



Kultur- und Kreativwirtschaft in Chemnitz

Christof Schreckenber
Dipl.-Kaufmann

CREATIVE TIDE
Büro für Geschäfts- &
Persönlichkeitsentwicklung

Kontakt:
schreckenber@creativetide.de
www.creativetide.de



Christof Schreckenber

Woher komme ich?

- Diplom-Kaufmann
- Kulturmanager
- systemischer Coach
- Hochschuldozent für Entrepreneurship & Kultur- & Kreativwirtschaft

Geplanter
Tagesablauf

“... planning is guessing”

*Jason Fried &
David Heinemeier Hansson*

Gepanter Tagesablaufablauf

Tag 1:

- a) Einstieg ins Thema, Perspektiven der Akteure und ihrer Geschäftsmodelle WS
- Ankommen - Vorstellungsrunde - Erwartungen der Teilnehmer*innen - Auswertung zu Vorab-Wissenstest (30 Min)
 - Impuls zu KKW-Grundlagen / Seminarcharakter (60 min.)
 - Zwischenfragen und Q+A-Session (30 min.)

Pause (zur freien Verfügung in der Innenstadt)

- b) Unternehmerisches Denken und Handeln in der Kultur- und Kreativwirtschaft
- flexible Planung bei Ungewissheit (z. B. Corona)
 - Impuls zu Effectuation (dazu passende unternehmerische Handlungslogik aus der Entrepreneurshipforschung)
 - Q+A-Session (10 min., Referent)
- c) Ortstermin / Besichtigungstour Coworking Space
- Gespräche mit Betreibern (30 min.)
 - Gespräche mit weiteren Unternehmer*innen der KKW (45 min.)
 - Q+A-Session / Feedback (15 min.)

Geplanter Tagesablauf

Tag 2: Flexible unternehmerische Planungsmethoden aus der KKW

- a) Ankommen, Reflektion Tag 1 (15 min.)
- b) Unternehmerisches Denken und Handeln in der Kultur- und Kreativwirtschaft
Einführung in die Methodik des Business Model Canvas, Beispiele für
Anwendungsmöglichkeiten aus der KKW
- c) Übung: Erstellen eines eigenen Business Model Canvas am Beispiel Fritz-Theater
- d) Gespräche mit Betreibern (30 min.)

Pause (gemeinsame Mittagsversorgung)

- e) Theaterübungen - Auflockerung, Achtsamkeit für den Körper und eine positive
Ausstrahlung
- f) Führung durch das Fritztheater
- g) Ausschreibungen und Wettbewerbe
 - Kooperation mit Auftragnehmer*innen im KKW-Bereich (30 min.)
 - Feedback und Diskussion anhand realer Ausschreibungen (30 min.)
 - Bewertung kreativer Leistungen / Vergleichbarkeit kreativer Angebote (30 min.)
- c) Evaluation und Abschluss

Vorab-Wissenstest - unsere Auswertung:

Frage 1:	In wie viele Teilmärkte wird die Kultur- und Kreativwirtschaft offiziell unterteilt?		
Antworten der Teilnehmer (in %)			Richtige Antwort:
8 Teilmärkte	10 Teilmärkte	12 Teilmärkte	12 Teilmärkte
40 %	20 %	40 %	

Frage 2:	Welche der beiden aufgeführten Teilmärkte sind – gemessen an der Wertschöpfung – die größten innerhalb der sächsischen Kultur- und Kreativwirtschaft?		
Antworten der Teilnehmer (in %)			Richtige Antwort:
Pressemarkt & Software-Games-Industrie	Werbemarkt & Designwirtschaft	Musikwirtschaft & Markt für darstellende Künste	Pressemarkt & Software-Games-Industrie
10 %	90 %	0 %	

Frage 3:	Wie heißt die größte Werbefirma von Chemnitz?		
Antworten der Teilnehmer (in %)			Richtige Antwort:
Zebra	Haus E	Revolte	Zebra
70 %	30 %	0 %	

