’Avignon Ruhr 2014 and of course also a very interesting evening.

Prof. Dieter Gorny

Geschäftsführer des european centre for creative economy, Vorstandsvorsitzender des Bundesverbandes Musikindustrie e.V., Professor für Kultur- und Medienwissenschaft, Medienmanager und ehemaliger künstlerischer Direktor für das Themenfeld Kreativwirtschaft bei der Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010.

Managing Director of european centre for creative economy, Chairman and President of Bundesverband Musikindustrie e.V. (the German section of the International Federation of the Phonographic Industry, IFPI), professor of Cultural and Media Science, and media manager. Moreover, he represented the creative industries as Artistic Director of the European Capital of Culture RUHR.2010.

KAROLA GEISS-NETTHÖFEL

Regionaldirektorin, Regionalverband Ruhr

Der Regionalverband Ruhr ist sehr erfreut und auch ein bisschen stolz, dass das Forum d'Avignon Ruhr mittlerweile zum dritten Mal in der Metropole Ruhr zusammenkommt.

Nach dem ereignisreichen Kulturhauptstadtjahr Europas im Jahr 2010 ist mit dem Forum d'Avignon Ruhr ein europaweiter Dialograum entstanden, um den Geist der Kulturhauptstadt „Wandel durch Kultur“ intellektuell und politisch weiter zu gestalten.

Mit dem regionalen Dialog, den wir vor allem mit der jährlichen Kulturkonferenz der Metropole Ruhr führen, haben sich damit zwei einander ergänzende Diskussionsebenen entwickelt.

Das Forum d'Avignon Ruhr ist somit ein wertvoller Beitrag für die Diskussion innerhalb unserer Region und bietet den Kreativen der Region gleichzeitig die Möglichkeit, an einem europäischen Austausch mitzuwirken.

Im Rahmen Ihres Kongresses, an dem auch diesmal viele Experten aus Wissenschaft, Wirtschaft, Kultur und Politik teilnehmen, diskutieren Sie kulturelle Themen mit dem Fokus auf die Region und erweitern damit die Debatte über Kultur auf europäischer Ebene.

Ihre kulturelle und kreativwirtschaftliche Fragestellung für dieses Jahr widmet sich dem Spannungsfeld zwischen Kultur und Innovation. Die These dazu lautet: Begeisterung und Leidenschaft sind notwendig, um neue Innovationsprozesse in Gang zu bringen.

Innovationsfähigkeit wird dabei nicht verengt und ausschließlich mit technischen oder naturwissenschaftlichen Erkenntnissen in Zusammenhang gebracht, sondern der Blickwinkel wird um soziale und kulturelle Aspekte erweitert.

Wie gehen wir mit unseren immateriellen Ressourcen um, mit Innovation, Leidenschaft und Kreativität? Zu welchen Wandlungsprozessen treibt Kultur an?

EU-Kommissionspräsident Barroso sagte schon 2009: „Kreativität und Innovation im Allgemei-

nen und soziale Innovation im Besonderen sind gerade in Zeiten der Wirtschafts- und Finanzkrise die wesentlichen Faktoren für die Förderung von nachhaltigem Wachstum, die Sicherung von Arbeitsplätzen und die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit.“ Auch wenn wir die Folgen der Wirtschafts- und Finanzkrise mittlerweile erfolgreich überwunden haben, gilt dieser Satz doch ebenso für die weiterhin bestehenden Herausforderungen des Strukturwandels im Ruhrgebiet.

Wandel durch Kultur – Kultur durch Wandel. Das war das Motto unseres Kulturhauptstadtjahres 2010. Den Menschen in der Metropole Ruhr ist bewusst, von welcher hoher Bedeutung der Wandel für das Ruhrgebiet ist. Kreativität und Innovation spielen dabei eine entscheidende Rolle! Darüber einen Dialog auf europäischer Ebene zu führen und Erfahrungen auszutauschen, ist gut und richtig und kann nur begrüßt werden. Um diesen Austausch zu intensivieren, haben wir beim Regionalverband Ruhr ein Referat mit dem Titel „Europäische und Regionale Netzwerke Ruhr“ gegründet, das sich seit einiger Zeit mit der europäischen Ebene befasst und an vielen verschiedenen Stellen gemeinsam mit anderen AkteurInnen die für die Metropole Ruhr wichtigen internationalen Fragestellungen erörtert.

Wir sind der Überzeugung, dass das der richtige Weg ist, um einen Beitrag zur Zusammenarbeit und zur Entwicklung Europas zu leisten. Ich wünsche uns nun einen innovativen und kreativen Kongress.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.



Karola Geiß-Netthöfel
Regionaldirektorin des Regionalverbands Ruhr und ehemalige Regierungsvizepräsidentin der Bezirksregierung Arnsberg mit u.a. den Schwerpunkten Integration von Landesbehörden in die Bezirksregierung, Personalentwicklung, Regionalplanung und Kommunalaufsicht sowie Organisations- und Prozessoptimierung.

Regional Director of Ruhr Regional Association and former vice-president of the Arnsberg district government with special responsibilities for integrating regional authorities into the district government, personnel development, regional planning, supervision of local authorities as well as organisation and process optimisation.



KAROLA GEISS-NETTHÖFEL

Regional Director, Regional Association Ruhr

The Regional Association Ruhr is very pleased and a little proud that the Forum d'Avignon Ruhr now comes together for the 3rd time in the Ruhr Metropolis.

After the eventful European Capital of Culture year in 2010 the Forum d'Avignon Ruhr created a Europe-wide dialogue to continue the intellectually and politically debates on how to evolve the spirit of the European Capital of Culture "Change through Culture".

Within this regional dialogue that we carry especially with the annual Cultural Conference in the Ruhr Metropolis, two complementary levels of discussion have developed.

The Forum d'Avignon Ruhr is thus a valuable contribution to the discussion within our region and provides the creative minds in the region at the same time the possibility to participate in a European exchange.

As part of your conference, which is attended by many experts from academia, business, culture and politics, you'll therefore discuss cultural issues with a focus on the region and you'll also expand the debate on culture to a European level. Your cultural and creative economic issue for this year focuses on the tensions between culture and innovation. The thesis is that enthusiasm and passion is necessary to bring new innovation processes in motion.

Innovation capability is not narrowed and brought solely in connection with technical or scientific knowledge, but also the angle of view is extended to social and cultural aspects.

How do we deal with our intangible resources, with innovation, passion and creativity? Which processes of change are driven by culture?

As EU Commission President Barroso already said in 2009: "Creativity and innovation in general and social innovation in particular are the key factors for promoting sustainable growth, securing jobs and increase competitiveness in times of economic and financial crisis." Even if we

have successfully overcome the consequences of the economic and financial crisis, this statement still applies to the ongoing challenges of structural change in the Ruhr region.

Change through Culture – Culture through Change. That was the motto of our Capital of Culture 2010. People in the Ruhr Metropolis are aware of what great importance change is for the Ruhr region. Within that creativity and innovation play a decisive role! To debate this on a European level and to exchange our experiences, is good and right and can only be welcomed. In order to intensify this exchange, we established a department "European and Regional Networks Ruhr" at the Regional Association Ruhr, which has been working now for some time. Its tasks are to intensify the discussions on the Ruhr Metropolis international issues in collaboration with other stakeholders.

We are convinced that this is the right way to contribute to the cooperation and the development of Europe.

I would like to wish all of us an innovative and creative congress.

Thank you for your attention.

DOROTA NIGGE

Referentin für Kulturpolitik, Generaldirektion für Bildung und Kultur der Europäischen Kommission

Zunächst einmal möchte ich ecce für die Organisation des 3. Forum d'Avignon Ruhr danken und dafür, dass es Kultur, Kreativität, kulturelle Vielfalt, Innovation – und den Wert der Leidenschaft – ganz oben auf die Agenda gesetzt hat.

Wir leben in einer Zeit der Herausforderungen. Die Wirtschafts- und Finanzkrise in Europa bedeutet gleichzeitig auch eine ernstzunehmende Wertekrise. Die Teilnahme und die Ergebnisse der letzten Europawahlen zeigen uns einmal mehr, dass die „europäischen“ Wertevorstellungen, die wir oft für selbstverständlich erachten, nicht von allen EU-BürgerInnen gleichermaßen geschätzt werden.

Was bedeutet das für die Kultur? Kann uns die Kultur dabei helfen, dass die Menschen wieder an ein gemeinsames Europa glauben? Wie kann man dem Thema Kultur einen höheren Stellenwert auf der Agenda der Europäischen Union verschaffen? Wie kann man das Innovationspotenzial der Kultur- und Kreativwirtschaft vermitteln? Wie kann man die Auswirkungen der Kultur- und Kreativwirtschaft in andere Bereiche der Politik, so genannte Spillover-Effekte, besser aufzeigen? Und wie kann man die Verbindungen zur EU-Strategie für Beschäftigung und Wachstum auf den Punkt bringen, die doch für uns, die wir bereits überzeugt sind, so naheliegend sind?

Die Kultur- und Kreativwirtschaft steht im Zeitalter der Digitalisierung und Globalisierung selbst vor bislang nicht gekannten Herausforderungen. Die Europäische Kommission muss hier einige politische Maßnahmen vorlegen.

– Das neue EU-Programm Kreatives Europa befindet sich in seinem ersten Jahr seit Inkrafttreten – Jan Truszczyński, Generaldirektor für Bildung und Kultur der Europäischen Kommission, wird morgen Vormittag mehr zu diesem Thema sagen.

– Der neue Arbeitsplan für Kultur, ein auf vier

Jahre festgelegtes Programm für kulturelle Zusammenarbeit, soll Ende dieses Jahres vom Europäischen Rat angenommen werden.

– Die Verhandlungen zu den Partnerschaftsvereinbarungen zur Implementierung eines Strukturfonds befinden sich in der Schlussphase. Viele der Mitgliedstaaten und Regionen haben intelligente Investitionen in ihre Ausgabenplanung mit aufgenommen. Auch das Land Nordrhein-Westfalen gehört dazu.

– Die Strategie Europa 2020 wird derzeit überarbeitet – eine öffentliche Konsultation ist noch bis Ende Oktober 2014 offen; dabei ist es wichtig, dass die AkteureInnen im Kultursektor ihre Meinungen und Ansichten teilen und das Innovationspotenzial der Kultur- und Kreativwirtschaft hervorheben.

– Nicht zuletzt plant die EU-Kommission in Zukunft, ihren Standpunkt hinsichtlich der Schaffung eines angemessenen Regelungsrahmens für die Kultur- und Kreativwirtschaft im digitalen Zeitalter zu festigen. EU-Kommissarin Androulla Vassiliou hat bereits mehrfach hervorgehoben, dass das Ziel der EU-Kommission darin besteht, die besten Voraussetzungen zur Förderung eines positiven Kreativkreislaufs zu schaffen und Europa somit weltweit zum attraktivsten Standort für Kreativschaffende und kulturelle Vielfalt zu machen.

Das Motto des diesjährigen Forum d'Avignon Ruhr lautet „Innovation ist Leidenschaft“. Selbstverständlich denken wir dabei zunächst an die Begeisterung, die man beim kreativen Schaffen, bei der Innovationsfindung sowie beim kreativen Gespür und Bestreben empfindet. Aber in dem Wort „Leidenschaft“ steckt auch der Begriff „leiden“. Dies ist ein anderer Aspekt der Innovation. In Zeiten des wirtschaftlichen Abschwungs haben Kreativschaffende oft zu kämpfen und müssen lernen, sich an ein sich schnell veränderndes Umfeld anzupassen. Manchmal gelingt ihnen das nicht.

Aber um es mit den Worten von Edwin Land, dem Erfinder der Polaroid-Kamera, zu sagen: „Ein wesentlicher Aspekt der Kreativität ist es, keine Angst vor dem Scheitern zu haben.“ Innovation ist Mut. Die AkteureInnen in Europas Kulturwirtschaft zeigen heutzutage ein enormes Maß an Initiative. Umgekehrt sollten wir alle Mut beweisen und uns für die Idee eines Europas basierend auf gemeinsamen kulturellen Werten stark machen. Auch darum geht es beim Forum d'Avignon Ruhr.

Ich freue mich auf morgen und auf die (leidenschaftlichen) Diskussionen.

Vielen Dank.

DOROTA NIGGE

Cultural Policy Officer, Directorate General for Education and Culture of the European Commission

Let me first thank ecce for organising this 3rd Forum d'Avignon Ruhr and for placing culture, creativity, cultural diversity, innovation – and the value of passion – higher on our agenda.

We are living in challenging times. Europe is facing an economic and financial crisis, which is also a serious crisis of values. The participation in and the results of the last European elections remind us that “European” values that we often take for granted are not universally shared by EU citizens.

What does it mean for culture? Can culture help people to believe in Europe again? How to place culture higher on the European agenda? How to demonstrate the innovation potential of the cultural and creative sectors? How to demonstrate the effects they produce on other

policies, the so-called spillover effects? And how to pinpoint the links with the EU strategy for growth and jobs – obvious for us who are already convinced?

Cultural and creative sectors are themselves facing unprecedented challenges, related to digitisation and globalisation. As European Commission we have put some responses on the table:

– The new Creative Europe programme is in its first year of implementation – Jan Truszczyński, Director General for Education and Culture of the European Commission will address you tomorrow morning on this topic.

– The new Work Plan for Culture – a four-year agenda for cooperation on culture – shall be adopted by the Council later this year.

– The negotiations of the Partnership Agreements for the implementation of the structural funds are in their final phase. Many of the Member States and regions have included smart investment on culture in their spending plans. North Rhine-Westphalia is one of them.

– The strategy Europe 2020 is being revised – a public consultation is open until the end of October 2014 and it is important to convince cultural stakeholders to share their view and highlight the innovation potential of the cultural and creative sectors.

– Last but not least, in the future the Commission intends to reinforce its stance aiming to create the right regulatory framework for the culture and creative sectors in the digital age. My Commissioner Androulla Vassiliou underlined on many occasions that our objective is to create the best conditions to promote the virtuous cycle of creation and make Europe the best place in the world for creators and cultural diversity.

The leitmotif of this year's Forum d'Avignon Ruhr is “Innovation is Passion – Innovation ist Leidenschaft”. Naturally, we think first about the

enthusiasm of creating, innovating, a creative emotion and fervour. But we should not forget that the Latin word “passion” comes from “suffering”. And this is another ingredient of innovation. In times of economic downturn, creators have often to struggle and find ways to adapt to rapidly changing environments. Sometimes they fail.

But, as Edwin Land, the inventor of Polaroid said: “the essential part of creativity is not being afraid to fail”. Innovation is courage. Actors in Europe’s cultural sectors show enormous initiative these days. In turn, all of us should show courage to stand up for the idea of Europe as a project based on shared cultural values. And this is what the Forum d’Avignon Ruhr is also about.

Looking forward to tomorrow’s (passionate) discussions.

Thank you.

Dorota Nigge

Dorota Nigge ist Referentin für Kulturpolitik bei der Generaldirektorin für Bildung und Kultur der Europäischen Kommission. In ihren Verantwortungsbereich fallen Initiativen und Projekte zur Unterstützung der Kultur- und Kreativwirtschaft. Bevor sie 2005 zu den EU-Institutionen kam, arbeitete sie an der Universität zu Köln, am Institut für öffentliche Angelegenheiten in Warschau sowie beim polnischen Kulturministerium, wo sie sich mit EU-Angelegenheiten befasste.

Dorota Nigge is a Cultural Policy Officer at the European Commission’s Directorate General for Education and Culture. She works in the policy development department for culture, and her responsibilities include initiatives and projects in support to the cultural and creative sectors. Before joining the EU institutions in 2005, she worked at the University of Cologne, the Institute of Public Affairs in Warsaw and the Polish Ministry of Culture, dealing with EU affairs.

WELCOME

Dorota Nigge

Policy Officer
Directorate General Education and Culture (DG EAC)
Culture Policy and Intercultural Dialogue
European Commission



REINHARD PASS

Oberbürgermeister der Stadt Essen

Als Oberbürgermeister dieser Stadt freue ich mich, Sie zur Eröffnung des Forum d'Avignon Ruhr 2014 an diesem besonderen Tagungsort zu begrüßen.

Unser UNESCO-Welterbe – die Zeche Zollverein – zeigt besonders deutlich, wie die treibende Kraft von Kunst und Kultur alte Industriestätten in kreative Quartiere verwandeln kann. Das Welterbe Zollverein dokumentiert das traditionelle Bild des Ruhrgebiets und weist durch seine Neunutzung gleichzeitig in die Zukunft. Unser Motto als Kulturhauptstadt Europas im Jahr 2010 gilt weiterhin: „Wandel durch Kultur – Kultur durch Wandel“.

Ich freue mich, dass die deutsch-französische Partnerschaft des Forum d'Avignon, unserer Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010 und ecce auch 2014 europäische Führungskräfte und GestalterInnen verschiedener Arbeitsfelder zusammenführt – und dies bereits zum dritten Mal in Essen.

Reinhard Paß

Oberbürgermeister der Stadt Essen seit 2009, vorher Diplom-Ingenieurchemiker tätig für einen technisch-wissenschaftlichen Dienstleister, Mitglied der SPD und der Industriegewerkschaft Bergbau, Chemie, Energie.

Lord Mayor of the City of Essen since 2009, until then he worked as graduate engineer in Chemistry for a technical and scientific service provider, member of the SPD (Social Democratic Party of Germany) and of the Industrial Mining, Chemistry, Energy Union.

Der Motor der Kreativität ist die Leidenschaft. Sie ist in diesem Jahr thematisch der Dreh- und Angelpunkt des Forum d'Avignon Ruhr. Wenn die Kraft der Ideen mit den Regeln der Wirtschaftlichkeit fusioniert, können kreative Träume wahr werden und viele daran teilhaben. Sie sind Kleb- und Treibstoff unserer Gesellschaft. Sie verbinden uns und entwickeln unser Zusammenleben kontinuierlich weiter.

Hier im Ruhrgebiet werden jährlich circa sechs Milliarden Euro durch die Kreativwirtschaft umgesetzt. Damit ist die Kreativwirtschaft ein bedeutender Wirtschaftsfaktor – sowohl für die gesamte Region als auch für die Stadt Essen in ihrem Zentrum.

Zu diesem Erfolg trägt maßgeblich bei, dass wir Wirtschaft und Kultur erfolgreich verbinden, zum Beispiel mit Public-private-Partnerships. Die hier in Essen beheimateten international agierenden Technologie- und Energiekonzerne unterstützen die große und kleine, die laute und die leise Kunst. Sie fördern das Berühmte: zum Beispiel eine Gauguin- oder Karl-Lagerfeld-Ausstellung. Aber auch das Unbekannte, wie Schülertheatergruppen und NachwuchskünstlerInnen, die durch Sponsoring ihre Chance auf Öffentlichkeit erhalten. Und fast immer ist die Stadt Essen Kooperationspartner, vielfach Vermittler oder oft der Initiator.

