

## Creative City Berlin - und deren Voraussetzungen

„Internationale Zuwanderung als Chance für Nordostdeutschland?“



Dr. Suntje Schmidt  
4.11.2014 Jüterbog



### Topics


- ‚Creative City‘ Berlin
  - TTT, Super-Creatives und moderne Arbeitswelten
  - Creative Communities und Innovationen
  - Innovations- und Kreativlabs in Berlin
- Internationale ‚Creative City‘ – Eine Annäherung
- ‚Creative City‘ – internationale Zuwanderung – Chancen für Nordostdeutschland ? !



IRS

■ ‚Creative City‘ Berlin

Folie 3



IRS

### TTT, Super-Creatives und moderne Arbeitswelten

- Florida's kreative Klasse (2004: 69ff):
  - „Super creative core“: z.B. Wissenschaftler, Ingenieure, Dichter, Künstler, Entertainer, Schauspieler, Designer, Architekten, Meinungsbildner (Editoren, Analysten...) → Kreatives arbeiten beinhaltet „*producing new forms or designs that are readily transferable and widely useful*“ → Identifizierung und Lösen von Problemen
  - „creative professionals“: Beschäftigte in wissensintensiven Wirtschaftsbereichen wie bspw. High-Tech Industrien, Finanzsektor, Management, Gesundheitswirtschaft, Juristen → spezialisiertes Problemlösen

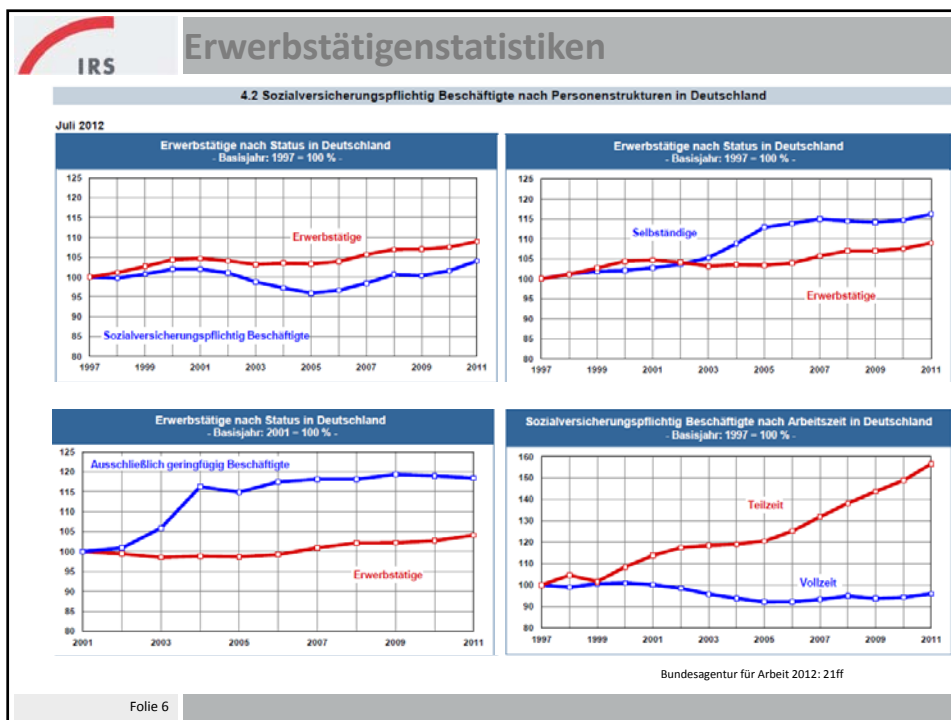
Folie 4


IRS

## TTT, Super-Creatives und moderne Arbeitswelten

- Innovativität und Kreativität werden zu Schlüsselkompetenzen
- **Veränderte Arbeitsmarktstrukturen und –anforderungen**
  - Entgrenzte Karrieren (Arthur 1994), Subjektive Karrieren (Khapova et al. 2007)
  - Entgrenzte Arbeit (z.B. Minssen 2000, Thiel 2008, Jurczyk et al. 2009)
  - Multiple Jobbing (Haak 2001)
  - Arbeitskraftunternehmer (Pongratz/Voss 2004)

Folie 5



 **IRS**

## Communities und Innovationen

- Wissensgemeinschaften als Quellen von Innovationen
  - Kleine, informelle Teams innerhalb von, aber auch quer zu Unternehmen („die Anwälte“, „die Biochemiker“)
  - Gemeinsame Vorhaben, Visionen, Werte, aufeinander bezogenes Handeln, geteilter Wissensbestand
  - Epistemische und Kreativgemeinschaften, Professionelle und Interessensgemeinschaften
- Innovationsprozesse aus Communities sind mobil und multilokal
- Kreative schaffen Jobs in ausgewählten Städten (Florida 2004) – „I want to have a place from where I can work“ (Ibert, Schmidt 2012)