Frage 4:	2015 arbeiteten 71.000 Menschen in der sächsischen Kultur- und Kreativwirtschaft. Wie vielen davon waren Selbständige?		
Antworten der Teilnehmer (in %)			Richtige Antwort:
15.000	25.000	35.000	25.000
0 %	40 %	60 %	

Handout zur ausschließlichen Nutzung im Rahmen des EU-Projekts InduCCI

Frage 5:	Wie viel Prozent der Selbständigen in Sachsen im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten 2015 weniger als 17.500 € Jahresumsatz?		
Antworten der Teilnehmer (in %)			Richtige Antwort:
22 Prozent	42 Prozent	62 Prozent	62 Prozent
20 %	30 %	50 %	

Frage 6:	17.500 € Jahresumsatz ist für einen gewissen Teil der Kreativbranche eine besondere Zahl. Was hat es mit ihr auf sich?		
Antworten der Teilnehmer (in %)			Richtige Antwort:
umsatzsteuerliche Kleinunternehmergrenze	Beginn der Buchführungspflicht	Gewerbesteuerfreibetrag	Umsatzsteuerliche Kleinunternehmergrenze
90 %	0 %	10 %	

Frage 7:	Apropos Selbständigkeit: Stellen Sie sich vor, Sie machen sich morgen (im Hauptgewerbe in der Kreativbranche) selbständig und brauchen eine Krankenversicherung. Was ist der Mindestbeitrag, den die gesetzliche Krankenversicherung (inkl. Pflegeversicherung) bei Ihnen ansetzt (unabhängig von der realen Höhe Ihrer ersten Einkünfte)?		
Antworten der Teilnehmer (in %)			Richtige Antwort:
140 €	200 €	260 €	200 €
30 %	10 %	60 %	

Frage 8:	Was ist das "Business Model Canvas"?		
Antworten der Teilnehmer (in %)			Richtige Antwort:
der Nachfolger von Adobe Photoshop	das Geschäftsmodell der globalen Grafikdesign-Plattform www.canva.com	eine Methode, die bei der Entwicklung und Überarbeitung innovativer und komplexer Geschäftsmodelle unterstützt	eine Methode, die bei der Entwicklung und Überarbeitung innovativer und komplexer Geschäftsmodelle unterstützt
0 %	0 %	100 %	

Handout zur ausschließlichen Nutzung im Rahmen des EU-Projekts InduCCI

Frage 9:	Welche Aussage stimmt nicht: Die Unternehmen der sächsischen Kultur- und Kreativwirtschaft...		
Antworten der Teilnehmer (in %)			Richtige Antwort:
...sind stark auf Dienstleistungen ausgerichtet, die in hohem Maße lokal und regional vermarktet und vertrieben werden.	...erzielen vergleichsweise hohe Umsatzanteile auf den Auslandsmärkten und weisen deshalb relativ hohe Exportquoten auf.	...erhalten in vier von fünf Fällen ausschließlich Aufträge aus dem Inland.	...erzielen vergleichsweise hohe Umsatzanteile auf den Auslandsmärkten und weisen relativ hohe Exportquoten auf.
20 %	50 %	30 %	

Frage 10:	In welchem Bereich der sächsischen Kultur- und Kreativwirtschaften arbeiten die meisten Menschen?		
Antworten der Teilnehmer (in %)			Richtige Antwort:
Software/Games-Industrie	Werbemarkt	Buchmarkt	Software/Games-Industrie
10 %	90 %	0 %	

Frage 11:	Welche Aussage stimmt? Die sächsische Kultur- und Kreativwirtschaft ist...		
Antworten der Teilnehmer (in %)			Richtige Antwort:
...kleinteilig strukturiert, d. h. gearbeitet wird vielfach in Kleinstunternehmen oder in der Soloselbstständigkeit.	...weist vielfältige Unternehmensgrößen auf, sodass kein Trend zu bestimmten Betriebsgrößen erkennbar ist.	...wird von mittelständischen Unternehmen dominiert.	...kleinteilig strukturiert, d. h. gearbeitet wird vielfach in Kleinstunternehmen oder in der Soloselbstständigkeit.
50 %	40 %	10 %	