Ein weiteres Beispiel für eine erfolgreiche Kooperation der Kreativen, der Verwaltung und der Wirtschaft ist unser Kreativ.Quartier City Nord.Essen. Nicht umsonst wurde mit dem GOPVarieté-Theater für den morgigen Konferenztag ein Veranstaltungsort inmitten dieses Quartiers gewählt. Der nördliche City-Bereich steht im Wandel. Mit Förderung des Landes Nordrhein-Westfalen und Unterstützung von ecce wurden hier Räume, teilweise ganze Häuser für Kreativschaffende und neue Konzepte geöffnet. Und der Wandel ist noch

im vollen Gange. Ganz konkret zeigt sich hier, wie Kunst und Kultur Einfluss auf die Stadtentwicklung nehmen können.

Ein besonderes Beispiel für diesen Spillover-Effekt ist das dort ansässige Unperfekthaus, das auf der diesjährigen Nominierungsliste für den N.I.C.E. Award steht. Das Unperfekthaus hat Strahlkraft auf das ganze Quartier. Die ehemalige Tristesse des Viertels ist einem erblühenden Metamorphose-Prozess gewichen. Ein Prozess, den wir als Stadt gerne unterstützen.

Innovationen, die mit Leidenschaft gelebt werden – und KünstlerInnen und FreidenkerInnen sind leidenschaftliche Menschen – setzen sich durch. Wir als Stadt bekennen uns zu unserem Wandlungsbedarf, aber auch zu unserer Fähigkeit, diesen Wandel voranzutreiben. Im Ballungsgebiet Ruhr bestehen immer noch Räume, die neu oder die anders genutzt werden müssen, um mehr Lebensqualität zu schaffen, um gesellschaftliche Veränderungsprozesse zu kompensieren oder voranzubringen. Mit kreativen Ideen kann diesen Räumen neues Leben eingehaucht werden. Kunst- und Kulturschaffende sind aufgrund ihrer Flexibilität häufig die Ersten vor Ort, aber dann folgen ihnen Menschen aus anderen Bereichen, mit anderen Leidenschaften. Diese Potenziale gilt es zu nutzen.

Die Ruhrregion ist auf Innovationen angewiesen, als Basis für Weiterentwicklung. Gleichzeitig ist der stetige Wandel aus sich heraus eine Anforderung, neue Lösungen zu finden. Dazu sind Menschen nötig, die mit Leidenschaft Gedanken erörtern und Pläne umsetzen.

Das Forum d'Avignon Ruhr 2014 bietet eine hervorragende Plattform für diese dynamischen Ideen, für Innovationen, für Kreativität. Das Forum hat für unsere Stadt, für unsere Region und durch die Vernetzung mit anderen Foren auch interna-

tional eine große Bedeutung. Gesellschaftliche Pluralisierung, demografische Prozesse, Entwicklungen in Forschung, Technik und Wirtschaft sind Herausforderungen, denen wir uns stellen müssen. Auf die Fragen der modernen Welt brauchen wir neue Antworten.

Innovationen entstehen dort, wo unterschiedliche Sichtweisen aufeinandertreffen, sich aneinander reiben, dort wo mit Leidenschaft diskutiert und argumentiert wird. Daher ist es so wichtig, dass viele kreative Köpfe und Menschen unterschiedlicher Leidenschaften zusammenkommen. Dieses Forum bietet dafür eine hervorragende Plattform. Es reflektiert unsere Gesellschaft und wird gleichzeitig Raum für gesellschaftliche Innovationen.

Ich wünsche dem Forum d'Avignon Ruhr 2014 einen guten Verlauf mit kreativen Präsentationen, leidenschaftlichen Diskussionen und innovativen Themen.

Mein herzlicher Dank gilt Prof. Gorny und den OrganisatorInnen, den HelferInnen des Forums sowie dem Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen für die finanzielle Unterstützung.

Vielen Dank für Ihr Interesse, eine schöne Zeit in unserer Heimatstadt Essen und – weil es auch so passend zu diesem Ort ist, verabschiede ich mich mit dem bei uns üblichen Bergmannsgruß: Glück auf!

REINHARD PASS

Lord Mayor of the City of Essen

As Lord Mayor of this city it is my pleasure to welcome you to the opening of the Forum d'Avignon Ruhr 2014 at such a special venue.

Our UNESCO World Heritage Site – Zeche Zollverein – shows very clearly how art and culture can be a driving force to turn old industrial sites into creative quarters. Zollverein World Heritage Site is a testament to the traditional image of the Ruhr region, and thanks to the new use of the buildings it also represents the future. The motto of the European Capital of Culture 2010 still applies: “Change through Culture – Culture through Change.”

I am pleased to see the Franco-German partnership of the Forum d'Avignon, our European Capital of Culture RUHR.2010 and ecce unite European leaders and creators from different fields again in 2014 – and for the third time here in Essen.

The driving force for creativity is passion, which is also the motto of this year's Forum d'Avignon Ruhr. When the power of ideas merges with the rules and regulations of the economy, creative dreams can come true and many can have a share in it. They are the glue and driving force of our society. They hold us together and continuously evolve our coexistence.

Here in the Ruhr region, the creative sector generates a turnover of about six billion euros a year. This makes the creative sector an important economic factor – both for the region and the City of Essen at its centre.

A major contributor to this success is the combination of the industry and culture in public-private partnerships, for instance. Globally active technology and energy companies based here in Essen support large and small, loud and quiet artworks. They support the famous with the exhibition of Gauguin's or Karl Lagerfeld's works,

for example. But also the unknown: with their sponsoring, school theatre groups and young artists get a chance to perform in public. And almost always the City of Essen is a cooperation partner, frequently a mediator and oftentimes the initiator.

Another example for a successful cooperation of the creatives, the administration and the industry is our Creative.Quarter City Nord.Essen. It is not without reason that the GOP Variety Theatre will be the venue for tomorrow's conference, right at the heart of this Quarter. The northern part of the inner city is going through change. Thanks to the support of the State of North Rhine-Westphalia and ecce, spaces and even entire buildings are now open to creative professionals and new concepts. And this change is still in progress. Here you can see directly in how far art and culture can have an impact on urban development.

A special example for this spillover effect is the Unperfekthaus, located in the Creative.Quarter and a nominee for this year's N.I.C.E. Award. The Unperfekthaus attracts visitors to the entire Quarter. After years of tristesse marking an urban quarter, now there is a metamorphosis taking place. And the City of Essen is more than happy to give its full support.

Innovations that can be experienced with passion – and mind you, artists and free thinkers are rather passionate people – are taking root. The City of Essen sees a need for change, but it also has the tools to drive this change. Within the Ruhr conurbation you will still find spaces that need a new or different use so as to create a higher quality of life and to develop or compensate for social change. Creative ideas can give these spaces a new meaning. Very often and thanks to their flexibility, cultural and creative artists are the first ones on site, followed by others from other areas and with

other passions. We need to tap these potentials.

The Ruhr region relies on innovations as a basis for development. At the same time, the constant change is a challenge in itself to find new solutions. A lot of people are necessary to use their passion to discuss ideas and implement plans.

The Forum d'Avignon Ruhr 2014 is the ideal platform for such dynamic ideas, for innovations, for creativity. And the Forum is of great national and international importance for our city, for our region and thanks to its network with other forums. Social pluralisation, demographic change, developments in research, technology and business are challenges we must face. We need new answers to the questions of a modern world.

Innovations are the result of different perspectives that rub against each other, of passionate discussions and debates. That's why it's so important to bring together so many creative minds and people with different passions. This Forum is the ideal platform. It reflects our society and also serves as a breeding ground for social innovations.

I wish the Forum d'Avignon Ruhr 2014 every success, creative presentations, passionate discussions and innovative topics.

I would like to especially thank Prof. Gorny and the organisers, the helpers of the Forum and the Ministry for Family, Children, Youth, Culture and Sport of the State of North Rhine-Westphalia for their financial support.

Thank you for your interest, and have a great time in our hometown Essen. And since it's only appropriate at a venue like this, I would like to say goodbye with our traditional miner's greeting: Glück auf!



"I have never dreamed of before or even after, that this moment will come. Not just that I am engaged to work as a commissioner but it was not even a hint that the state will come to the point that they will decide that this is an important thing to be done."

Pavilion of the Republic of Kosovo

I have never dreamed of



Speaker at a podium with a laptop. A poster on the podium features a colorful geometric design and the text "KOSOVO PROGRAM FOR BUSINESS" and "THE KOSOVO PROGRAM FOR BUSINESS".

Four panelists (three women and one man) seated in red chairs around a table with water bottles and microphones, engaged in a discussion.

12. JUNI
KONFERENZ

CONFERENCE

12 JUNE

BEGRÜSSUNGSSTATEMENTS | WELCOME STATEMENTS

IMPULSE UND DISKUSSIONEN | IMPULSES AND DISCUSSIONS

DER N.I.C.E. AWARD 2014 | THE N.I.C.E. AWARD 2014

MEHR OFFENHEIT FÜR INSPIRATION: KREATIVITÄT BRAUCHT (SPIEL-)RAUM

Prof. Dieter Gorny | Geschäftsführer, european centre for creative economy

Wir leben in bewegten Zeiten – auch elementar bewegten Zeiten; diejenigen, die aus dem Land und aus der Region kommen, wissen, was das bedeutet, die Spuren des Sturms, der am Pfingstmontag das Ruhrgebiet und Nordrhein-Westfalen im Visier hatte, sehen wir immer noch.

Aber wir leben auch in kreativwirtschaftlich bewegten Zeiten: Diese sind nicht unbedingt direkt spürbar, es sind digitale Phänomene, die man nicht greifen kann, die aber trotzdem immer etwas mit der Bewegung, Distribution und Kommunikation von Kultur zu tun haben, gerade in den Branchen der Kreativwirtschaft. Die digitale Revolution ist immer noch in vollem Gange, aber es tut sich etwas: Nach dem beeindruckenden Urteil des Europäischen Gerichtshofs zum „Recht auf Vergessenwerden“ im Netz, einer, wie ich finde, beispielhaften Reihe im Feuilleton der FAZ – spannenderweise einer Old-Media-Plattform – kann man sagen: Die Debatte über die Ordnung im Netz hat längst begonnen. Auch der Bundesminister für Wirtschaft und Energie, Sigmar Gabriel, hat sich kürzlich hierzu sehr eindeutig geäußert, als er unter anderem sagte:

„Die Wirtschaftspolitik steht vor der fundamentalen Herausforderung, die Ordnung der Sozialen Marktwirtschaft auf die Höhe des digitalen Zeitalters zu bringen. (...) Der klassische Eigentumsbegriff bekommt Risse, wo Gratisangebote ganze auf bezahlten Gütern fußende Märkte zerstören oder die unautorisierte Kopie und Verfügbarmachung von Inhalten den Urheber enteignet. Ordnungspolitik ist also gefordert, wo nach der Finanzmarktkrise ein weiteres Mal regellose Märkte und maßlose Marktakteure großen Schaden anzurichten drohen.“

Hier bahnen sich neue Rahmenbedingungen einer digitalen Ökonomie an. Ich glaube, das ist sehr bedeutsam für die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft, denn

das, was wir in Zukunft an Literatur, an Bewegtbildern, an Musik, an künstlerischen Äußerungen konsumieren werden, ist zunehmend abhängig von digitaler Distribution. Aber: Ordnung legt auch fest, Ordnung schafft Rahmenbedingungen, innerhalb derer man sich bewegen muss, und ich glaube – obwohl ich diese Aussage von Sigmar Gabriel sehr begrüße – dass wir offen bleiben müssen für das Neue, das Unerwartete. Wir brauchen mehr denn je die Fähigkeit zur Innovation, um die gesellschaftlichen, ökonomischen und kulturellen Herausforderungen, mit denen wir ständig mehr konfrontiert werden, auch auf europäischer Ebene erfolgreich zu gestalten.

Wenn Neues Realität werden soll, wenn eine Idee sich erfolgreich entfalten soll, muss alles passen: Die Idee selbst, die Zeit und der Ort, Glaube, Wille und Durchhaltevermögen und die notwendigen Kompetenzen müssen vorhanden sein. Der rote Faden dabei ist immer die Leidenschaft. Wenn ich als Geiger berühmt werden will, dann brauche ich nicht nur hochgradige technische Fertigkeiten, ich brauche nicht nur eine ungeheure Konzentrationsfähigkeit und Disziplin, um mich im richtigen Moment im richtigen Wettbewerb auf die richtige Sonate oder Caprice konzentrieren zu können, ich brauche gleichzeitig eine ungeheure emotionale Offenheit und muss brennen für das, was ich künstlerisch kommunizieren will. Und dieses Brennen ist, glaube ich, sehr wichtig bei all diesen Debatten, die wir führen, gerade wenn es um das Neue geht. Wenn wir, die wir Kultur machen, erkennen, dass die, die für das Neue stehen, brennen – wie wollen wir überzeugen, wenn wir das nicht selber tun?

Der deutsche Literaturnobelpreisträger Theodor Mommsen hat gesagt: „Ohne Leidenschaft gibt es keine Genialität“. Ohne Kreativität gibt es keine Innovation, ohne Leidenschaft gibt es aber auch keine Kreativität. Leidenschaft, Begeisterung, Enthusiasmus sind Treiber für jede Form

BEGRÜSSUNGSSTATEMENTS WELCOME STATEMENTS



des Neuen, für Innovationen, sie wirken als Ressource, als Produktionsfaktor unsichtbar in allen Lebens- und Arbeitswelten und natürlich besonders im Bereich von Kunst, Kultur und Kreativität.

Aber nicht nur künstlerische Visionen und Innovationen bedürfen der Leidenschaft; Wirtschaft, Politik und Wissenschaft brauchen ebenso die Menschen, die an ihre Ideen glauben und sie mit Begeisterung und eben Leidenschaft in die Welt tragen. Gerade in einer Zeit, in der wir als Gesellschaft ja dazu neigen, vorsichtig zu sein, Ordnung und Bewahrung einzufordern, sobald unsere Individualinteressen berührt werden, brauchen wir – und das ist eigentlich eine Absage an die Kraft des Schwarms – diese starken Individuen, die in der Lage sind, sich und das Neue durchzusetzen. Und das in einer Situation, in der das, was sie tun wollen, höchstens auf Offenheit bei anderen stößt, vielleicht auf Instinkt bei denen, die Rahmenbedingungen setzen, aber nicht automatisch auf Zustimmung; eben weil es neu ist. Ich glaube, dass dieses Brennen und dieses Durchsetzungsvermögen für jeden Künstler und jede Künstlerin ungemein wichtig sind. Es muss – und das ist kein Glück, sondern Fortune – auf den Punkt kommen. Aber – ich sage das aus eigener Erfahrung: Ohne diesen Antrieb hätte es nie ein Rockbüro NRW gegeben, es hätte nie eine Popkomm gegeben, es hätte nie VIVA gegeben. Weil es immer Dinge waren, bei denen die Leute gesagt haben: Was soll der Unsinn an dieser Stelle? Aber daraus entstehen Systeme, die befruchten und wirken und die dann auf einmal erfolgreich sind. Mit dem Effekt, dass hinterher alle sowieso wussten, dass es so kommen musste.

Diese intrinsische Motivation wird ein immer bedeutenderer Faktor einer zunehmend wissensbasierten Gesellschaft. Rahmenbedingungen zu schaffen, um Leidenschaft zu begünstigen: Wie kann man das fördern? Ich denke, das hat sehr viel mit Bildung, mit Offenheit zu tun. Wie kann

ich Komposition unterrichten? Ich kann Rahmenbedingungen schaffen, ich kann Handwerkszeug vermitteln, ich kann Offenheit und vor allen Dingen Verantwortung schaffen. Mir hat mein Kompositionslehrer im Studium gesagt: „Herr Gorny, machen Sie nie Leute für die Ideen verantwortlich, die Sie selbst nicht haben.“

Das ist es. Es ist die eigene Entscheidung, zu schreiben: Da setze ich die Geigen mit Cis oder mit C; und diese Entscheidung kann einem keiner abnehmen. Leidenschaft bedeutet also nicht nur, sich für etwas einzusetzen, sondern sich auch verantwortlich zu fühlen und geradezustehen für das, was man tun will.

All das wollen wir heute in den verschiedensten Facetten diskutieren, und ich glaube, das ist der Kernpunkt dessen, was uns europäisch, kulturell und ökonomisch voranbringt. Der Punkt, der uns das Neue schafft und möglichst auch die Offenheit für das Neue. Ich wünsche mir das Forum d'Avignon Ruhr 2014 als eine leidenschaftliche, inspirierende Innovationsfabrik.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen einen wunderschönen, spannenden Tag! Vielen Dank!



MORE OPENNESS FOR INSPIRATION: CREATIVITY NEEDS FREE SCOPE

Prof. Dieter Gorny | Managing Director, european centre for creative economy

We are living in times of change – change forced by nature; those of you coming from North Rhine-Westphalia and from this region know what I'm talking about. The impact of the severe storm that hit the Ruhr region and large parts of North Rhine-Westphalia on Whit Monday is still visible today.

But we are also living in times of creative-economic change: though they might not be directly visible, it's all about the digital phenomena, which you cannot grasp, and yet they are always involved whenever it comes to moving, distributing and communicating culture – especially in the creative industries. The digital revolution is still in progress, but something is already happening: following the European Court of Justice's recent ruling on the "Right to be Forgotten" online, which is, in my personal view, also an excellent series in the culture section of the German FAZ newspaper – an old media platform if you will – you can conclude: the debate on imposing law and order online is well underway. Just recently, German Federal Minister for Economic Affairs and Energy Sigmar Gabriel expressed a clear view on this topic, when he said, among other things:

"Economic policies are currently facing the vital challenge of updating the social market system to meet the requirements of the digital age. (...) The classical concept of ownership starts to crumble when free offers destroy markets firmly based on the payment of goods or when unlawful copying and unauthorised access to content expropriate the copyright holder. Regulatory processes are therefore needed when unregulated markets and self-indulgent market actors threaten to cause considerable damage yet a second time in the wake of the financial market crisis."

New framework conditions for the digital economy are being initiated.

I think it is very significant for the development of the cultural and creative industries, because our consumption of literature, moving images, music, and artistic expressions is becoming increasingly dependent on digital distribution. But: order also specifies, order establishes framework conditions within which we must operate, and – as much as I appreciate Sigmar Gabriel's statement – I think we need to remain open to new and unexpected ideas. Now more than ever we need to be able to innovate to master the social, economic and cultural challenges we are constantly facing at European level.