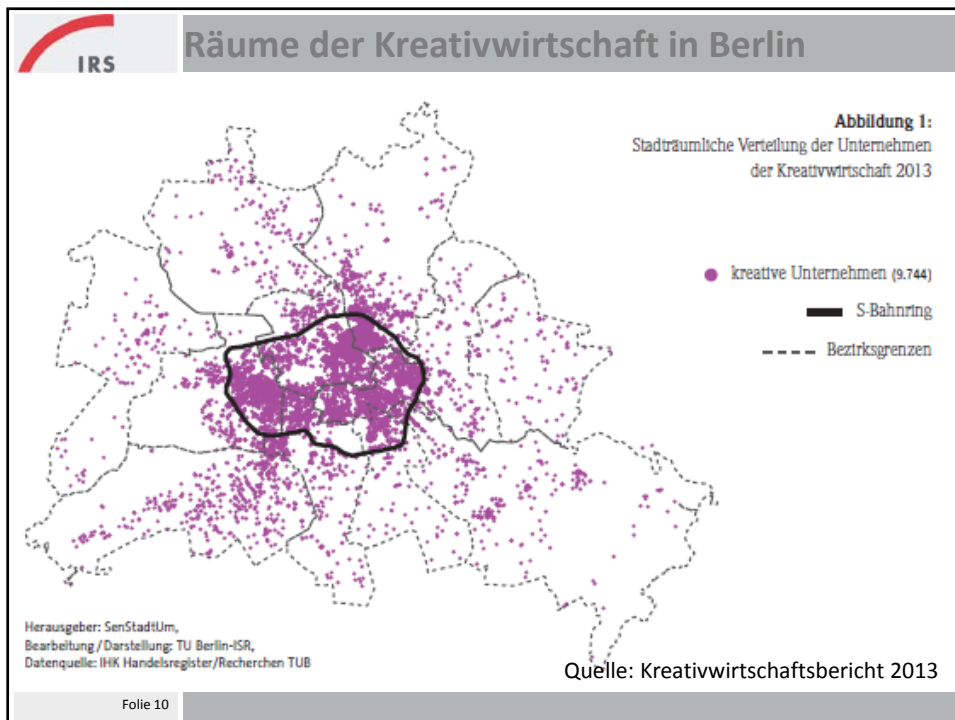
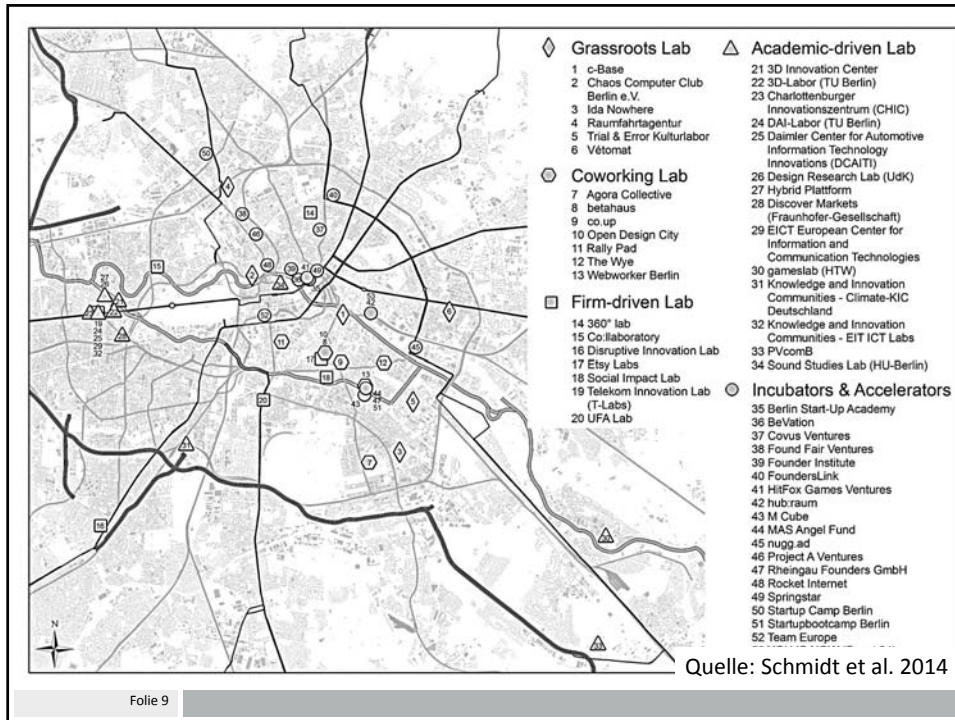
Folie 7