Frage 12:	Im Sinne des Drei-Sektoren-Modells zählt die sächsische Kultur- und Kreativwirtschaft weitestgehend...?		
Antworten der Teilnehmer (in %)			Richtige Antwort:
...zum privaten Sektor	...zum öffentlichen Sektor	...zum intermediären Sektor	...zum privaten Sektor
50 %	0 %	50 %	

Frage 13:	Unternehmen der sächsischen Kultur- und Kreativwirtschaft zahlen vor Ort Steuern. Ab welchem Gewerbeertrag (entspricht in der Regel dem Jahresgewinn) bspw. muss ein gewerbetreibender, solselbständiger Software-Entwickler in Chemnitz Gewerbesteuer zahlen?		
Antworten der Teilnehmer (in %)			Richtige Antwort:
ab 24.500 €	ab 36.750 €	ab 49.000 €	ab 24.500 €
80 %	20 %	0 %	

Frage 14:	Wir bleiben beim Beispiel der Gewerbesteuer in Chemnitz. Ein „Kreativer“ macht 30.000 € Jahresgewinn. Wie hoch ist die Gewerbesteuer, die er direkt an die Stadt Chemnitz (Stadtkasse) zahlt?		
Antworten der Teilnehmer (in %)			Richtige Antwort:
432 €	864 €	1.296 €	864 €
10 %	50 %	40 %	

Frage 15:	Was verbirgt sich hinter dem Begriff KSK?		
Antworten der Teilnehmer (in %)			Richtige Antwort:
Künstlerbund Sachsen	Künstlersozialkasse	Kreatives Sachsen Kompetenzzentrum	Künstlersozialkasse
0 %	100 %	0 %	

Frage 16:	Warum ist die Künstlersozialkasse für Teile der Kultur- und Kreativschaffenden wichtig? Welche Aussage stimmt? Die KSK...		
Antworten der Teilnehmer (in %)			Richtige Antwort:
...ermöglicht selbständigen Künstlern und Publizisten einen Zugang zur gesetzlichen Kranken-, Pflege- und Rentenversicherung und finanziert de facto den Arbeitgeberanteil.	...versichert nebenberufliche Künstler, die ihr überwiegendes Einkommen aus einer anderweitigen Haupttätigkeit beziehen.	...versichert auch solche selbständigen Künstler und Publizisten, die mehr als einen Arbeitnehmer beschäftigen.	...ermöglicht selbständigen Künstlern und Publizisten einen Zugang zur gesetzlichen Kranken-, Pflege- und Rentenversicherung und finanziert den Arbeitgeberanteil.
100 %	0 %	0 %	

Frage 17:	Kreatives Chemnitz e. V. beauftragt einen selbständigen Grafiker mit grafischen Entwürfen für den Hang zur Kultur 2020. Der Auftragswert liegt bei 1.500 €. Wie hoch ist die Künstlersozialabgabe, die Kreatives Chemnitz an die Künstlersozialkasse abführen muss?		
Antworten der Teilnehmer (in %)			Richtige Antwort:
33 €	63 €	93 €	63 €
40 %	40 %	20 %	

Frage 18:	2015 hat Kreatives Chemnitz unter seinen Mitgliedern gefragt, wie hoch der durchschnittliche Stundensatz war, den sie für ihre Dienstleistungen verlangen? Die Spanne war äußerst groß, aber wie hoch war er im Schnitt?		
Antworten der Teilnehmer (in %)			Richtige Antwort:
41 €	53 €	65 €	53 €
20 %	80 %	0 %	

Frage 19:	Wie viele Mitgliedsunternehmen vertritt der Branchenverband "Kreatives Chemnitz" aktuell in Chemnitz und Umgebung?		
Antworten der Teilnehmer (in %)			Richtige Antwort:
55 Mitgliedsunternehmen	70 Mitgliedsunternehmen	85 Mitgliedsunternehmen	85 Mitgliedsunternehmen
20 %	50 %	30 %	

Statistik I:	Wo arbeiten Sie?			
Verwaltung (ohne Wirtschaftsförderung)	Wirtschaftsförderung	Vereinswesen	anderer Bereich	möchte keine Angabe machen
50 %	10 %	0 %	40 %	0 %