If new ideas are to become a reality, if they are to develop successfully, everything has to be right: the ideas, the time, the place and the presence of belief, intent, stamina as well as the necessary skills. The red thread being passion. If I want to become famous as a violinist, I need highly technical skills, I need to show a tremendous power of concentration and discipline to be able to concentrate on the right sonata or caprice at the right time and at the right competition; at the same time I need to be extremely open, I need to be passionate about what I want to communicate in an artistic way. It is this passion, I believe, that is so important during all those debates we are currently leading, especially when it comes to new ideas. If we, who we create culture together, see that those representing the new era are full of passion – how can we convince others if we're not full of passion ourselves?

"Without passion, there is no genius," said German Nobel Laureate for literature Theodor Mommsen. Without passion, there is no innovation, and without passion there is not creativity, either. Passion and enthusiasm are drivers for any kind of new ideas, of innovations. They act as a resource, an invisible production factor in all living and working environments and in the fields of art, culture and creativity in

particular.

But it's not just artistic visions and innovations that require passion; industry, politics and science also require people who believe in their ideas, carrying them into the world with enthusiasm and passion even. Especially in times when we as a society tend to be careful, asking for order and protection once our individual interests are involved, we need strong individuals who are able to enforce new ideas instead of relying on the power of many. In a situation where everything they want to do will be met with openness at best – or maybe instinct from those who set the framework – but not necessarily with approval; just because it's new. I believe that this passion and assertiveness are absolutely essential for every artist. He or she has to come to the point – not by luck but by fortune. I know from my own experience: without this motivation the Rockbüro NRW would never have been possible, the Popkomm would not have been possible, VIVA would not have been possible. Because those were things that made people say: What's that nonsense all about? Yet they evolved into systems that stimulate and have an effect on society, and suddenly they're successful. And in the end they all knew this was bound to happen anyway.

This intrinsic motivation is becoming more and more important in an increasingly knowledge-based society. To create framework conditions that encourage passion: how can this be promoted? I think it all comes down to education and to openness. How can I teach composition? I can set a framework, I can supply students with the tools, I can create openness and above all I can generate responsibility. A composition teacher of mine once told me at university: "Mr. Gorny, don't blame others for ideas that are not your own."

And that's it. It's my own decision to write music: whether I write a violin concerto in C-sharp minor

or in C major, nobody can make this decision for me. So passion does not only mean to stand up for something, but also to feel responsible and to be answerable for what you do.

We will discuss all of this in the most diverse manners today, and I think this is the core of what brings us forward – in Europe, culturally and economically. A moment in time where we create new ideas and where we are, ideally, open to new ideas as well. I hope the Forum d'Avignon Ruhr 2014 will be a passionate, inspiring innovation tank. I wish you all a wonderful and exciting day. Thank You!

GEMEINSAM INNOVATIVER WERDEN

Ute Schäfer, Ministerin für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen

Herzlich willkommen in Nordrhein-Westfalen, in Essen, zum 3. Forum d'Avignon Ruhr!

Wieder sind mehr als 200 TeilnehmerInnen in die Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010 gekommen – in diesem Jahr aus 19 Ländern der EU, aus dem Kosovo und aus Tunesien. Darunter sind RepräsentantInnen von mehr als 20 bedeutenden Institutionen und Netzwerken aus dem Kreativbereich. Über diese große Resonanz und über die insgesamt gute Entwicklung dieses besonderen europäischen Kreativ-Think-Tanks freue ich mich sehr!

Seit dem Auftakt 2012 hat sich das Forum d'Avignon Ruhr zu einer wichtigen europäischen Plattform zum Austausch von Kultur und Wirtschaft entwickelt.

2012 haben wir über Strategische Partnerschaften zwischen Kultur und Wirtschaft im digitalen Zeitalter diskutiert. 2013 standen die Spillover-Effekte zwischen Kultur und Wirtschaft im Mittelpunkt. Und in diesem Jahr geht es um das spannende Thema Leidenschaft.

Leidenschaft ist ein zentraler gemeinsamer Nenner, wenn es uns gelingen soll, die bisher weitgehend getrennten Bereiche von Kunst und Kultur, Wirtschaft, Wissenschaft und Medien besser als bisher miteinander ins Gespräch zu bringen und zur interdisziplinären Zusammenarbeit zu ermutigen.

Das 3. Forum d'Avignon Ruhr steht für diesen in jeder Hinsicht grenzüberschreitenden Dialog in Europa.

Sie alle, meine Damen und Herren, bringen unterschiedlichste Erfahrungen und ein breit gefächertes Interesse und Know-how im Kreativbereich mit. Gemeinsam ist Ihnen, dass Sie sich Ihrer gesellschaftlichen Verantwortung stellen und zu

Veränderungen aktiv beitragen wollen. Kunst kann dabei ein wichtiger Motor für Veränderungen sein. Und wenn heute Abend der N.I.C.E. Award verliehen wird, dann bin ich sicher, dass der Preis an eine Künstlergruppe oder ein Projekt gehen wird, die beziehungsweise das genau diesen Anspruch in besonderer Weise erfüllt.

Ich freue mich sehr, dass mein Kollege Minister Garrelt Duin diesen Preis verleiht. Das zeigt das Interesse der Landesregierung an einer „Klammer“ zwischen Kunst und Kultur auf der einen und Wirtschaft auf der anderen Seite.

Die Nominierten – deren Arbeiten Sie seit gestern in der City-Messehalle Essen sehen können – repräsentieren einen beeindruckenden europäischen Querschnitt interdisziplinärer und innovativer Projekte an den Schnittstellen von Kunst, Wirtschaft, Wissenschaft und Stadtentwicklung.

Ich freue mich sehr, dass die internationale Jury unter Vorsitz von Charles Landry aus 108 Einsendungen aus 22 Ländern vier Projekte aus dem Ruhrgebiet auf die Shortlist der zehn innovativsten Projekte gesetzt hat – darunter das Unperfekthaus von Reinhard Wiesemann hier in der unmittelbaren Nachbarschaft.

Das zeigt, dass sich hier im Ruhrgebiet viel bewegt und dass wir im internationalen Vergleich zu den Best-Practice-Regionen gehören!

Die europäische Anbindung und der europäische Know-how-Transfer bleiben dabei wichtig für diese Region. Der Mehrwert an Wissen, der durch das Forum d'Avignon Ruhr entsteht, ist hier sehr wertvoll. Ich denke dabei zum Beispiel an das gemeinsame Forschungsprojekt, das ecce und das Arts Council England gestern zum Thema öffentliche Kulturförderung und wirtschaftliches Wachstum angestoßen haben – unter Beteiligung renommierter WissenschaftlerInnen aus

Deutschland, England, Finnland, Frankreich, Italien, den Niederlanden und Schweden.

Dass das Forum d'Avignon Ruhr dieses Mal in einem unserer Kreativ.Quartiere, der City Nord Essen, stattfindet, verspricht dabei für die gesamte Veranstaltung interessante Impulse. Das Land Nordrhein-Westfalen fördert die Kreativ.Quartiere Ruhr als Folgeprojekt der Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010 mit jährlich einer Million Euro. Seit drei Jahren sind hier künstlerische Interventionen Motor einer innovativen Quartiersentwicklung. Die Kreativ.Quartiere Ruhr zeigen sehr anschaulich, was Kunst und Kultur für gesellschaftliche Weiterentwicklung leisten können. Sie, meine Damen und Herren, sind mit dieser Tagung hier in diesem Umfeld also bestens aufgehoben.

Ich wünsche Ihnen einen schönen und interessanten Aufenthalt in Essen, im Ruhrgebiet – und danke allen herzlich, die dieses 3. Forum d'Avignon Ruhr mittragen. Ich bin sehr gespannt auf die Ergebnisse! Vielen Dank!

JOINTLY BECOME MORE INNOVATIVE

Ute Schäfer, Minister for Family, Children, Youth, Culture and Sport of the State of North Rhine-Westphalia

Welcome to North Rhine-Westphalia, to Essen, to the 3rd Forum d'Avignon Ruhr!

Once again, more than 200 participants came to the European Capital of Culture RUHR.2010 – this year from 19 EU countries, from Kosovo and from Tunisia. Among them are representatives of more than 20 important institutions and networks from the creative industries. I am very pleased with the enormous response and the positive development



of this European creative think tank!

Since the kick-off event in 2012, the Forum d'Avignon Ruhr has become an important platform for the exchange of culture and the economy in Europe.

In 2012, we discussed strategic partnerships between culture and the economy in the digital age. In 2013, the focus was on spillover effects between culture and the economy. And this year it's all about passion, a truly exciting topic.

Passion is the common denominator which helps to even better bring into conversation the fields of art and culture, the economy, science and the media and to encourage interdisciplinary cooperation.

The 3rd Forum d'Avignon Ruhr stands for a European cross-border dialogue in the truest sense of the word.

All of you, ladies and gentlemen, have different experiences and a vast interest and knowledge in the field of creativity. What you all share is the will to assume social responsibility and to actively contribute to change.

Art can be an important driver for change. And I'm sure that at the N.I.C.E. Award ceremony tonight, the award will go to a group of artists or a project meeting exactly these expectations in a very unique way.

I am very pleased that my colleague Minister Garret Duin hands over this award. It represents the aim of the government to create a link between art and culture on the one hand and economy on the other hand.

The nominees – the exhibition of their projects was opened last night at City-Messehalle Essen – represent an impressive European cross-section of interdisciplinary and innovative projects right



Ute Schäfer

Ministerin für Familie, Kinder, Jugend,
Kultur und Sport des Landes Nordrhein-
Westfalen

Minister for Family, Children, Youth,
Culture and Sport of the State of North
Rhine-Westphalia

at the interface of art, the economy, science and urban development.

I'm delighted that the international jury headed by Charles Landry selected four projects from the Ruhr area to go on the shortlist of the ten most innovative projects out of 108 submissions from 22 countries – including the Unperfekthaus of Reinhard Wiesemann right here in this neighbourhood.

This shows that a lot is happening here in the Ruhr area, and that by international comparison we are recognised as a best practice region!

The connection to Europe and the European knowledge transfer remains important for this

region. The added value of knowledge created by the Forum d'Avignon Ruhr is very important. Take the research projects on public cultural funding and economic growth, for instance, launched by ecce and Arts Council England last night – with the participation of renowned scientists from Finland, France, Germany, Italy, the Netherlands, Sweden and the UK.

This year's Forum d'Avignon Ruhr is held in one of our Creative.Quarters, in City Nord.Essen, and thus promises interesting new ideas for the entire event.

The State of North Rhine-Westphalia supports the Creative.Quarters Ruhr as follow-up projects

of the European Capital of Culture RUHR.2010 with one million euros each year. For three years now, artistic interventions have been a driver for the innovative development of such quarters. The Creative.Quarters Ruhr show very clearly just how important art and culture are for social development. You, ladies and gentlemen, are in safe hands at this event, in this neighbourhood.

I wish you all a pleasant and interesting stay here in Essen, in the Ruhr area – and would like to thank you for making the 3rd Forum d'Avignon Ruhr possible. I look forward to the outcome of this event! Thank you.



IMPULSE UND DISKUSSIONEN

IMPULSES AND DISCUSSIONS

IMPULS | KREATIVES EUROPA: ANREIZE FÜR INNOVATION UND KREATIVITÄT SCHAFFEN

Jan Trzuszczński | Generaldirektor für Bildung und Kultur der Europäischen Kommission

Zunächst einmal möchte ich Ihnen danken, dass ich heute vor Ihnen sprechen darf. Das Forum d'Avignon Ruhr hat sich als eine der wichtigsten Labore für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa etabliert. Und das aus gutem Grund: Das Ruhrgebiet präsentiert sich als gelungenes Beispiel dafür, wie Kunst, Kultur und Innovation die Wirtschaft einer Region verändern können, indem sie neue Jobchancen eröffnen und ganz allgemein ihr Image, die Lebensqualität und das Wohlergehen der dort lebenden Menschen stärken. Im Laufe der Jahre hat sich die Kultur- und Kreativwirtschaft zu einem wichtigen Wirtschaftsbereich in der Ruhrmetropole entwickelt. Die Region steht mittlerweile genauso sehr für Kreativität und Innovation wie sie in der Vergangenheit für die Schwerindustrie stand.

Wir in der Europäischen Kommission begrüßen diesen Ansatz sehr, Kultur als Faktor für ökonomische und soziale Entwicklung zu verstehen. Nicht, weil wir glauben, dass dies wichtiger sei als die Grundwerte, die Kunst und Kreativität untermauern. Ganz im Gegenteil: Wir sehen es als nicht widersprüchlich an, beide Aspekte der Kulturwirtschaft zu fördern. Ich möchte gern kurz näher darauf eingehen, wie wir die wirtschaftliche und soziale Rolle der Kultur zu stärken versuchen.

Erlauben Sie mir zunächst darauf hinzuweisen, dass wir schon früh Initiativen wie die Kulturhauptstadt Europas unterstützt haben. Essen ist ein Paradebeispiel dafür, wie ein solcher Titel die Wirtschaft und das Image einer Stadt auf kreative und nachhaltige Art und Weise verändern kann, ganz getreu dem Motto von RUHR.2010: Wandel durch Kultur – Kultur durch Wandel. Mit anderen Worten: Essen hat bewiesen, wie ein solcher Titel ein Katalysator sowohl für mehr Kreativität als auch mehr künstlerische Aktivitäten sein kann. Gleichzeitig ermöglicht er der Kreativwirtschaft, einen größeren Beitrag zum wirtschaftlichen und

gesellschaftlichen Leben beizusteuern.

Diese Vision hat es der Stadt Essen und dem Ruhrgebiet ermöglicht, die Weichen für die Schaffung eines neuen kreativen Ökosystems zu stellen. Ein kreatives Ökosystem bedeutet das Vorhandensein kreativer Menschen, öffentlicher und privater Fördergelder für KünstlerInnen und Kreativschaffende, verfügbarer kreativer Orte, an denen sich unterschiedliche Kunstformen zueinander gesellen und zu neuen Ansätzen inspirieren können und an denen die Kultur- und Kreativwirtschaft als Impulsgeber für Innovationen für breitere Kreise der Wirtschaft und für die Gesellschaft agieren kann.

Genau dies ist auch die Vision, die die Europäische Union mit ihrem Förderprogramm Kreatives Europa verfolgt. Hauptziel des Programms ist es, den kulturellen und audiovisuellen Sektor zu fördern und innovative Ansätze zu entwickeln, damit wir uns an das digitale Zeitalter anpassen und darin erfolgreich sein können.

Das Programm Kreatives Europa beinhaltet eine Reihe an Elementen, die Innovation vorantreiben sollen. Ich möchte mich hier auf vier Beispiele als Teil dieses Programms konzentrieren: Der Schwerpunkt liegt auf Digitalisierung, sektorübergreifenden Innovationen, Maßnahmen zur Erschließung neuer Publikumsschichten sowie neuen Finanzierungsrahmen.

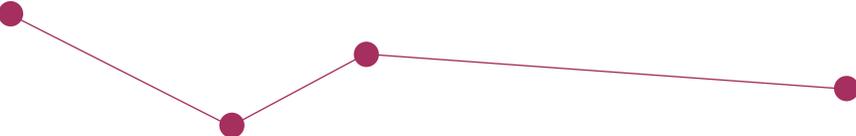
Lassen Sie mich zunächst auf das Thema Innovation eingehen, das Herzblut der Kreativwirtschaft. Das kann ich mit Fug und Recht behaupten, heute und in einem digitalen Umfeld mehr denn je.

Die digitale Technologie entwickelt sich mit großer Geschwindigkeit, und Kreativunternehmen sind immer mindestens einen Schritt voraus, denn sie treiben den Wandel durch die Entwicklung und Bereitstellung von innovativen

Geschäftsmodellen voran; so können sie die Kundenanforderungen auch sektorübergreifend erfüllen. Das schließt auch den Bereich der Kultur mit ein. Das Internet hat die Art und Weise, wie Kunst produziert, verbreitet, vermarktet und zugänglich gemacht wird, stark verändert. Digitale bzw. Online-Tools und Plattformen ermöglichen bisher ungeahnte Möglichkeiten, um Netzwerke zu gründen und verfügbar zu machen. Diese neue, globale Reichweite erhöht noch einmal den potenziellen Beitrag, den die Kultur- und Kreativwirtschaft zum Wirtschaftswachstum, Beschäftigung und zu sozialer Inklusion leisten kann. Das Programm Kreatives Europa will diesen Trend weiter fördern und unterstützt Kulturschaffende, die die Möglichkeiten des digitalen Wandels voll ausschöpfen möchten. Ziel ist es, sicherzustellen, dass Europa weiterhin die besten Arbeitsbedingungen für Kreativschaffende bietet, auch im digitalen Zeitalter.

Bei Innovation geht es jedoch nicht nur um Digitalisierung. Der Rückgang öffentlicher Fördermittel für den Bereich Kunst und die Herausforderungen der Globalisierung haben auch zu einer Diversifikation der Einnahmequellen in der Kultur- und Kreativwirtschaft geführt; hier ist man zunehmend auf private Mittel angewiesen. Innovation bei der Findung neuer Finanzierungsmodelle ist von grundlegender Bedeutung, wenn der Kreativsektor florieren soll.

Daher beinhaltet das Förderprogramm Kreatives Europa auch eine neue Finanzierungsfazilität für die Kultur- und Kreativbranche. Sie soll den Zugang zu Bankkrediten in Form eines Bürgschaftsfonds insbesondere für kleine Kultur- und Kreativbetriebe erleichtern, die den Kern der Branche ausmachen. Das soll die Schwierigkeiten beseitigen, mit denen Kultur- und Kreativschaffende beim Zugang zu Finanzierungen zu kämpfen haben. Außerdem trägt sie dazu bei, dass Kulturschaffende und Banken kooperieren, indem das Bewusstsein



und Verständnis der Finanzbranche für den Kreativsektor und die damit verbundenen Projekte gestärkt wird. Wir hoffen, dass dadurch auch das gegenseitige Vertrauen erhöht wird. Und wir hoffen, dass diese Maßnahmen einen deutlichen Hebeleffekt mit sich bringen und zu Investitionen in den Kreativbereich weit über die Größe des Fonds hinaus führen werden. Die Garantiefazilität soll schrittweise ab 2015 eingeführt werden.

Lassen Sie mich nun auf die Erschließung neuer Publikumsschichten eingehen.