 **IRS**

## Innovations- und Kreativlabs in Berlin

	Gegenstand	Betreiber
<b>Grassroots Labs</b> (Handwerk, digitale Technologien, Kreativität)	Kreatives Experimentieren mit Ideen und Werkzeugen	Verein, oft non-profit
<b>Coworking Labs</b> (Kreativwirtschaft, v.a. Design, Medien, Software)	Verortung von entgrenztem Arbeiten und gemeinschaftlichem Lernen	Betreiber = Unternehmer
<b>Firm-driven innovation Labs</b> (Medien und IKT, Internet und mobile Dienste, Design, Beratung)	Verortung von ‚Open Innovation‘	eine oder mehrere Firmen
<b>Academic-driven innovation Labs</b> (technologie-intensive Wirtschaftsbereiche, z.B. IKT, Automotive)	Verortung ‚Open Innovation‘ und Beschleunigung Markteintritt	Öffentliche Forschungseinrichtungen / ggf. mit Konsortien (strategische Partnerschaften)
<b>Incubators and Accelerators</b> (Internet, Mobile Dienste, IKT, Medien, Software)	Zugang zu Kapital (Finanzen und Netzwerke) zur Kommerzialisierung innovativer Ideen	Investoren (z.B. Venture Capital, Business Angels, MNE)

Folie 8






IRS

- Internationale ‚Creative City‘ – Eine Annäherung

Folie 11

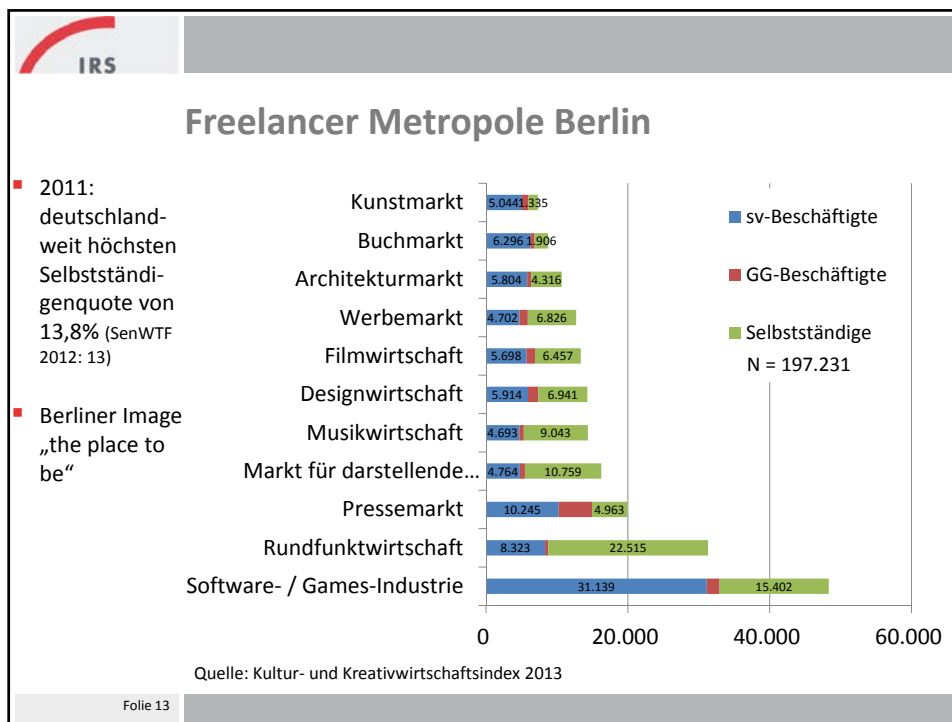


IRS

### ‚Start-Up Metropole‘ Berlin

- **Start-Up:** junge, wachstumsorientierte Unternehmen, jünger als 10 Jahre, deutliches Mitarbeiterwachstum und/oder deutliches Wachstum anderer zentraler Kennzahlen (z.B. Umsatz, Kunden, ...) und hohe Innovationsfähigkeit (Deutscher Startup Monitor 2013: 2)
- Ca. 5.000 Startups in Deutschland
- Kennzeichnend für Startups: Gründungen im Team (bei 76% der Startups), hoch qualifiziert
- Befragung Berliner Startups ergab in Bezug auf Internationalität:
  - Bestimmungen zur Beschäftigung von nicht-EU Bürgern wirkt sich für 43% der Befragten negativ aus
  - 53% der Startups, die VC erhielten, erhielten dies von ausländischen VC Gebern