Statistik II:	Ihr Geschlecht?		
männlich	weiblich	divers	möchte keine Angabe machen
20 %	70 %	0 %	10 %

Statistik III:	Ihr Alter?			
bis 29 Jahre	30-44 Jahre	45-59 Jahre	60 Jahre und älter	möchte keine Angabe machen
10 %	60 %	20 %	10 %	0 %

Kultur- und Kreativwirtschaft:

1. Definitionen, Tücken, Missverständnisse

- Begriff und Definition
- Abgrenzung zu anderen Konzepten
- Charakteristika der Unternehmer*innen
- Wie ticken die kreativen Akteure?
- Kennzahlen
- Drei-Sektoren-Modell und Kommunikation
- Besonderheiten von Kreativbranchen

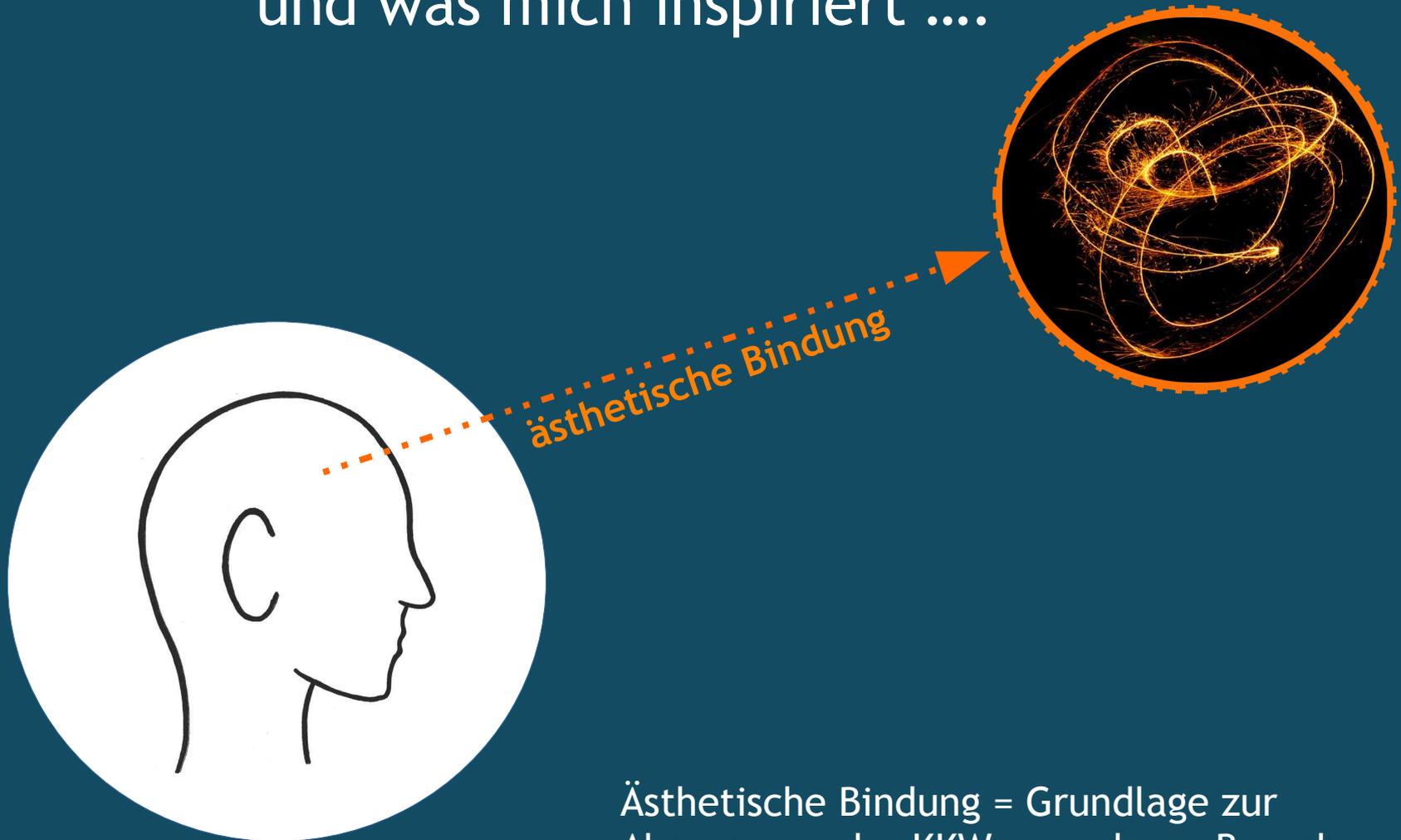
Aktuelle Begriffsdefinition:

Unter **Kultur- und Kreativwirtschaft** werden diejenigen Kultur- und Kreativunternehmen erfasst, welche **überwiegend erwerbswirtschaftlich** orientiert sind und sich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und/oder medialen Verbreitung von kulturellen/ kreativen Gütern und Dienstleistungen befassen [...].

[...] Der wirtschaftlich verbindende Kern jeder kultur- und kreativwirtschaftlichen Aktivität ist der sogenannte **schöpferische Akt** [...].



Ausgehend von dem,
was ich bin,
was ich kann
und was mich inspiriert ...



Ästhetische Bindung = Grundlage zur
Abgrenzung der KKW zu anderen Branchen

„Der Begriff des „schöpferischen Aktes“ ist eine gedankliche Konstruktion, die empirisch entweder durch das „Werk“ oder durch den „Schöpfer/Urheber“ konkretisiert werden kann.

Aus empirisch-pragmatischen Gründen wird für die vorliegende Untersuchung der Künstler und Künstlerin oder Kreative als Träger des schöpferischen Aktes eingeführt.“

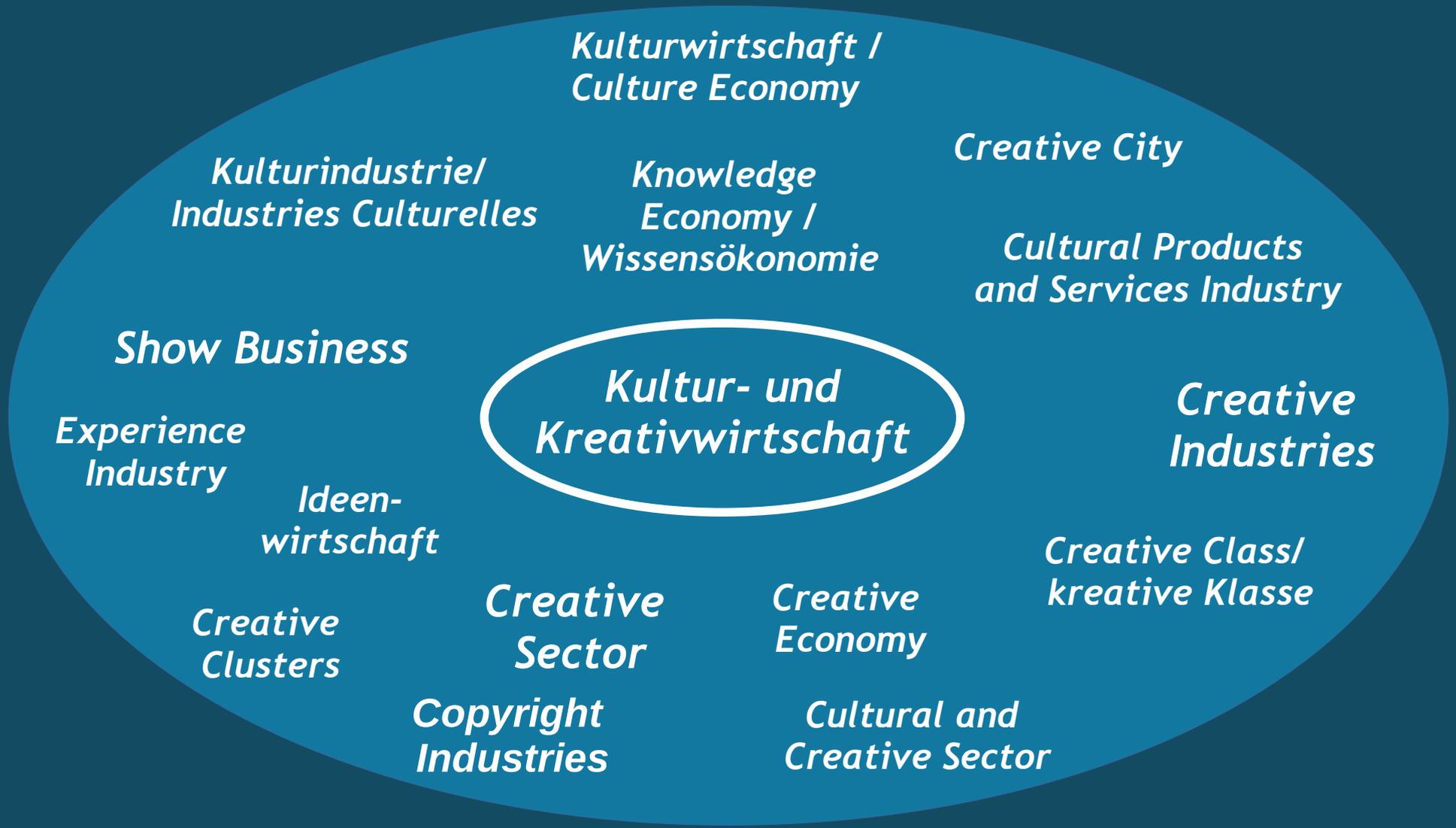
(Quelle: BMWi 2009a, S.26)