Es ist unvermeidlich, dass der exponentielle Zuwachs des kulturellen Angebots und die größere Auswahl an Zugangsmöglichkeiten zu einem unsteten Publikum führt, das nicht so leicht zu identifizieren und dadurch schwerer zu überzeugen ist. Daher will das Förderprogramm Kreatives Europa den kooperativen Austausch und gemeinsame Projekte unterstützen, die einen zukunftsgerichteten und innovativen Ansatz zur Erschließung neuer Publikumsschichten verfolgen. Es handelt sich dabei um einen neuen Schwerpunkt, der innerhalb des gesamten Programms höchste Priorität haben wird. Es wird einen bestimmten Funktionsbereich für die Erschließung neuer Publikumsschichten und zur Förderung der Filmkompetenz im Teilbereich MEDIA geben. Der Fokus liegt hierbei auf grenzüberschreitenden Kooperationsprojekten in diesem Bereich. Vor diesem Hintergrund halten wir es für besonders wichtig, Partnerschaften zwischen dem öffentlichen und privaten Sektor zu fördern; das betrifft die audiovisuelle Industrie einerseits und den Bildungsbereich andererseits. So könnte zum Beispiel die Industrie zur Einrichtung von Film-AGs in Schulen beitragen. Festivals und Kinos könnten Vorstellungen und Aktionen für Schulen anbieten. Nicht außer Acht gelassen werden sollte auch das Filmmachen speziell für Kinder, um bei dieser Zielgruppe ein Interesse am Film zu wecken, das bis ins Erwachsenenalter anhält.

Letzten Endes soll der sektorübergreifende Teil-

bereich des Förderprogramms Kreatives Europa dabei helfen, innovative Ansätze zwischen und innerhalb der unterschiedlichen künstlerischen Bereiche zu fördern. Dies gelingt durch die Förderung eines länderübergreifenden Austauschs an Erfahrungen und Fachwissen zu neuen Geschäftsmodellen sowie durch das Lernen voneinander und durch Netzwerkaktivitäten zwischen Kulturschaffenden und politischen EntscheidungsträgerInnen.

Aufbauend auf den Ergebnissen des Pilotprojektes der Kommission @diversity, bei dem zwölf innovative Ideen getestet wurden, die kulturelle Inhalte und digitale Technologien miteinander verbinden, will auch das Förderprogramm Kreatives Europa einen Schritt weitergehen und seine Unterstützung ebenfalls für innovative Kooperationsmodelle basierend auf neuen Technologien verstärken.

Meine Damen und Herren,

ich habe mich heute dazu entschlossen, den Schwerpunkt auf Innovation zu legen, einer der Eckpfeiler des Förderprogramms Kreatives Europa. Aber damit ist der Handlungsspielraum der Europäischen Kommission für die Unterstützung der Kultur- und Kreativbranche noch lange nicht erschöpft. Ohne ins Detail gehen zu wollen, möchte ich im Folgenden nur einige wenige Initiativen anderer Programme und Instrumente der Europäischen Union nennen:

Förderung von Innovation durch Design: Die European Design Innovation Platform (EDIP) wurde im März als Teil des Aktionsplans der Kommission für designorientierte Innovationen gestartet, der ein Maßnahmenpaket zur Stärkung der Rolle von Design in der Innovationspolitik zusammenfasst. Förderung von Dienstleistungsinnovation und Clustering: Gezielte Aufforderungen zu clusterunterstützten Projekten für neue industrielle Wertschöpfungsketten und die Messung offener Innovationsinputs und Ergebnisse in kleinen und

mittleren Unternehmen (KMU) wurden im Rahmen von Horizont 2020, dem EU-Rahmenprogramm für Forschung, veröffentlicht.

Zur Unterstützung der Politik für Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) als Teil des EU-Rahmenprogramms für Wettbewerbsfähigkeit und Innovation (Competitiveness and Innovation Framework Programme (CIP), 2007-2013) hat die Kommission einen European Creative Ring of Smart Cities and Regions eingeführt. Dabei handelt es sich um eine neue experimentelle Gemeinschaft, in der kreative Inhalte europaweit ausgetauscht werden.

Gezielte Maßnahmen für die Förderung neuer industrieller Wertschöpfungsketten und den Aufbau der Erlebniswirtschaft sind geplant – im Rahmen von Horizont 2020 und COSME, dem neuen EU-Programm für die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen und insbesondere für KMU.

Innovationspartnerschaften werden im Rahmen von Erasmus+, dem Programm für Bildung, gefördert. Dazu zählt auch die Förderung breit angelegter Partnerschaften (sogenannte Wissensallianzen) mit Hochschulen und Unternehmen sowie Partnerschaften zwischen Einrichtungen für berufliche Aus- und Weiterbildung und Unternehmen (Allianzen für branchenspezifische Fertigkeiten).

Bevor ich zum Ende komme, möchte ich nicht unerwähnt lassen, dass die Kommission einen politischen Dialog mit den EU-Mitgliedstaaten zur Zukunft der europäischen Kulturpolitik verfolgt. Der nächste Arbeitsplan im Kulturbereich – ein mehrjähriges und vollkommen freiwilliges Rahmenprogramm für politische Zusammenarbeit und den Austausch über alle Fragen von gemeinsamem Interesse – soll Ende des Jahres verabschiedet werden. Innovation in der Kultur- und Kreativwirtschaft nimmt hierbei einen zentralen Platz ein. Derzeit wird auf EU-Ebene die Europa 2020-Strategie für Wachstum und Beschäftigung überarbeitet. Vor ein paar Wochen startete eine

öffentliche Konsultation über die Überarbeitung von Europa 2020. Sie ist eine Chance für all diejenigen, die an die Macht von Kultur, Kreativität und Innovation glauben, um ihrer Stimme Gehör zu verleihen und zu den umfassenden Bemühungen zur Sicherung des zukünftigen Wohlstands in Europa beizutragen.

Lassen Sie mich nun zum Schluss kommen.

Der angesehene Kulturökonom David Throsby hat einmal gesagt, dass Kreativität unverzichtbar für die Förderung von Innovation in der Wirtschaft sei. Ich denke, dass wir das alle so unterschreiben können. Kulturbasierte Kreativität ist ein Schlüsselfaktor für Unternehmen und Behörden, die in ihrem Handeln und Denken über den Tellerand hinausschauen wollen. Sie führt zu Produktinnovationen, Markenbildung, neuen Ansätzen für alte Problemstellungen und zu neuen Kommunikationswegen. Gleichzeitig können innovative Ansätze für die Entwicklung neuer Geschäftsideen und Technologien ein wesentlicher Antriebsfaktor für die Förderung kultureller Vielfalt sein.

Das Motto des diesjährigen Forum d'Avignon Ruhr lautet „Innovation ist Leidenschaft“. Kultur ist auch Leidenschaft. Die Förderung von Experimentierfreude und Kreativität sowie Experimentierfreude in der Kreativbranche ist unerlässlich. Auch wenn die Finanzierungsmöglichkeiten für ein kreatives Europa relativ begrenzt sind, glauben wir in der Kommission daran, dass wir damit zumindest eine strukturierende Wirkung auf den Wandel dieser Branche ausüben können: Das zeigt Essen und das zeigt das Ruhrgebiet, wo alle Bürgerinnen und Bürger davon profitieren. Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

IMPULSE | INCENTIVISING INNOVATION AND CREATIVITY. CREATIVE EUROPE MAKES THE CASE

Jan Truszczyński | Director General for Education and Culture of the European Commission

Let me start by thanking you for this opportunity to address you today – the Forum d'Avignon Ruhr is one of the most important European laboratories of ideas for the cultural and creative industries. And with good reason: the Ruhr area is a good example of how art, culture and innovation can transform a region's economy, creating new job opportunities and generally improving its image as well as quality of life and well-being. Over the years, the cultural and creative industries have become an important sector in the economy of the Ruhr Metropolis, making it now a byword for creativity and innovation almost as much as it was for heavy industry in the past.

In the European Commission we very much welcome this type of approach to culture as a factor of economic and social development. Not because we feel that this is more important than the intrinsic values which underpin the arts and creativity. On the contrary, we see no contradiction in promoting both aspects of the cultural industries. Let me briefly explain how we try to encourage the economic and social role of culture.

Let me start by recalling our support for initiatives like the European Capitals of Culture. Essen is a prime example of how the title can contribute to transform a city's economy as well as its image in a creative and sustainable way, true to the RUHR.2010 motto: Change through Culture – Culture through Change. In other words, Essen has shown how the title can be a catalyst both for more creativity and artistic activity, and simultaneously, for a greater contribution of the creative industries to economic and civic life.

This vision has enabled Essen and the Ruhr area to put in place the conditions for emergence of new creative eco-systems. A creative eco-system means having in place creative people; supportive public and private funding for

artists and creators; available creative places where different art forms can rub shoulders and stimulate new approaches; and where the cultural and creative sectors act as catalysts for innovation in the wider economy and society.

This is precisely the vision that the European Union wants to promote with the Creative Europe programme. The core objectives of the programme have been framed around the need to support our cultural and audio-visual sectors to develop innovative approaches in order to adapt to and prosper in the digital age.

Creative Europe includes a number of elements which will help to foster innovation. I would like to focus on four examples of innovation in Creative Europe: the focus on digitisation; cross-sectoral innovation; actions to support audience development; and the new Financial Guarantee Facility.

First, innovation, which is the lifeblood of the creative economy, this is truer than ever in the digital environment.

Today, digital technology is developing fast and creative companies are ahead of the game, driving change by developing and delivering innovative business models to meet consumer demand across all sectors, culture included. The internet has greatly changed the way art is produced, disseminated, marketed and accessed. Digital and online tools and platforms offer unprecedented opportunities to create new works and to make them available – this new global reach further strengthens the potential contribution of the cultural and creative sectors to growth, job creation and social inclusion. Creative Europe aims to support this trend by supporting cultural professionals who wish to take full advantage of the opportunities offered by the digital shift. The objective is to help ensuring that Europe continues to be the best place for creators to work, also in the digital era.

But innovation is not just about digitalisation. The decrease in public funding for the arts and the challenges of globalisation have also obliged the cultural and creative sectors to diversify their sources of revenues, including by relying more and more on private funding. Innovation in funding models is essential if creative sectors are to thrive.

This is why Creative Europe also includes a brand new cultural and creative sector financial facility. It will provide funding for guarantees for bank loans, in particular to the small cultural and creative operators which are the heart and soul of the sector. This will help to address the difficulties that cultural and creative operators face in accessing finance, and it will contribute to reinforcing the capacity of cultural operators and banks to work together, by improving the financial sector's knowledge of creative industries and their projects, and hopefully by contributing to increase mutual confidence. We hope that it will have a strong leveraging effect, stimulating a level of investment in creativity well above the size of the fund itself.

The Financial Guarantee Facility is scheduled to progressively enter into force from 2015 onwards.

Let me now turn to audience development. Inevitably, the exponential increase in the cultural offer, and the wider choice of means of accessing it, makes audiences more fickle, harder to identify and harder to win over. Therefore, Creative Europe will support cooperative exchanges and projects which explore forward-looking and innovative approaches to audience development. This is a new focus and will be a key priority throughout the whole programme. There will be a specific action line dedicated to audience development and film literacy under the MEDIA strand of the programme, focussing on cross-border cooperation projects in this field. In this context we consider it essential to encourage

public-private partnerships that include the audiovisual industry on the one hand, and the educational sector on the other. For instance, the industry could help to set up film clubs in schools. Festivals and cinemas could offer screenings and activities for schools and we should not forget the creation of films towards children, capable of moulding an interest in films which will last into their adult life.

Last but not least, Creative Europe's cross-sectoral strand will help to nurture innovative approaches between and across different artistic sectors. It will do so by supporting the trans-national exchange of experiences and know-how on new business models, as well as peer-learning and networking activities among cultural operators and policy makers.

Building upon the results of the pilot project @diversity, implemented by the Commission, which tested twelve innovative ideas linking cultural content and digital technologies, the Creative Europe programme intends to go one step further and strengthen its support to innovative models of cooperation in this way, based on new technologies.

Ladies and gentlemen,
Today, I have chosen to focus on innovation in the Creative Europe programme. But of course the scope of the Commission's action to support innovation in the cultural and creative sectors is much broader. Without going into details, please let me just mention a few initiatives in other EU programmes and instruments:

Encouraging innovation through design: the European Design Innovation Platform (EDIP) was launched in March as a part of the Commission's Action Plan for design-driven innovation which proposed a set of actions to enhance the role of design in innovation policy.

Encouraging service innovation and clustering:

dedicated calls on cluster facilitated projects for new industrial chains and measuring open innovation inputs and outcomes in small and medium-sized enterprises (SME) have been published under Horizon 2020, the European Union's massive framework programme for research.

Under the Information and Communication Technologies (ICT) Policy Support strand of the EU Competitiveness and Innovation Framework Programme (CIP, 2007-2013), the Commission has set up a European Creative Ring of Smart Cities and Regions, a new experimental community for sharing creative contents all across Europe.

Targeted actions are planned to support the emergence of new industrial value chains and the development of the experience economy – under Horizon 2020 and COSME, the European Union's new programme for Competitiveness of Enterprises, in particular SMEs.

Partnerships for innovation will be promoted under Erasmus+, the education programme: this includes support to large-scale partnerships (so-called Knowledge Alliances) between higher education and businesses; and partnerships between vocational education and training and businesses (Sectoral Skills Alliances).

Before closing, I should mention also that the Commission is pursuing a political dialogue with the EU member states on the future EU cultural policy. The next Work Plan for Culture – a multiannual and fully voluntary framework for policy cooperation and exchange on issues of common interest – should be adopted by the end of this year. Innovation in the cultural and creative sectors should figure prominently in this plan.

And finally, at EU level, work is underway on the review of the Europe 2020 strategy for growth and jobs. A public consultation on the review of Europe 2020 was launched a few weeks ago: this is an opportunity for all those who believe in

the power of culture, creativity and innovation to contribute to the broader effort to secure Europe's future prosperity to make their voice heard.

To conclude...

The respected cultural economist David Throsby said that "creativity is indispensable for the promotion of innovation within the economic sectors"; I believe that we can all subscribe to that. Culture-based creativity is a key stimulus for businesses and public authorities that want to think and act out of the box. It contributes to product innovation, to branding, to new approaches to old problems and to new ways of communicating. At the same time, innovative approaches drawn from business and technological development can be powerful drivers for strengthening cultural diversity.

The leitmotif of this year's Forum d'Avignon Ruhr is "Innovation is Passion". Culture is passion, too. Supporting experimentation and creativity and experimentation in the creative industries is essential: even if the funding for Creative Europe is relatively limited, in the Commission we believe that it will have a structuring effect in driving change in the sector, from which as Essen and the Ruhr area can demonstrate, all citizens can benefit.

Thank you for your attention.

Jan Trzuszczński

Generaldirektor für Bildung und Kultur der Europäischen Kommission. Zuvor Verhandlungsführer Polens vor dessen Beitritt zur Europäischen Union und anschließend als Botschafter in Brüssel tätig. Mitglied der Europäischen Kommission seit 2007, dort ursprünglich als stellvertretender Generaldirektor zuständig für Erweiterungsstrategien und Kommunikation.

Director General for Education and Culture of the European Commission. Before, he was Poland's chief negotiator during European Union accession talks and then ambassador in Brussels. Member of the European Commission since 2007, originally as Deputy Director General for Expansion Strategies and Communication.



Prof. Lutz Engelke

Gründer von TRIAD Berlin, realisiert in Berlin und einer Dependence in Shanghai weltweit neue Formate und transformiert dabei Räume und Prozesse im Grenzgebiet zwischen Wissenschaft, Kunst und Wirtschaft. Sein Credo lautet: Mehr Fantasie wagen.

Founder of TRIAD Berlin, realises new formats worldwide in Berlin and a branch in Shanghai and transforms spaces and processes in the border area between science, art and business. His credo is: Dare to imagine more.

Dr. Hans-Dietrich Reckhaus

Geschäftsführer der Reckhaus GmbH & Co. KG aus Bielefeld und als solcher zusammen mit dem Schweizer Atelier für Sonderaufgaben verantwortlich für die wohl aufsehenerregendste gemeinsam mit Künstlern entwickelte Unternehmensstrategie der letzten Jahre.

CEO of Reckhaus GmbH & Co. KG in Bielefeld and together with "Atelier für Sonderaufgaben" in Switzerland responsible for the probably most spectacular business strategy in the past years that was developed in cooperation with artists.

Moderator: Dr. Michael Köhler

Freiberuflicher Journalist, unter anderem für den WDR im Bereich Kultur und Politik und für den Deutschlandfunk. Promovierte in Germanistik und Philosophie und unterrichtet praktische Medienwissenschaft.

Host: Dr. Michael Köhler

Freelance journalist for the WDR (West German Broadcasting), department of culture and politics, Deutschlandfunk and others. Holds a doctorate in German Studies and Philosophy and teaches Practical Media Studies.

DISKUSSION | DIE VIELFALT DER LEIDENSCHAFT

Leidenschaft kann ein, wenn nicht der entscheidende Treiber für Erfolg sein, und das in jeglicher Beziehung. Aber sie ist vielfältig und nicht immer direkt und einfach zu erkennen. Und das gilt im Bereich der Unternehmen wie im Bereich der Künste: Wie genau Leidenschaft Menschen zu außergewöhnlichen Taten antreibt, das ist nur schwer zu fassen. Gleichzeitig ist Leidenschaft „kulturelles Phänomen und immaterielle Ressource“ (Prof. Dieter Gorny). Aber wie sich dem nähern?

Beim ersten Panel des Forums stellen die einzelnen DiskussionsteilnehmerInnen zunächst ihre persönlichen Motivationen und Antriebsenergien für Kreativität vor. Für Dr. Joana Breidenbach stammt ihre Energie aus dem Willen, Missstände anzugehen, um eine Art „eBay für Hilfe“ zu schaffen: „Ich habe für die Idee gebrannt und mich jeden Morgen auf den Job gefreut.“ Eine ebenso wichtige Rolle habe bei ihr aber auch ein gewisser Druck gespielt, welcher der Begeisterung eine Eigendynamik verliehen habe. „Wir wollten die schnellen AnlegerInnen“, so Breidenbach. „Also mussten auch wir schnell sein.“ Neben dem eigenen, individuellen Begehren sind also auch das Objekt desselben und eine gemeinsame, geteilte Geschwindigkeit von Belang.

Wie Leidenschaft als Soft Skill in der Lage ist, strukturelle Hindernisse zu überwinden, zeigt auch das Beispiel von Davide Martello. „Meine Liebe gehörte schon immer der Musik und den Frauen“, erörtert der Pianist und Reisende. „Aber auf dem Taksim-Platz habe ich zunächst vor allem logisch gedacht, als ich diesen Ort sah und mir genau dort mich am Flügel vorstellte – und den Schock der Polizisten.“ Danach war es dann kein weiter Weg mehr zur Umsetzung und zu Martellos ganz eigenem Beitrag zu einer wichti-

gen Bewegung der letzten Jahre.