Folie 12



**IRS**

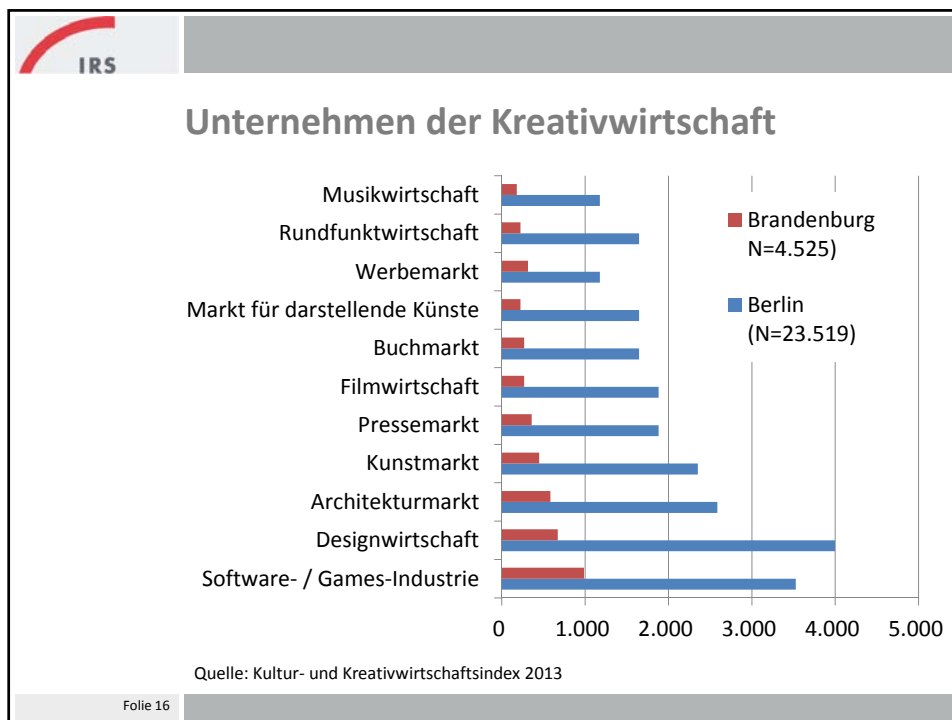
## „versteckte“ Global City Berlin

- Bisher Annahme: Berlin fehlen Hauptsitze globaler Unternehmen

Aber:

- International renommierte und große Unternehmen und Organisationen betreiben Innovations- und Kreativlabs in Berlin, z.B. Deutsche Telekom, Deutsche Post, Otto Group, Daimler AG, Vattenfall, Google, Microsoft

Folie 15



IRS

■ **„Creative City“ – internationale  
Zuwanderung – Chancen für  
Nordostdeutschland ? !**

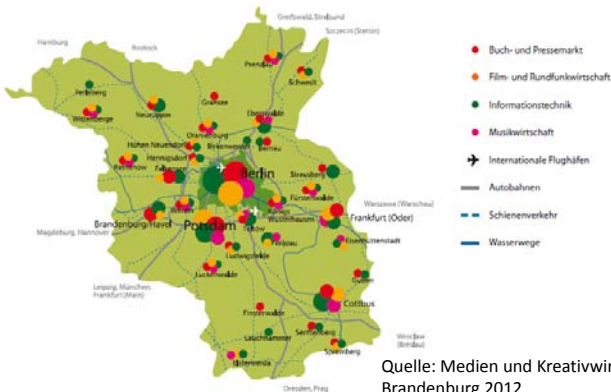
Folie 17



**IRS**

## Besondere Herausforderung

- „Talents – Technology – Tolerance“ (Florida 2004)
- Diversität, Offenheit, kulturell ansprechende Städte (Audretsch, Belitski 2013)




Quelle: Medien und Kreativwirtschaft in Berlin-Brandenburg 2012

Folie 18


**IRS**

## Anknüpfungspunkte I

- Differenzen erlebbar machen
  - Start-up Kultur – Großindustrie, medizinische Praxis – Sozialarbeit, Kunst – Technik, Hardware Hersteller – DIY-Community ... Dichte – Durchlässigkeit
- Freiräume schaffen
  - Geschützter, experimenteller Freiraum – Labs → organisationsübergreifende Bündelung von Ressourcen (öffentliche und private Ressourcen mobilisieren)
- Institutionelle Anerkennung von kreativer eigenständiger Projektarbeit außerhalb der Normalarbeit








Folie 19



IRS

## Anknüpfungspunkte II

- Adressaten identifizieren
  - Unternehmen, Communities, Spezialisten, Kapitalgeber für Kristallisationskerne und „Ökosysteme“
- Eigene Pull-Innovationen mobilisieren
  - Ausgang = Nutzerbedürfnisse, praktische Probleme → Identifizierung internationaler, kreativer Problemlöser und „Smart Specialisation“
- Temporäre Reize setzen
  - „Artist / Scientist in Residence“, Temporäre Unternehmen, „Pop-Up Restaurants / Stores“ → Von Innovations- und Kreativitätsdynamiken profitieren
  - Mobilität fördern

Folie 20