Kann also Leidenschaft wie die von KünstlerInnen als eine Ressource genutzt werden und sogar wirtschaftliche Auswirkungen entfalten? Dass dies geht, zeigt ein originelles Beispiel von Dr. Hans-Dietrich Reckhaus, dessen Firma im Bereich der Schädlingsbekämpfung arbeitet. Als es darum ging, zusammen mit den Gebrüdern Riklin vom Schweizer Atelier für Sonderaufgaben für ein positiveres Image der Firma zu sorgen, waren diese aus moralischen Gründen zunächst nicht begeistert, kamen aber nach einiger Zeit mit einer Idee auf Reckhaus zurück: Wenn sich die Firma in ausreichendem Maße dafür einsetzte, dass Insekten andernorts gerettet würden, wäre allen Seiten, Kunst wie Moral wie Unternehmertum, Genüge getan. Also zog man zusammen in ein Dorf der Umgebung und überredete einen Großteil der Bevölkerung, Fliegen zu retten. Als Krönung, so Reckhaus, habe man letztlich einer der Fliegen – „Sie hieß Erika“ – einen Wellness-Urlaub in einem Fünfsternehotel gegönnt. „Nun steht sie präpariert in einem Museum in der Schweiz“, schließt der Unternehmer seine Geschichte, „und meine Firma hat das erste ökologisch neutrale Bekämpfungsprodukt der Welt auf den Markt gebracht.“

Das Motiv des sozialen, politischen und/oder moralisch-ökologischen Engagements scheint also eine starke Triebfeder zu sein, zumindest für die rationale Erklärung von Ausbrüchen einer leidenschaftlichen, aber durchaus auch geplanten und logischen Tat. Und natürlich spielt bei manchen Aktionen die Aussicht auf Ruhm und Gewinn ebenfalls keine untergeordnete Rolle. All dies sind Faktoren, die der sprichwörtlichen intrinsischen Motivation oft Dynamik verleihen. Aber es geht nicht ausschließlich um diese psychologisch-personalisierte Komponente des Soft Skills Leidenschaft, wie Prof. Christian Höppner ausführte: „Auch und gerade demokratisch legitimierte Organisationen wie auch ehrenamtlich

Tätige müssen es schaffen können, Lust und Neugierde auf das andere, das Unbekannte zu wecken.“ Denn als strukturelle Fähigkeit, Hindernisse zu überwinden, kann der Soft Skill Leidenschaft auch eine institutionelle Kapazität sein, das heißt ein starker Impulsgeber für Innovationen im Bereich zum Beispiel der Unternehmens- oder Stiftungskultur, für den Aufbruch in bis dato unerschlossene Gefilde.

„Was also sind optimale Rahmenbedingungen, um Leidenschaft als kulturelle Ressource zu stärken?“, fragt Moderator Dr. Michael Köhler. Höppner antwortet, grundsätzlich müssten erst einmal die eigenen kulturellen Schätze geschützt werden, um sie dann auch nutzen zu können. Und er nennt als Beispiel das umstrittene Freihandelsabkommen zwischen Europa und den Vereinigten Staaten. „Zwischen Sonntagsreden und Montagsdemonstration“ dürfe das schützenswerte Gut Kultur nicht verloren gehen: „Wenn die USA es schaffen, den Bereich Innere Sicherheit aus dem Abkommen auszuklammern, dann sollte es Europa gelingen, eine Ausnahme für kulturelle Güter zu erwirken.“

Das ist dem Moderator zu defensiv und er hakt nach: „Wie können wir die Bereitschaft, Innovationen zu ermöglichen, in der Gesellschaft stärken?“ Dr. Joana Breidenbach fordert, man müsse eine quasi natürliche Umgebung schaffen, in der Leidenschaft gelebt werden kann. Einmal angestoßen, füttert sie sich dann oft selbst, weil es ausreichend intrinsische Motivation gibt. An den richtigen Stellen sind also Anstöße zu geben, ist Starthilfe zu gewährleisten. Aber wo sind diese Stellen zu finden? Prof. Lutz Engelke benennt hier vor allem einen Typus Mensch, den es braucht: „Menschen, die man vor eine weiße Wand stellt, und die dann nur eine weiße Wand sehen, die braucht es genau nicht. Natürlich sind Wissen, Bildung, Handwerk und Ausdauer wichtig. Aber es braucht vor allem und bestenfalls eine ge-

fährliche Mischung von Menschen, die sich nicht scheuen, weite Wege zu gehen, im Zweifel bis nach Brüssel.“ Und Engelke nimmt sich dabei selbst nicht aus: „Ich bin ein Störer und Provokateur.“

Sind das alle Bestandteile des Skill-Sets Leidenschaft: Ausdauer und Inspiration? Und wo sind deren Grenzen, woran kann es bei aller Leidenschaft und Kreativität mangeln? Prof. Lutz Engelke nennt monetäre Defizite und Schwierigkeiten bei der Übertragbarkeit von kreativen Erfolgsmodellen auf andere Kulturen. „Leidenschaft lässt sich eben nicht gern formatieren“, schließt Prof. Christian Höppner an. Und umgekehrt gebe es viel angstbasiertes Handeln in vielen gesellschaftlichen Institutionen. Ein regelrechter „Formatierungswahn“ herrsche dort oft, der kein guter Partner für Leidenschaft und somit für Innovationsfähigkeit sei, so Höppner. Oft würden die Unterschiede betont, stimmt Dr. Joana Breidenbach zu, dabei gebe es viele gemeinsame Antriebskräfte bei den AkteurlInnen aus den Bereichen Kunst, Wirtschaft und Politik. Dr. Hans-Dietrich Reckhaus verweist in diesem Zusammenhang auf eigene Erfahrungen in der Personalführung, aber auch mit FreiberuflerInnen: „20 von 25 Menschen sind sich unschlüssig, bis der Auftrag, die Aufgabe endlich da ist. Oft kommen Leidenschaft und echte Inspiration dann erst.“ Was kann getan werden, um dies zu ändern, neben aktuellstem technischem Equipment und einem Intelligenz und Kreativität gegenüber freundlichen Klima? Prof. Lutz Engelke nennt drei notwendige Eckpunkte: innovationsfreundliche Strukturen in Unternehmen wie in der Ausbildung, Menschen, die Werte vertreten und danach Entscheidungen treffen, auch personelle, und die Notwendigkeit, die Industrie mit in diesen Dialog zu holen, um nachhaltig und in der Breite leidenschafts- wie innovationsfähig zu werden.

Dass Leidenschaft Grenzen überwinden kann und

muss, wird in diesem Zusammenhang am Ende des Panels noch einmal mit anderer Gewichtung betont. Prof. Christian Höppner mahnt, nicht immer nur die Risiken, sondern auch wieder die Chancen der Digitalisierung zu erkennen: „Transkultureller Dialog ist unbedingt wichtig, gerade in einem und gegen ein Klima der Angst.“ Prof. Lutz Engelke unterstreicht dies und verweist auf den besonderen Geist, der sich nur im transnationalen Dialog wirklich zeige: „Man muss für die Freiheit kämpfen, auch naiv sein zu dürfen, und dabei den Austausch zwischen den europäischen Denktraditionen lebendig halten!“ Die vielfältigen Kompetenzen und Fähigkeiten von Leidenschaft befeuern also ebenso die Innovationskraft von ganz Europa, beispielhaft verwirklicht beim Forum d'Avignon Ruhr.

DISCUSSION | THE DIVERSITY OF PASSION

Passion can be a, if not the, decisive driving force for success in every respect. Yet it is diverse and cannot always be recognised directly and immediately. This is true for businesses and the arts alike: It is difficult to grasp exactly how passion drives people to do extraordinary things. At the same time, passion is a “cultural phenomenon and immaterial resource” (Prof. Dieter Gorny). But how should you approach this topic?

At the first panel of the Forum, the individual panellists first present their personal motivation and drivers for creativity. Dr. Joana Breidenbach draws her energy from her motivation to change things actively in order to create some sort of “eBay for help”: “I was enthusiastic about the idea and was looking forward to going to work every morning.” Just as important for her was

a certain amount of pressure which gave new momentum to her enthusiasm. “We were aiming at the quick investors,” explains Breidenbach. “So we had to be quick ourselves.” Apart from one’s own, personal motivation, other factors such as the object of desire and a commonly shared pace are also just as important.

Furthermore, passion can also act as a soft skill to overcome structural obstacles, as the example of Davide Martello shows. “I have always loved music and women,” admits the pianist and traveller. “But at Taksim Square, I just followed a logical thought when I first saw this place, imagining myself at the piano, right there – and the shock in the eyes of the police.” After that, it didn’t take long to implement his idea for Martello to give his very own contribution to an important movement of the past years.

So, can passion of artists be used as some kind of resource to achieve an impact on the economy? The original example of Dr. Hans-Dietrich Reckhaus shows that this is indeed possible: His company is engaged in the field of insect control. When he wanted to improve the image of his company with the help of the Riklin brothers of “Atelier für Sonderaufgaben” in Switzerland, the latter two were not too excited about the project for moral reasons. After a while, however, they came up with an idea: If Reckhaus’ company were sufficiently committed to save insects elsewhere, all factors involved – art, moral and entrepreneurship – would be satisfied. So they went to a village nearby and convinced the majority of the population to save flies. The icing on the cake, explains Reckhaus, was to send one of the flies – “Her name was Erika” – on a wellness retreat in a five-star hotel. “She was stuffed and exhibited in a museum in Switzerland,” concludes the entrepreneur his story. “And my company has launched the world’s first ecologically neutral insect control product.”

Moderator: Paul Owens

Mitbegründer und Geschäftsführer von BOP Consulting, London, und Experte für Stadt- und Wirtschaftsentwicklung. Neben der Arbeit für unter anderem die Europäische Kommission, NESTA und das British Film Institute engagiert er sich für zum Beispiel das Video College in West London und Alchemy World in Ostafrika.

Host: Paul Owens

Co-founder and Managing Director of BOP Consulting, London, and an expert for urban and economic development. He works for the European Commission, NESTA and the British Film Institute, to name just a few, and is committed to e. g. the Video College in West London and Alchemy World in East Africa.

Moderatorin: Isabelle Schwarz

Leiterin der Abteilung Advocacy, Research and Development der European Cultural Foundation in Amsterdam. Vorher Zusammenarbeit mit unter anderem der World Commission on Culture and Development der UN und UNESCO und dem Europarat.

Host: Isabelle Schwarz

Head of Advocacy, Research and Development at the European Cultural Foundation in Amsterdam. Previously and among others, she worked with the World Commission on Culture and Development (UN and UNESCO) and the Council of Europe.



Thus, the motif behind the social, political and/or moral-ecological commitment also seems a powerful driving force, at least for a rational explanation of the occurrence of passionate but also planned and logical actions. And of course, some actions also play an important role in gaining fame and profit. All those factors often give new momentum to the proverbial intrinsic motivation. Yet it is not always about the psychological-personal component of passion as a soft skill exclusively, explains Prof. Christian Höppner: "It's also and not least democratically legitimated organisations and voluntary workers who must arouse interest and curiosity for something else, something unknown." Passion as a soft skill is also a structural skill to overcome obstacles and an institutional capacity as well; a powerful driver for innovation in the fields of corporate or foundation culture, for instance, to conquer undeveloped areas.

"So what are the ideal framework conditions to strengthen passion as a cultural resource?" asks Dr. Michael Köhler, the panel host. Höppner argues that you have to protect the treasures you already have, giving the example of the fiercely discussed Free Trade Agreement between Europe and the USA. Culture is a good worth protecting, and it must not get lost "between Sunday sermons and Monday demonstrations": "If the USA manage to exclude internal security from the agreement, Europe should also manage to exclude cultural goods."

The host finds this too defensive and digs a little deeper: "How can we increase the readiness to enable innovations in society?" Dr. Joana Breidenbach demands a quasi-natural requirement where passion can be practised. Once that's done, passion can feed itself, since there is enough intrinsic motivation present. So it's important to give incentives at the right places to ensure for some initial aid. But where can you

Dr. Joana Breidenbach

Doktorin der Kulturanthropologie und Gründerin von betterplace.org und dem [betterplace lab](http://betterplace.org) aus Berlin. Expertin für die kulturellen Konsequenzen der globalen Trends Globalisierung, Migration und Tourismus.

Doctor of Cultural Anthropology and founder of betterplace.org and [betterplace lab](http://betterplace.org) from Berlin. Expert for the cultural consequences of the global trends of globalisation, migration and tourism.

Davide Martello

Straßenmusiker und Piano-Aktivist aus Konstanz. Weltbekannt für seine Auftritte an Orten politischer Unruhen wie im Mai 2013 in Istanbul und im April 2014 in Kiew.

Street musician and piano activist from Constance, Germany. World-famous for his performances amidst political conflicts (Istanbul in May 2013 and Kiev in April 2014).

Prof. Christian Höppner

Präsident des Deutschen Kulturrates, Cellist und Dirigent aus Berlin. Träger des Bundesverdienstkreuzes, zudem Musikpädagoge und Generalsekretär des Deutschen Musikrates.

President of Deutscher Kulturrat (German Cultural Council), cellist and conductor from Berlin. Holder of the Bundesverdienstkreuz (Order of Merit of the Federal Republic of Germany), music teacher and Secretary General of Deutscher Musikrat (German Music Council).



find such places? Prof. Lutz Engelke talks mainly about a certain type of people that is needed: "What we don't need are people who are placed in front of a white wall and who will see nothing but a white wall. Of course, know-how, education, skills and stamina are important. But what we need, above all, is a dangerous mix of people who are not afraid to travel long distances, even all the way to Brussels, if necessary." Engelke himself is not an exception: "I am a troublemaker and provocateur."

Are stamina and inspiration parts of the skill-set passion? What are the limits, where can there be a lack of creativity, despite all the passion there is? Prof. Lutz Engelke mentions monetary deficits and difficulties in transferring creative success models to other cultures. "Passion is not easily formatted," agrees Prof. Christian Höppner. On the other hand, social institutions are afraid to act. They are often dominated by a downright "formatting mania", which does not partner well with passion and innovation, says Höppner. In many cases, the focus is on the differences, agrees Dr. Joana Breidenbach, yet the fields of art, trade and politics share so many common drivers. In this context, Dr. Hans-Dietrich Reckhaus refers to his own experience in personnel management and with freelancers: "20 in 25 persons are hesitant until they receive a contract, an assignment. Only then they start to develop passion and true inspiration." What can we do to change this, in addition to state-of-the-art technological equipment and an environment that is open to intelligence and creativity? Prof. Lutz Engelke names three facts that are essential: innovation-friendly structures in companies and during vocational training, people representing values and making decisions, even personal ones, based on that, and the necessity to include the industry into this dialogue to become capable of passion and innovation in a sustainable and far-reaching way.

Against this backdrop, the fact that passion can and has to overcome boundaries is mentioned once more at the end of the panel, yet with a different emphasis. Prof. Christian Höppner reminds the audience to not only see the risks but also the opportunities of digitalisation: "A transcultural dialogue is vitally important, especially in an environment of fear." Prof. Lutz Engelke underlines this statement and refers to the very unique spirit that can only be truly seen in a transnational dialogue: "You have to fight for your freedom and the right to be naive, keeping the exchange of European traditions of thought alive!" The diverse competences and skills of passion can also fuel the innovative strength of all of Europe, as shows the example of the Forum d'Avignon Ruhr.



IMPULS | TRÄUMEN ALS LEIDENSCHAFT

Stephan Grünewald beginnt seinen Vortrag mit einer Kritik: Auf dem Weg von der Idee zur Innovation müssen Leidenschaften gefördert werden, um aus Träumen Realitäten zu machen. Aber das gesellschaftliche Klima in Europa ermöglicht diese Umwandlung nicht ausreichend und erweist sich in vielen Fällen als „Innovationskiller“. Unter dem permanenten Druck der Gegenwart und eingeschnürt von einem Effizienzdictat, das von einem Messbarkeitswahn flankiert wird, erleben die Menschen ihre Welt als ein Hamsterrad, ihr Leben als automatische Betriebsamkeit. Wie soll so der Blick für mögliche, neue Zukünfte erhalten bleiben, wie sollen Freiräume geschaffen werden, in denen neue Ideen und wichtige Innovationen entstehen? Zudem werde ein Ausstieg aus dem Hamsterrad gesellschaftlich negativ sanktioniert, analysiert Grünewald die gesellschaftliche Grundstimmung weiter. Ängste und Unsicherheit lauern auf jedwede Person, die sich den alltäglichen gesellschaftlichen Automatismen entzieht, um überhaupt auf andere Gedanken zu kommen. Aber selbst im Rahmen des Funktionierens bilden sich merkwürdige Phänomene heraus, die ihre Ursache vor allem in der allgegenwärtigen Fragmentierung von Arbeit haben. So ist anstelle eines Werkstolzes in der Regel ein Erschöpfungsstolz getreten, den Grünewald in typischen Sätzen wie diesem findet: „Wow, bin ich platt! Ich muss richtig produktiv gewesen sein.“

Aber dem ist eben nicht wirklich so, schon gar nicht im Sinne einer innovativen Produktivität. Und mit einer vorherigen Leidenschaft hat dieser anschließende, aber irgendwie auch permanente Erschöpfungszustand ebenso wenig zu tun. Grünewald konstatiert eine „Erschöpfungskonkurrenz“ und tadelt den Zeitgeist: „Burnout klingt wie eine moderne Tapferkeitsmedaille.“ In diesem Sinne kommt er zu einer ersten Forderung, die er

wie folgt betitelt: „Warum Europa neu träumen muss.“ Grünewalds These: Wenn es aufgrund der gesellschaftlichen Rahmenbedingungen unerhört schwierig ist, sich seine eigenen Träume zu machen, eine „ästhetische Narrenfreiheit“ zu bewahren, dann müssen Visionen und Zustände des Träumens womöglich aktiv herbeigeführt, Rahmenbedingungen für das Träumen geschaffen werden. Denn: Das Träumen konterkariert die Betriebsblindheit des Tages. QuerdenkerInnen und InnovatorInnen benötigen noch mehr als andere Menschen gelegentlich einen freien Kopf, um neue Gedanken fassen zu können – und dies zunächst durchaus unet und eben keiner klaren Logik unterworfen. Denn ein kreativer Mensch muss sich auf Träume einlassen können, darf sie nicht zu früh in Schablonen pressen, muss eine gewisse Unruhe und Unsicherheit aushalten können, die der durchfunktionalisierte Alltag nicht zulässt. „Kreativität beinhaltet auch die Leidens-Seite von Leidenschaft“, betont Grünewald.

Es müssen also unverplante Zeiten, „Dehnungsfugen“ zeitlicher wie räumlicher Art, geistige wie emotionale Freiräume her, für die Gesellschaft allgemein, aber besonders für die kreative Klasse, für die Kultur- und Innovationsschaffenden. „Von Zeit zu Zeit und am besten täglich müssen Menschen von der unmittelbaren Performance entbunden werden“, fordert Grünewald. „Leider aber ist die freie Zeit heutzutage auch heillos überprogrammiert. Die Menschen haben nicht einmal mehr Zeit, sich unglücklich zu verlieben.“ Woher soll dann tiefe Leidenschaft kommen? Wo sind die Kräfte hin, die aus den eigenen Träumen und Visionen stammen? Kreativen Menschen müsse mehr Selbstauseinandersetzung ermöglicht werden, verlangt Grünewald. „Der natürliche Rhythmus von Innehalten und Betriebsamkeit muss wiederhergestellt, die Gesellschaft den Traummaschinen entrissen werden.“ Stephan Grünewald weiß, dass das schwierig wird, aber er weiß auch um die Notwendigkeit von ureigenen

Träumen und Wünschen, die erst Leidenschaften und große Taten befeuern. Und er hat am Ende auch einen ganz praktischen kleinen Vorschlag für die ZuhörerInnen mitgebracht: „Mehr Mittagsschlaf wagen!“

IMPULSE | DREAMING AS PASSION

Stephan Grünewald starts his presentation with a critical comment: You have to encourage passion all the way from the idea to an innovation to make dreams a reality. Yet, the social climate in Europe does not offer enough opportunities, and in many cases it even is an “innovation killer”. Under the permanent pressure of the presence and constricted by a dictate of efficiency flanked by some sort of evaluation mania, people feel caught in a treadmill of life. How can you then enable a perspective for a possible new future; create freedom for new ideas and important innovations? Stepping off the treadmill will be followed by a social penalty, Grünewald continues to analyse the general mood of society. Fears and insecurities lie in wait for anybody escaping the everyday automatisms of society, to take their minds off things. But even if everything goes as planned, strange phenomena evolve – mainly from an omnipresent fragmentation of work. So instead of being proud of your work you’re rather proud of your exhaustion. Grünewald underlines his comment with a typical sentence you hear every day: “Jeez, I’m knackered! I must have been really productive.”

But this is not entirely correct, let alone when it comes to innovative productivity. And this somehow permanent exhaustion you feel after completing a task has nothing to do with that

kind of passion you feel before you start your work. Grünewald identifies a “competition of exhaustion”, scolding the zeitgeist: “Having a burnout is like receiving some kind of modern medal for bravery.” This leads to his first demand entitled: “Why Europe has to dream new dreams.” Grünewald’s thesis: If social frameworks make it enormously difficult for people to have their own dreams – to enjoy a certain “aesthetic freedom” – the visions and states of dreams will probably have to be actively created; you will need to develop framework conditions for dreaming. Because dreaming is an antidote to everyday tunnel vision. More than anybody else, unconventional thinkers and innovators need a clear mind every now and then to think new thoughts – this, however, is rather unpredictable and does not correspond to any clear logic. Because a creative mind needs to be open to dreams, must not be deformed too easily, must bear a certain amount of anxiousness and insecurity; all this is not possible in the fully functionalised daily grind. “Creativity also entails some suffering, the actual meaning of the Latin word ‘passion’,” Grünewald points out.

What society, and the creative class in particular, cultural and innovation creators, need is unplanned free time, “temporal space”, as well as mental and emotional freedom. “From time to time, every day at best, people must be freed from a direct performance”, Grünewald demands. “Unfortunately, however, free time is hopelessly over-programmed nowadays. People don’t even have time to be lovesick.” So how can deeply felt passion be possible? Where are those forces coming from one’s own dreams and visions? Creative people need more opportunities to come to terms with themselves, demands Grünewald. “The natural rhythm of stagnation and activity needs to be restored; people must be snatched away from society’s dream machines.” Stephan Grünewald knows that this is going to be difficult,

but he also knows how important one’s very own dreams and desires are; as they are the breeding ground for passion and great deeds. At the end of his presentation he gives the audience a very practical advice: “Take more naps!”



Stephan Grünewald

Mitbegründer und Geschäftsführer des rheingold-Institutes, Köln. Diplom-Psychologe und Bestsellerautor (unter anderem: „Die erschöpfte Gesellschaft“). Therapeut in analytischer Tiefenbehandlung und ist außerdem passionierter Pianist.

Co-founder and Managing Director of Rheingold Institute in Cologne. A certified psychologist and best-selling author of, among others, “Die erschöpfte Gesellschaft” (The Exhausted Society). He also has training in analytical intensive therapy and is an enthusiastic pianist in his own right.



DISKUSSION | ÜBER DIE EVALUIERBARKEIT VON KREATIVITÄT

Wo Leidenschaft und Innovationsfreude agieren, wo immaterielle Ressourcen produktiv sind, ist es nicht leicht, Erfolge konkret zu messen. Dennoch sind gerade bei Maßnahmen wie dem EU-Rahmenprogramm zur Förderung von Forschung und Innovation (Horizont 2020) Evaluationen wichtig. Aber wie misst man Fortschritte, gerade wenn unterschiedliche Regionen, verschiedene Ausgangslagen und Ziele eine Vergleichbarkeit unmöglich zu machen scheinen? Hängt die Geschwindigkeit eines Erneuerungsprozesses vor allem von der öffentlichen Akzeptanz eines Projektes ab – wie es der Generaldirektor des Joint Research Centre, Vladimír Šucha, in „Public engagement as an integral part of the innovation ecosystem“ hervorhob? Und wie ist Innovation auch qualitativ – statt wie bisher üblich nur quantitativ – messbar? Gibt es gar einen „Messbarkeitswahn“ in der Europäischen Union, wie Moderator Paul Owens zu Beginn des zweiten Panels provokativ fragt?

Rasmus Wiinstedt Tscherning bricht das Thema auf eine klare erste Einsicht herunter: „Politik basiert meist auf einer Einigung auf Belegbares. Wie ganze Industriezweige aber inspiriert und mit neuen Werten versehen werden, das kommt jeweils auf den Einzelfall an.“ Dorota Węziak-Białowska streitet – ihm beipflichtend – nicht die Wichtigkeit von Bruttosozialprodukten ab, weist aber auf die Wirkungsmacht von neuen Ideen hin. Sie nennt den Global Innovation Index (GII) als Beispiel für eine in der Breite akzeptierte, teils auch qualitativ funktionierende Methode, Innovation und Kreativität zu evaluieren. „Das Institute of Cultural Capital ist klar antinumerisch eingestellt“, bringt Dr. Beatriz Garcia ihr eigenes Institut in die Debatte ein. „Qualität ergibt sich oft

aus einer ganz eigenen Magie eines Ortes, daher betrachten wir kulturelle wie soziale und ökonomische Aspekte eines Wandels über einen längeren Zeitraum und finden jedes Mal ganz andere Geheimnisse für Erfolge. Diese Geheimnisse stecken meistens in den Fußnoten und Anhängen. Dorthin muss man schauen!“ Der Zufallsfund, die Serendipität, ist hier der entscheidende Faktor auf dem Weg zu Innovation und Veränderung.

Hemmen also rein numerische Evaluationen eher den gesellschaftlichen Fortschritt, als ihn zu ermöglichen? Garcia nimmt dies als Herausforderung an und rät zu einem Umdenken: „Wir können diesen Teufelskreis nur verlassen, wenn wir lernen, anders als bislang zu evaluieren!“ Caroline Norbury muss mit Creative England hingegen auch nach rein wirtschaftlichen Kriterien fördern und evaluieren. Aber dies sei tatsächlich nicht einfach, weil es oft eben schon bei Firmengründungen um einen guten Sinn für den richtigen Ort gehe. Ein Effekt auf die Umgebung kann sich nur dann ergeben, wenn die Ortswahl stimmt. Norbury nennt als anschauliches Beispiel, wie ein von ihrer Organisation geförderter Film über Banden in einem Stadtviertel nachweislich zu einer Reduktion der Kriminalität im Viertel um zwei Drittel geführt habe. Solche Ergebnisse sind nicht vorher planbar und nicht durch herkömmliche Evaluationen gedeckt. Stephan Grünewald pflichtet ihr bei: „Eine quantitative Messung macht nur Sinn, wenn ich den Wirkungszusammenhang bereits kenne.“ Soll Neues entstehen und erfasst werden, muss mit anderen als den bekannten quantitativen Mitteln gearbeitet werden.

Rasmus Wiinstedt Tscherning sieht Unterschiede zwischen dem nationalen und dem internationalen Umgang mit Evaluation: „Wenn vor allem mit Blick auf den Umgang mit Steuergeldern argumentiert wird, ist eine moderne Evaluationsmethode schwierig zu legitimieren. Insofern ist die

Europäische Union den oft etwas simplen Diskussionen auf nationaler Ebene um einiges voraus.“ Laure Kaltenbach vom Forum d’Avignon bringt den „Cultural Footprint“ im Sinne von Jordi Baltà Portolés und Elna Roig Madorran in die Debatte ein, der ökonomische und nicht-ökonomische Kriterien vereint und als Analogie zum ökologischen Fußabdruck entwickelt wurde: „Wir müssen es endlich schaffen, die reine Zahlenlogik des Bruttosozialproduktes hinter uns zu lassen!“ Dr. Beatriz Garcia nimmt das gern auf. Es gebe einige allgemeingültige Indikatoren für Kreativität und Wandel, aber spezifische, zum Beispiel regionale Unterschiede müssten mitberücksichtigt werden. Caroline Norbury regt in Richtung der Aktiven in Kultur wie Politik an, sich die Grundregel einer Subkultur zu eigen zu machen: „Wir sollten tun, was der Punk tat: Dinge einfach machen und dann die Resultate zur Disposition stellen.“

Weniger Plan und Kontrolle, womöglich sogar weniger Debatte und Theorie? Das kommt Moderator Paul Owens nicht ganz geheuer vor: „Ich sehe schon einen weiteren europäischen Workshop Ihren Vorschlag aufgreifen“, wendet er sich an Caroline Norbury. Diese betont daraufhin noch einmal die Wichtigkeit einer konkreten Verortung, vielleicht gerade angesichts des Veranstaltungsortes im Kreativ.Quartier City Nord.Essen: „Man muss einen klaren Blick für das Ziel einer Operation haben, und dabei geht es nicht zuletzt um das Spillover-Potenzial. Und dafür müssen ganz konkrete Individuen vor Ort ganz konkrete Urteile fällen und Entscheidungen treffen – aus einem Vertrauen in die Projekte und die Beteiligten heraus.“ Stephan Grünewald fordert ein, was eben nicht messbar ist: „Wir brauchen produktive Verrücktheit! Wenn wir uns der Leidenschaft öffnen, lassen wir genau die Geister frei, die wir mit Zahlen zu bannen suchen.“ Hier drängt sich ein Satz von Dr. Sebastian Olma aus seinem Buch „Innovationsökonomien“ auf: „Intellektuelles Eigentum ist keine Ressource, die, wie etwa fos-

sile Brennstoffe, standardisiert zutage gefördert werden kann.“

Selten wurden vordergründigen Messbarkeiten und allzu simplen Formatierungen so klare Absagen erteilt – ganz im Sinne von John Maynard Keynes, der erkannte, dass die Schwierigkeit nicht darin liegt, neue Ideen zu entwickeln, sondern darin, alten Ideen zu entkommen. Wichtig hierzu sind konkrete AnsprechpartnerInnen vor Ort, eine überregional sinnvolle, qualitative Evaluation und die entsprechenden europäischen Netzwerke, die über einzelne Projektaufzeiten hinausgehen – wie die N.I.C.E.-Initiative. Die „intelligente Spezialisierung“, wie sie die Leitinitiative Innovationsunion der Strategie Europa 2020 fordert, ermöglicht ebenso eine transnationale Zusammenarbeit wie eine standortgerechte Strategie und eine ortsspezifische Evaluation, die dennoch in einen europäischen Vergleichskontext einfließen kann. Und dies genau dann, wenn quantitative und qualitative Evaluation einander sinnvoll ergänzen.

DISCUSSION | ABOUT EVALUATING CREATIVITY

Where passion and innovativeness happen, where immaterial resources are productive, it is not easy to measure success directly. Yet, evaluations are important for projects such as the EU Framework Programme for Research and Innovation (Horizon 2020). But how do you measure progress, especially when it’s almost impossible to compare different regions, different starting positions and different objectives? Does the pace of a renewal process mainly depend on the public acceptance of a project – as Vladimír Šucha, Director General of the Joint Research Centre, emphasised in “Public engagement as an integral part of the innovation ecosystem”? And

Dorota Węziak-Białowolska

Mitglied der Forschungsgruppe Ökonometrie und Angewandte Statistik im Institute for the Protection and Security of the Citizen des Joint Research Centre der Europäischen Kommission.

Research fellow in the Econometrics and Applied Statistics Unit of the Institute for the Protection and Security of the Citizen of the European Commission's Joint Research Centre.

Caroline Norbury

Seit Gründung 2011 Geschäftsführerin von Creative England, London. Mitglied des Creative Industries Council von Großbritannien und der UK Trade and Investment Sector Advisory Group for Creative Industries.

Has been at the helm of Creative England, London, as Chief Executive since it was established in 2011. Member of the UK's Creative Industries Council and the UK Trade and Investment Sector Advisory Group for the Creative Industries.

Rasmus Wiinstedt Tscherning

Direktor der European Creative Industries Alliance, Geschäftsführer des Center for Cultural and Experience Economy und Gründer des Creative Business Cup in Kopenhagen.

Chairman of the European Creative Industries Alliance, Managing Director of the Center for Cultural and Experience Economy and founder of the Creative Business Cup in Copenhagen.

how can you measure innovation qualitatively – and not just quantitatively? “Is the European Union suffering from an evaluation mania?” asks host Paul Owens provocatively at the beginning of the second panel.

Rasmus Wiinstedt Tscherning breaks down the topic to one clear first insight: “Politics are usually based on the agreement on provable results. But it depends on the individual case if you want to inspire certain sectors of the industry and fill them with new values.” Dorota Węziak-Białowolska agrees and does not deny the importance of the gross national product. Yet she also points out that new ideas are just as effective. She mentions the Global Innovation Index (GII) as an example for a largely accepted and in parts qualitatively functioning method to evaluate innovation and creativity. “The Institute of Cultural Capital follows a clearly anti-numerical approach,” says Dr. Beatriz Garcia, introducing her own institute into the discussion. “Quality is often the result of the special magic of a place. That’s why we consider cultural and economic aspects of change over a longer period of time, and every time we discover another secret for success. This secret is mostly found in footnotes and annexes. That’s where you have to look!” An accidental discovery – serendipity – is the decisive factor on our way to innovation and change.

Do purely numerical evaluations constitute an obstacle rather than a catalyst for social progress? Garcia accepts the challenge, and her advice is to change one’s view: “We can only break the vicious circle if we learn to evaluate in a different way than before!” On the other hand, Caroline Norbury of Creative England must also promote and evaluate purely economic criteria. Which, indeed, isn’t easy, because the right location is key even for companies that are still in the founding stage. An effect on the environment is only possible if the place is right.

Norbury gives an illustrative example of one of her organisation’s assignments: the promotion of a feature documentary about gangs in an urban quarter has been proven to reduce the crime rate within this quarter by two thirds. Such results, she says, cannot be planned or covered by traditional evaluation methods. Stephan Grünewald agrees: “A quantitative evaluation only makes sense when I already know the causal relationship.” If you want to develop and evaluate something new, you have to include other measures than traditional quantitative means.

Rasmus Wiinstedt Tscherning sees the differences between the national and international evaluation approach: “Once tax money is involved, a modern evaluation method is difficult to legitimise. In this respect, the European Union is far ahead of the rather simple discussions at national level.” Laure Kaltenbach of Forum d’Avignon introduces the “Cultural Footprint” according to Jordi Baltà Portolés and Elna Roig Madorran into the discussion, which combines economic and non-economic criteria and was developed analogous to the already existing ecological footprint: “We must finally manage to leave the logic of numbers behind us when it comes to the gross national product!” Dr. Beatriz Garcia picks up this thread: There are a few universally valid indicators for creativity and change, but specific indicators, such as regional differences, must also be taken into account. Caroline Norbury appeals to those active in culture and politics to adopt the maxim of a subculture: “We should do what Punk did: To just act and later discuss the results.”

Less planning and control, and maybe even less debate and theory? Host Paul Owens feels uneasy: “I can already see another European workshop pick up your proposal,” he says to Caroline Norbury. As a result, she emphasises the importance of location once more, and she may just as well refer to today’s venue situated

in the Creative.Quarter City Nord.Essen: “You just need to have a clear eye for the aim of an operation and not least its potential for spillovers. You need to have very concrete individuals on site making very concrete judgments and decisions – based on their trust in the projects and in the people involved.” Stephan Grünewald demands something that cannot be measured: “We need productive craziness! If we open up to passion we will set those spirits free we’re trying to capture in figures.” At this point, a quote from Dr. Sebastian Olma’s publication “Innovationsökonomien” (Innovation Economies) suggests itself: “Intellectual property is not a resource – like fossil fuels – that can be produced in series.”

There have been few times where the demand for apparent evaluations and simple formattings were so strongly rejected – entirely in line with John Maynard Keynes, who realised that the difficulty lies not so much in developing new ideas as in escaping from old ones. What’s important are local points of contact, an appropriate and nation-wide qualitative evaluation method, as well as relevant European networks that go beyond pre-defined project durations – such as the N.I.C.E. initiative. A “smart specialisation” demanded by the flagship initiative of the Europe 2020 strategy Innovation Union enables transnational cooperation, strategies which suit local conditions, and location-specific evaluation methods which can still be considered in a European comparative context – whenever quantitative and qualitative evaluation methods complement each other effectively.



Dr. Beatriz Garcia

Seit vielen Jahren führende Expertin auf dem Feld des urbanen Wandels durch Kultur. Leiterin der Forschungsabteilung am Institute of Cultural Capital in Liverpool und Beobachterin der Entwicklung der Kulturhauptstädte seit 1985 für das Europäische Parlament.

Leading expert in the field of urban change through culture for many years. Head of Research at the Institute of Cultural Capital in Liverpool. Her research includes a review of all available evidence on the European Capital of Culture programme since 1985 for the European Parliament.



DISKUSSION | LEIDENSCHAFT UND POLITIK: WIE DIE KULTUR NEUE KRÄFTE MOBILISIERT

Leidenschaft bewirkt eine Dynamik, die strukturelle Veränderungen ermöglicht, im Großen wie im Kleinen, in der Wirtschaft wie in der Gesellschaft. Dass es dafür Rahmenbedingungen braucht, hatte Jan Truszczyński in seiner Impulsrede am Morgen hervorgehoben: „Die Förderung von Experimentierfreude und Kreativität sowie von Experimentierfreude in der Kreativbranche ist unerlässlich.“ Aber nicht immer gelangt der wichtige Beitrag von kulturellen Erneuerungen für gesellschaftliche Umwälzungen an die breite Öffentlichkeit. Und manchmal müssen AkteurInnen Rahmenbedingungen zumindest zum Teil selbst schaffen. Im dritten Panel stellen daher AktivistInnen aus unterschiedlichen Ländern vor, wie sie und ihr Projekt ganz konkret geholfen haben, politische Strukturen zu verändern. Nicht nur die richtigen Personen zur rechten Zeit am rechten Ort sind gefragt, auch die Gruppendynamik muss stimmen, um wirklich bewegende kreative Prozesse in Gang zu setzen. Welche Sprengkraft dabei in den Künsten, aber auch in den Körpern steckt, das stellt Syhem Belkhodja dar: „Mit den

Mitteln des zeitgenössischen Tanzes wirkt Leidenschaft auf dem Weg der Körperpolitik in die Gesellschaft hinein!“ Belkhodja beschwört dabei vor allem den Glauben an die junge Generation: „Unsere Wirkungsmacht liegt in der Jugend!“ In Tunesien arbeitet sie daran, freien Zugang zum zeitgenössischen Tanz überhaupt zu ermöglichen und so die Freiheit zu schaffen, den Körper in einem erweiterten Sinne als Ausdrucksmittel einzusetzen und gesellschaftlich dialogfähig zu machen. Gerade wo die Sprache nicht taugt oder Sprachbarrieren existieren, wird nonverbale Kommunikation nicht nur zu einem wichtigen Faktor für Veränderung, sondern zu dem einzigen, notwendigen Schlüssel. Die Aktivistin schließt ihren Vortrag mit einem Aufruf: „Helft uns, damit wir den Weg zu Innovation und Kreativität auch in Tunesien erschließen können!“

Tanz und Körperpolitik können mancherorts als Hebel funktionieren, die Grenzen einer gesamten Gesellschaft zu erweitern und ihr Zukunft zu ermöglichen. Denn Leidenschaften können trennen, aber ebenso verbinden, und das auch über Grenzen hinweg, wie Kulturministerin des Landes Nordrhein-Westfalen Ute Schäfer in Essen sagte: „Leidenschaft ist ein zentraler gemeinsamer Nenner, wenn es uns gelingen soll, die bisher

weitgehend getrennten Bereiche von Kunst und Kultur, Wirtschaft, Wissenschaft und Medien besser als bisher miteinander ins Gespräch zu bringen und zur interdisziplinären Zusammenarbeit zu ermutigen.“ Oder mit Wirtschaftsminister des Landes Nordrhein-Westfalen Garrelt Duin: „Wenn beide Seiten mit Leidenschaft dabei sind, dann ist Innovation nicht nur Leidenschaft, dann schafft Leidenschaft auch Innovation.“

„Meine Leidenschaft macht mich zu einem politischen Menschen“, bekennt entsprechend Toni Attard zu Beginn seiner Vorstellung, fragt aber auch: „Wie viel Persönliches, wie viel Passion kann man überhaupt in ein Projekt investieren, das von der öffentlichen Hand gefördert wird?“ Attard betont die Wichtigkeit der Freiheit des und der Einzelnen, auch einmal Impulsen nachgeben zu können und nicht immer nur nach Plan agieren zu müssen. Er reflektiert seine eigene Biografie als die eines Menschen, der an gesellschaftlichem Wandel nicht nur interessiert ist, sondern ihn auch mitgestalten will, ja muss: „Ich bin süchtig nach Veränderungen, also bin ich dort, wo etwas zu bewegen ist.“ Dieser Drang hat Toni Attard immer dorthin geführt, wo er Strukturen (mit) verändern kann, auf Malta selbst wie in ganz Europa. Andere AktivistInnen arbeiten verstärkt von einem Ort aus, in einer selbst geschaffenen Struktur, wie Sylvia de Fanti im Anschluss verdeutlicht: „Uns schwebte ganz konkret die Transformationskraft einer Idee vor, die in eine neue, eigenständige Kulturinstitution mündet.“ Das Teatro Valle Occupato in Rom zeigt, dass Leidenschaft innerhalb wie außerhalb einer Struktur eine Ressource ist, die keine Sparten, keine Sektoren, keine Grenzen kennt, so wie die Kunst keine Rücksicht auf rein nationale Befindlichkeiten nehmen darf, wenn sie ihre ganze Kraft entfalten soll: Einen transnationalen Ort zu schaffen, der viel bewegt, der anzieht und ausstrahlt – das ist de Fanti und ihren MitstreiterInnen gelungen, und zwar aus eigener Kraft und gegen strukturel-

le Widerstände. Dass hierzu genau der Soft Skill Leidenschaft vonnöten sei, hatten am Vormittag vor allem Stephan Grünewald und Prof. Lutz Engelke betont. Ebenfalls früher am Tag hatte Moderatorin Isabelle Schwarz darauf hingewiesen, dass es eben auch die Metropole Ruhr geschafft habe, ein solcher Ort wie der in Rom zu werden, als ein Beispiel für Europa und die Welt: Wie eine ganze Region, aber auch viele einzelne Projekte für Wandel und Innovation stehen können, mit Kultur und Kreativität als mehrdimensionalem Impulsmotor.

Auch Stojan Pelko verweist auf die Rolle der Kultur als die eines Agenten, eines Katalysators der Veränderung, aber ebenso auf die Bedeutung wichtiger Persönlichkeiten: Der Multimillionär Visar Arifaj ist „Legendärer Vorsitzender“ der „Starken Partei“ im Kosovo und ähnlich einem Beppe Grillo in Italien ein Akteur, dem die Veränderung durch Kultur mehr liegt als die durch Sitzungen und Ausschüsse. Dies bringt ihm eine Anhängerschaft, die an Aktionen, Innovation und Wandel orientiert ist und nicht an bürokratischen Strukturen und dem herkömmlichen Politikeralltag. „Man muss wirklich die Absicht haben, Perspektiven zu wechseln und auch die Denkrichtung“, hebt Pelko hervor. „Kultur und Kreativität sorgen für tief greifende, individuelle Erfahrungen, die ein ganz eigenes, untheoretisches Wissen hervorbringen. Geht damit ein kluger konzeptioneller Ansatz einher, kann das Machtgefüge einer ganzen Gesellschaft ins Wanken geraten.“ Wahrheitsfindung wie Wandel entstehen für Pelko in Anlehnung an die Thesen von Alain Badiou durch vier Kräfte: Wissenschaft, Kunst, Politik und Liebe. „Es ist also nicht genug, einfach nur das T-Shirt zu wechseln wie Tom Cruise mitten im Film *Eyes Wide Shut*“, schließt Pelko seine Ausführungen. „Am Ende des Tages beziehungsweise Filmes weiß auch er, worum es letztlich geht.“

Die Ressource Leidenschaft findet ihren Weg, will der Vortragende damit auch sagen. Was sich ihr in den Weg stellt, hat höchstens eine aufschiebende Wirkung. Also sollten Kultur und Kreativität nicht behindert, sondern gefördert werden. Ganz im Sinne von Nicolas Seydoux, Präsident des Forum d’Avignon, der seine Rede beim Forum d’Avignon Ruhr 2013 so schloss: „Bei zufriedenstellenden Wachstumsraten unterstützen PolitikerInnen Kultur als einen Extrabonus; die PolitikerInnen haben nicht verstanden, dass Kultur gerade in schwierigen Zeiten eine Investition, die Essenz, ist.“ Prof. Dieter Gorny fordert entsprechend im Jahr 2014: „Gerade in einer Zeit, in der wir als Gesellschaft ja dazu neigen, vorsichtig zu sein, Ordnung und Bewahrung einzufordern, sobald unsere Individualinteressen berührt werden, brauchen wir starke Individuen, die in der Lage sind, sich und das Neue durchzusetzen.“

DISCUSSION | PASSION AND POLITICS: HOW CULTURE MOBILISES NEW FORCES

Passion leads to a kind of dynamism that enables structural change, both large and small, in the industry and in society. In his keynote speech this morning, Jan Truszczyński had already emphasised that framework conditions are a necessity: “Supporting experimentation and creativity and experimentation in the creative industries is essential.” Yet cultural renewal as an important contribution to social change does not always reach the public at large. And sometimes, creators have to come up with at least part of such framework conditions themselves. In the third panel, activists from different countries explain how they and their projects specifically helped change political structures. It’s not always just

the right person in the right place at the right time, but also the right group dynamics that is needed to launch truly effective creative processes. Syhem Belkhdja illustrates the explosive force that lies within the arts and the artists’ bodies as well: “With the means of contemporary dance, passion uses the politics of the body to have an impact on society!” Belkhdja strongly believes in the younger generation: “Our influence lies with the youth!” In Tunisia, she is committed in ensuring free access to contemporary dance and thus the freedom to use one’s body as another means of expression in its wider sense to enter into a dialogue with society. Whenever language cannot deliver or language barriers exist, non-verbal communication will not only become an important factor for change, but also the only necessary key. The activist concludes her presentation with an appeal: “Help us forge new paths to innovation and creativity in Tunisia!”

Dance and the politics of the body can act as a lever in some places to expand the borders of an entire society to enable a future. Because passion can separate but also unite people, irrespective of borders, pointed out Ute Schäfer, Minister for Culture of the State of North Rhine-Westphalia, in Essen: “Passion is the common denominator which helps to even better bring into conversation the fields of art and culture, the economy, science and the media and to encourage interdisciplinary cooperation.” Garrelt Duin, Minister of Economic Affairs of the State of North Rhine-Westphalia, said: “If both parties are passionate about what they do, then innovation is not only passion, but passion will lead to innovation.”

“My passion has made me a political person,” admits Toni Attard when being introduced, but he also asks: “How much personal commitment, how much passion can you actually invest in a project that is supported with public funds?” Attard stresses the importance of freedom of

Toni Attard

Gelehrter Kommunikations- und Theaterwissenschaftler, der im Finanzministerium von Malta für die nationale Strategie der Kultur- und Kreativwirtschaft zuständig ist. Zudem künstlerischer Leiter des internationalen Kunstfestivals Žigužajg und Theaterdirektor.

Holds a degree in Communications and Theatre Studies and is responsible for the development and implementation of a national strategy for the cultural and creative industries within the Ministry for Finance of Malta. He is also a theatre director and serves as Artistic Director of Žigužajg International Arts Festival.

Syhem Belkhodja

Künstlerische Leiterin des Dokumentarfilmfestivals Doc à Tunis, von Design et Mode de Carthage und den Choreographic Meetings of Carthage sowie dem Worte-Marathon Al-Kalimat. Gründerin der Künstlerorganisation Ness el Fen und der ersten Schule für zeitgenössischen Tanz in Afrika.

Artistic Director of the Documentary Film Festival Doc à Tunis, the Fashion Festival Design Mode de Carthage, the Choreographic Meetings of Carthage, and the Al-Kalimat Marathon of Words. Founder of the Ness el Fen artists' organisation and the first school for contemporary dance in Africa.

the individual(s) to follow an impulse and not only to act according to plan. He reflects on his biography as the biography of a person who is not only interested in social change but who also wants and needs to actively shape this change: "I'm addicted to change, so I go wherever I can make a difference." This urge has led Toni Attard to places where he could (help) change structures – in Malta and everywhere in Europe. Other activists tend to concentrate on just one place, in a self-created structure, points out Sylvia de Fanti: "We particularly had in mind the transformational power of an idea, leading to a new, independent cultural institution." The Teatro Valle Occupato in Rome shows that passion can be a resource inside and outside a certain structure, with no respect for genres, sectors and borders; just like art has to ignore purely national preferences to unfold its full potential: To create a transnational place that makes a change, attracts an audience and exudes a lot of character – de Fanti and her fellow activists have achieved just that, with their own resources and against structural obstacles. All you need is passion as a soft skill, as Stephan Grünwald and Prof. Lutz Engelke had already pointed out in the morning. That very same morning, host Isabelle Schwarz had also observed that the Ruhr Metropolis had become a place just like Rome to act as an example for Europe and for the world: An entire region, but also many individual projects, can represent change and innovation, using culture and creativity as a multi-dimensional source of inspiration.

Stojan Pelko compares culture to an agent, a catalyst of change, but he also points out that it is vital to get important personalities involved: multimillionaire Visar Arifaj is "Legendary President" of Kosovo's "Strong Party" and, similar to Italy's Beppe Grillo, he prefers change through culture to meetings and committees. As a result, his disciples are oriented towards action,

innovation and change rather than bureaucratic structures and traditional policy-making. "Your intention really must be to change perspectives and also your school of thought," says Pelko. "Culture and creativity provide for a wealth of individual experiences leading to unique and untheoretical knowledge. Combined with a smart conceptual approach, this knowledge can throw the power structure of an entire society out of balance." In Pelko's view, and according to Alain Badiou, the establishment of truth and change is defined by the four components: science, art, politics and love. "So it's not enough to just change your shirt, like Tom Cruise in the film *Eyes Wide Shut*," concludes Pelko. "At the end of the day, or film, even he knows what it's all about."

What he also wants to say is: Passion as a resource will always find its way. Everything that crosses its path will have a postponing effect, at most. So you should not hinder but promote culture and creativity. Which is also the intent of Nicolas Seydoux, President of the Forum d'Avignon, who ended his speech at the Forum d'Avignon Ruhr 2013 with the following words: "With a satisfactory growth rate, politicians were supporting culture as an extra; they have not understood that, in difficult times, culture is a sound investment, the essence." Accordingly, Prof. Dieter Gorny urges in 2014: "Especially in times when we as a society tend to be careful, asking for order and protection once our individual interests are involved, we need strong individuals who are able to enforce new ideas."

Sylvia de Fanti

Aktivistin der ersten Stunde im Teatro Valle Occupato in Rom, Schauspielerin und Mitbegründerin des Kunstraums Angelo Mai. Studierte Kommunikationswissenschaftlerin und Kulturanthropologin mit den Spezialgebieten Chaostheorie und Identitätspolitik.

Pioneer activist and occupant of Teatro Valle Occupato in Rome, actress and co-founder of the renowned art space Angelo Mai. Hold a degree in Science of Communication in the fields of chaos theory and identity.

Stojan Pelko

Ehemaliger Kulturstaatssekretär von Slowenien, seit 2012 Ansprechpartner und Kommunikationsberater der EU-Vertretung im Kosovo. Zuvor Studium der Philosophie und Soziologie und aktiv als Filmtheoretiker und Magazinmacher.

Former State Secretary for Culture in Slovenia, since 2012 spokesperson and communication adviser to the EU Office in Kosovo. Studied Philosophy and Sociology and is a film theorist and magazine maker.

Spokesperson and Communication
European Union Special Representa

FORUM
D'AV
RUB

ecce



DER N.I.C.E. AWARD 2014

THE N.I.C.E. AWARD 2014



N.I.C.E. AWARD – INNOVATION IST LEIDENSCHAFT

Garrelt Duin, Minister für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handwerk des Landes Nordrhein-Westfalen

Bevor wir zur Verleihung des N.I.C.E. Awards kommen, möchte ich gern den VeranstalterInnen des diesjährigen Forum d'Avignon Ruhr gratulieren. Nicht nur zu einer gelungenen und inspirierenden Veranstaltung – sondern vor allem zum Leitthema, über das wir hier heute diskutiert haben.

Innovation ist Leidenschaft. In diesen beiden Wörtern – Innovation und Leidenschaft – stecken so viele Assoziationen und Gemeinsamkeiten, die mir als Wirtschaftsminister besonders gefallen. Wenn wir von jemandem behaupten, „der ist mit Leidenschaft bei der Sache“, meinen wir: Da arbeitet, denkt oder handelt jemand vollkommen losgelöst von äußeren Umständen oder dem reinen Pflichtgefühl. Da ist jemand, der vielleicht mehr macht, als er machen müsste, der einmal mehr nachfragt, als er fragen müsste, der im positivsten Sinne gierig ist – gierig nach Wissen und nach Neuem.

Neugier ist eine der wichtigsten Voraussetzungen fürs Gelingen, auch für den Fortschritt. Wer neugierig ist, will lernen und verstehen. Wer neugierig ist, den interessieren nicht so sehr die ausgetretenen Pfade. Ihn interessieren die kleinen Abzweigungen links und rechts des Weges. Oder gar neue Wege. Er möchte sehen, was nicht alle sehen, und finden, um sich und andere zu bereichern.

Die daraus entstehenden Innovationen erfolgen dabei oft nicht ohne einen Moment der Überraschung, in dem man etwas findet, wonach man eigentlich gar nicht direkt gesucht hat. Kolumbus' Suche nach der Passage nach Indien ist wohl der berühmteste Fall. Auch in der Wissenschaft sind Erfindungen und Entdeckungen oft mit glücklichen Zufällen beziehungsweise Unfällen verbunden. Das gilt für die Entdeckung der Röntgenstrahlen oder des Penicillins.

Wie Sie sehen, meine Damen und Herren, gehört zur Leidenschaft immer auch eine Portion

Neugierde. Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist eine Schnittstelle zum Neuen, sie ist prädestiniert dafür. Mit ihrer heterogenen, kleinteiligen und flexiblen Struktur eignet sie sich besonders für experimentelle Erkundungsfahrten abseits des festen Geländes. Neugierig, flexibel und agil erforscht sie unbekanntes Terrain und entwickelt daraus unorthodoxe Lösungsansätze. Am besten nachvollziehen können wir diese Arbeit und das dafür nötige Selbstverständnis beim Design. DesignerInnen verstehen sich längst nicht mehr als KosmetikerInnen oder OberflächenverschönerInnen von Objekten. Sie entwickeln sich vielmehr zu ModeratorInnen gesellschaftlicher Innovationen, also hin zum Design komplexer Systeme oder sozialer Vorgänge.

Das wertvollste Gut, das die Kreativwirtschaft dabei zu bieten hat, ist ihre systematische Risikobereitschaft, mit der viele Unternehmen der traditionellen Wirtschaftszweige aufgrund ihrer Struktur überfordert wirken.

Aber das heißt auch, dass Leidenschaft vielfach auch Leiden schafft. Gerade in der Kultur- und Kreativwirtschaft arbeiten Menschen mit viel Leidenschaft bis zur Selbstaufgabe daran, ihre Ideen umzusetzen – und häufig müssen sie dann feststellen, dass Innovationsbereitschaft nicht immer unmittelbar mit dem gewünschten wirtschaftlichen Erfolg belohnt wird. Auch das ist Realität. Dabei ist es doch so wichtig, dass man von seiner Arbeit und seinen Ideen leben kann. Nicht umsonst müssen wir uns auch und gerade in der Politik Gedanken machen, wie wir damit umgehen, dass gut ausgebildete Kreative nicht selten am Existenzminimum leben.

Auch das sind Aspekte, warum ich eine Leidenschaft für die Kultur- und Kreativwirtschaft entwickelt habe. Ich kann Ihnen versichern: Die Kreativwirtschaft spielt in meiner Arbeit als Wirtschaftsminister eine hervorgehobene Rolle.

Ich verrate Ihnen gern, warum und wie: Leitgedanke unserer Arbeit ist die vorausschauende Wirtschaftspolitik. Sie fasst Innovation und Fortschritt ins Auge.

Unter dieser Prämisse arbeiten wir an drei zentralen Schwerpunkten. Der erste wird Sie nicht überraschen, er heißt „NRW – Wir sind Industrie“. Der zweite „NRW – Heimat der Familienbetriebe“ – und der dritte, jetzt kommt's – firmiert unter „NRW – Raum für Kreative“. Das hat handfeste Gründe. Den einen oder die andere wird es noch überraschen. Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist zweitgrößter Arbeitgeber des Landes. Viele Kultur- und Kreativschaffende sind zwar KleinunternehmerInnen, aber in der Menge sind sie stark. Und mit ihren Impulsen für Innovationen in anderen Branchen eröffnen sie neue Sichtweisen und Handlungsansätze, sie spielen eine wichtige Rolle für den Arbeitsmarkt der Zukunft und sind als VorreiterInnen sozialer Innovationen unentbehrlich. Deshalb haben sie jegliche Unterstützung verdient.

Kreativwirtschaft ist für uns in Nordrhein-Westfalen eine Querschnittsbranche, die nicht nur unterschiedliche kreative Disziplinen vereinigt, sondern andere Betätigungsfelder und Wertschöpfungsketten durchsetzt – von der industriellen Produktion hin zur Unternehmensdienstleistung. Wir dürfen uns nicht ausschließlich darauf konzentrieren, die Ränder und die Abgrenzungskriterien dieses Wirtschaftsbereiches klar abzuzeichnen. Denn dann übersehen wir, dass auch in anderen Branchen der Anteil der Kreativität an der Wertschöpfung nicht unerheblich ist. Mit dieser Betrachtung der Kreativwirtschaft wollen wir die Berührungspunkte zu anderen Wirtschaftsbereichen wie Tourismus, Gesundheitswirtschaft und anderen Industrien stärker ins Auge fassen.

Das Cluster CREATIVE.NRW wird morgen gemeinsam mit mir das Buch „Innovationsökonomien“

vorstellen, das einzelne Erfolgsgeschichten dieser gewinnbringenden Zusammenarbeit erzählt. Insgesamt 14 Unternehmensbeispiele, acht davon aus Nordrhein-Westfalen, zeigen, dass und wie Industrie und Mittelstand von der Kreativwirtschaft profitieren können. Damit wollen wir andere UnternehmerInnen inspirieren.

So betreibt zum Beispiel die aus der Kölner Dingfabrik hervorgegangene Flying Orlov UG erfolgreich die Übersetzung neuer Technologien wie Projection Mapping (Projektionstechnologie) in marktfähige Produkte. Die Herforder Geschäftsinitiative Bitcoin.de hilft der Finanzwirtschaft auf die digitalen Sprünge und das Düsseldorfer Software-Unternehmen Kaasa health demonstriert, wie Unternehmen an der Schnittstelle zwischen Gesundheitswirtschaft und Gaming Geld verdienen können. Die Unternehmen Reckhaus GmbH & Co. KG aus Bielefeld, dessen Geschäftsführer hier heute als leidenschaftlicher Unternehmer eingeladen wurde, oder Dornbracht aus Iserlohn zeigen das Innovationspotenzial im Produktdesign an der Schnittstelle zur Kunst.

Deshalb: Um die gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Probleme anzupacken, brauchen wir auf der einen Seite Kreative und auf der anderen Seite UnternehmerInnen und AkteurInnen, die das Potenzial der Kreativwirtschaft erkennen und wertschätzen – und die den Mut haben, sich auf unkonventionelle und unorthodoxe Methoden einzulassen. Wenn beide Seiten mit Leidenschaft dabei sind, dann ist Innovation nicht nur Leidenschaft, dann schafft Leidenschaft auch Innovation.

„Der Zufall begünstigt nur den vorbereiteten Geist“, sagte einst der Wissenschaftler und Chemiker Louis Pasteur, uns allen bekannt. Und ein vorbereiteter Geist ist ein wacher, neugieriger Geist.

N.I.C.E. AWARD – INNOVATION IS PASSION

Garrelt Duin, Minister of Economic Affairs, Energy and Industry of the State of North Rhine-Westphalia

Before moving on to the ceremony of the N.I.C.E. Award, I would like to congratulate the organisers on this year's Forum d'Avignon Ruhr. Not only has it been a successful and inspiring event, but I was especially pleased with the motto which we all have discussed today.

Innovation is passion. These two words – innovation and passion – bring to mind so many associations and common interests which I, as Minister of Economic Affairs, particularly like. When we say that a person is "passionate about something" we actually mean: this person works, thinks or acts in complete isolation from external influences, without any obligation. A person who might be doing more than necessary, a person who asks more questions than needed, a person who is greedy in the positive sense of the word – greedy for knowledge and for something new.

Curiosity is one of the most important pre-requisites for success and progress. When you're curious, you want to learn and understand. When you're curious, you're not so much interested in the beaten track. You're more interested in the small roads to the left and right. Or even new tracks. You want to see what nobody else can see and enrich yourself and others with what you'll find.

The innovations arising therefrom will often lead to a moment of surprise: when you find something you haven't actually looked for. Columbus' search for a passage to India is probably the most famous example. And even in science, inventions are often just a happy coincidence – or accident! This is true for the discovery of the X-ray or penicillin. You see, ladies and gentlemen, passion always includes a good amount of curiosity.

The cultural and creative sector is an interface to what's new – it's practically predestined for it. With its heterogeneous, detailed and flexible structure it is the ideal breeding ground for

experimental discoveries beyond the beaten track. Creators are curious, flexible and agile to explore unknown territory and to develop unorthodox solutions. The best way to illustrate this is to take a look at the creators' necessary self-understanding when it comes to design. Designers have long stopped thinking of themselves as beauticians or surface improvers for objects. They have rather become moderators of social innovations: they are in charge of the design of complex systems or social processes.

The most valuable asset the creative sector has to offer is its systematic appetite for risk, by which many companies in the traditional industries seem overwhelmed due to a different structure.

The German word "Leidenschaft" (passion) comes from "Leiden" (suffering). In the cultural and creative industry in particular, people tend to work on the implementation of their ideas with a lot of passion, even to the point of self-sacrifice – and often they come to realise that innovativeness will not always be rewarded with the desired economic success. That's also a reality. Yet, it's so important to be able to make an adequate living from one's work and ideas. And it's not without reason that we in politics must also and especially consider how to deal with the situation that it's not uncommon for highly qualified creative professionals to live on the breadline.

These aspects are another reason why I developed a passion for the cultural and creative sector. I can ensure you: The creative sector plays a prominent role for me as Minister of Economic Affairs. And I will gladly tell you how and why: The guiding principle of my ministry is forward-looking policy making. We take innovation and progress into consideration.

For that reason, we are working on three central

Garrelt Duin

Minister für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handwerk des Landes Nordrhein-Westfalen, ehemaliger wirtschaftspolitischer Sprecher der SPD-Bundestagsfraktion und vormaliger Landesvorsitzender der SPD in Niedersachsen. Ehemaliges Mitglied im Europäischen Parlament.

Minister of Economic Affairs, Energy and Industry of the State of North Rhine-Westphalia, former spokesman for Economic Policy of the SPD parliamentary group in the German Bundestag and former chairman of the SPD in Lower Saxony. Former member of the European Parliament.



themes. The first will not come as a surprise to you, it's called "NRW – We Are Industry". The second "NRW – Home To Family-Run Businesses" – and, most importantly, the third is known under the name "NRW – Scope For Creatives". And with good reason. Some of you may not know it yet, but the cultural and creative industry is the second largest employer in North Rhine-Westphalia. Many creators are micro-entrepreneurs, but together they are strong. They provide significant impetus for innovations in other sectors and open up new perspectives and approaches. They play a significant role for the labour market of the future and are indispensable as pioneers in social innovations. And that's why they deserve our full support.

For North Rhine-Westphalia, the creative industry is a cross-sectoral industry uniting not only creative disciplines but also enabling other fields of activity and value creation chains – from industrial production to corporate services. We must not solely focus on defining the borders and delimitation criteria of this sector. Because then we would ignore the fact that the value-creating impact of creativity is also significantly high in other industries. From this perspective on the creative sector we want to increase the focus on the points of contact between tourism, the healthcare industry and other sectors.

Tomorrow, the cluster CREATIVE.NRW and I will present the brochure "Innovationsökonomien" (Innovation Economies), which tells individual success stories that derived from this profitable cooperation. In total, 14 companies, eight of which come from North Rhine-Westphalia, demonstrate that and how the industry and small and medium-sized companies can benefit from the creative sector. By giving these examples, we want to inspire other entrepreneurs.

For instance, Flying Orlov UG, which derived from Cologne's "Dingfabrik", successfully translates new technologies such as projection mapping into marketable products. Bitcoin.de, a business initiative from Herford, gives the financial industry a helping digital hand, and the software company Kaasa health from Düsseldorf demonstrates in how far companies can make money at the interface between the healthcare industry and gaming. The companies Reckhaus GmbH & Co. KG from Bielefeld, the CEO of which was invited as a passionate entrepreneur today, or Dornbracht from Iserlohn are great examples for the innovation potential in product design at the interface with art.

So, in order to tackle social and economic problems we need creative professionals on the one hand and entrepreneurs and other players on the other, to recognise and value the potential of the creative industry – stakeholders who are brave enough to commit to unconventional and unorthodox methods. If both parties are passionate about what they do, then innovation is not only passion, but passion will lead to innovation.

"Chance favours the prepared mind," said scientist and chemist Louis Pasteur, whom we all know. And a prepared mind is an alert, curious mind.

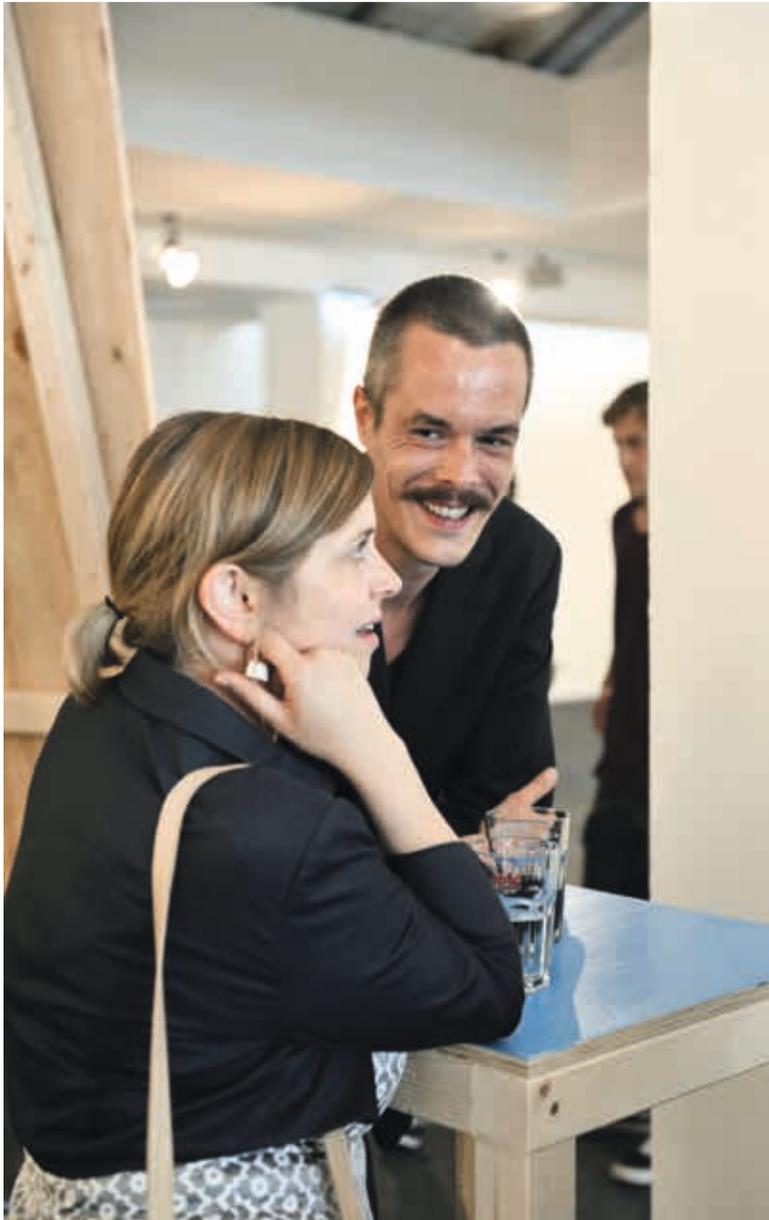
n i c e

Network for Innovations in
Culture and Creativity in Europe



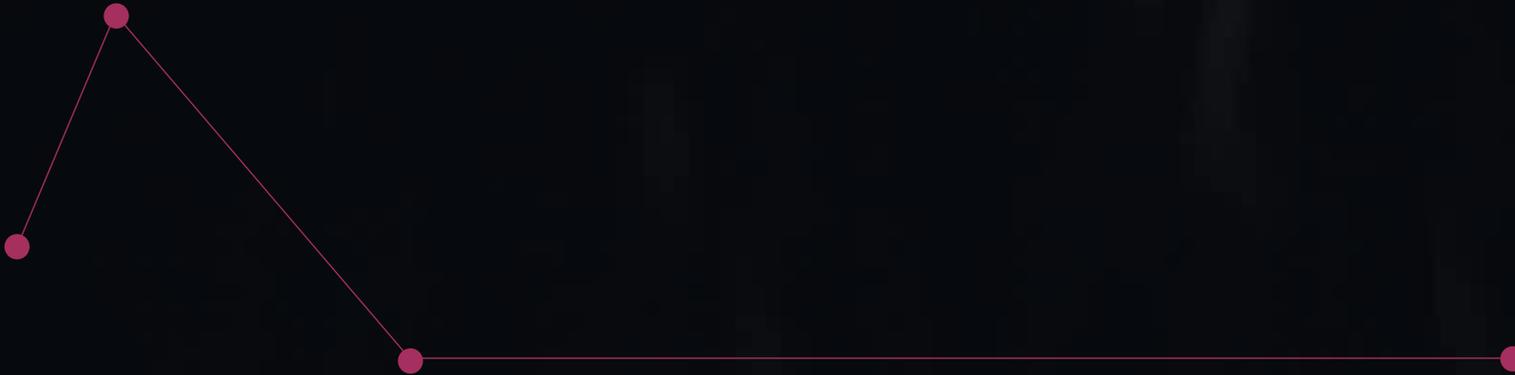






DIE GEWINNER SIND...

THE WINNERS ARE...



CONEXIONES IMPROBABLES

Arantxa Mendiharat
conexionesimprobables.es



STREET LOFTS

Jonathan Lutter
Christian Knapp
Theresia Kohlmayr
urbanauts.at

RLF RICHTIGES LEBEN IM FALSCHEN

Friedrich von Borries
Anne Levy
rjf-propaganda.com

UNPERFEKTHAUS UNPERFEKTLABS

Reinhard Wiesemann
unperfekthaus.de
unperfektlabs.de



IMPRESSUM

IMPRINT

Herausgeber | Publisher

european centre for creative economy
ecce GmbH
Emil-Moog-Platz 7
D 44137 Dortmund
+ 49 (0) 231 222 275 00
www.e-c-c-e.com
www.forum-avignon-ruhr.org



Team

Bernd Fesel | Project Management
Claudia Jericho | Project Consultancy
Annika Schmermbeck | Project Assistance
Julia Katharina Seidel | Project Assistance
Sandra Czerwonka | P.A. to the Managing
Director/Head of Office
Julian Eckstein | Trainee



Partner



Text

Christian Caravante
Bernd Fesel
Jens Kobler

Übersetzung | Translation

Nadine Dönike

Lektorat | Editorial Office

Buchstablerei, Dr. Regine Anacker

Design

tamioe – Visuelle Kommunikation

Szenographie | Scenography

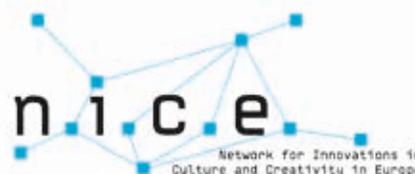
Clemens Müller

Beirat | Advisory Board

Katja Aßmann
Andreas Bomheuer
Christian Boros
Lukas Crepaz
Jürgen Fischer-Pass
Reinhard Krämer
Prof. Kurt Mehnert
Claudia Nussbauer
Jörg Stüdemann

Network for Innovations in Culture and Creativity in Europe (N.I.C.E.)

Bilbao Bizkaia Design and Creativity Council
Birmingham City University
BOP Consulting, London
City of Bochum
City of Dortmund
City of Essen
City of Gelsenkirchen
City of Mannheim
Comedia London
creativ wirtschaft austria
City of Rotterdam
Dutch Design Desk Europe, Maastricht
european centre for creative economy, Dortmund
Košice 2013
Kultuurikatel, Tallinn
[ID]factory, Dortmund
International University of Languages and Media,
Milano



Bildnachweise | Photo Credits

Vladimir Wegener (Seite | Page 6, 7, 10, 11, 26,
27, 32, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 45, 47, 48,
50, 51, 55, 56, 59, 61, 62, 64, 67, 68, 71, 72, 74,
75, 76, 77, 78, 79, 81)
Clemens Müller (Seite | Page 8, 9)
Till Skoruppa (Seite | Page 6, 36)
Annika Schmermbeck (Seite | Page 11, 13, 15,
28, 29, 32, 33, 34)
Christian Caravante (Seite | Page 6, 7, 36, 37)
Rainforest Action Network (Seite | Page 12)
[ID]factory (Seite | Page 14)
Košice 2013 (Seite | Page 16, 17)
Ricardo Junqueira (Seite | Page 18, 19)
Peyman Azhari (Seite | Page 21)
kitev (Seite | Page 22, 23)
Ronja Schweer (Seite | Page 24)
Felipe Morozini (Seite | Page 25)
Monika Nguyen (Seite | Page 35)
RLF (Seite | Page 29)
Conexiones improbables (Seite | Page 30, 31)
Unperfekthaus (Seite | Page 32)

Gefördert von | Funded by

Ministerium für Familie, Kinder,
Jugend, Kultur und Sport
des Landes Nordrhein-Westfalen