Handout zur ausschließlichen Nutzung im Rahmen des EU-Projekts InduCCI

Die Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft



Quelle: Eigene Darstellung gem. Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Gesamtwirtschaftliche Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland, Forschungsgutachten, Berlin 2009



*Semantische Hölle /
Semantic Hell*

“If you’re going through hell, keep going“

Winston Churchill

Unterschiede zu anderen international bekannten Konzepten, beispielsweise aus der Stadt- und Regionalplanung:

Beispiel 1:

Richard Florida's Konzept der
"Creative Class"

Tätigkeitsklassen nach Richard Florida:

Klasse		Berufsgruppen (Beispiele)
Kreative Klasse	Hochkreative Berufe (Supercreative Core)	Informatiker, Mathematiker, Physiker, Architekten, Ingenieure, Beschäftigte in Bildung, Kunst, Design, Entertainment, Sport, Medien
	Kreative Berufe (Creative Professionals)	Management, Unternehmens- und Finanzbereich, Rechts- und Gesundheitswesen, technische Berufe
Herkömmliche Berufsklassen	Arbeiterklasse	Bauberufe, Installateure, Produktionsberufe, Transportwesen
	Dienstleistungsklasse	Einfache Tätigkeiten im Gesundheits- und Pflegebereich, Gastronomie, Reinigungsberufe
	Landwirtschaft	Bauern, Fischer, Förster

In einem späteren Buch von 2017 „The New Urban Crisis“ relativiert Richard Florida einen erheblichen Teil seiner Thesen, bezieht sich aber im wesentlichen auf amerikanische Städte.

(Quelle: Berlin-Institut für Bevölkerung und Entwicklung, 2007, S. 5)

Tätigkeitsklassen nach Richard Florida:

	Indikator	Beschreibung
Technologie	High-Tech-Index	Regionales Wirtschaftswachstum in Sektoren wie Software, Elektronik, Biotechnologie, Ingenieurwesen
	Innovations-Index	Anzahl der angemeldeten Patente pro Kopf der Bevölkerung
Talente	Kreative Klasse	Anteil der Beschäftigten in kreativen Berufen an den Erwerbstätigen
	Humankapital	Anteil der Personen höherem Bildungsabschluss an der Bevölkerung (mit mindestens Bachelor-Abschluss)
Toleranz	Melting-Pot-Index	Anteil der im Ausland geborenen Personen an der Bevölkerung
	Gay-Index	Anteil der Homosexuellen an der Gesamtbevölkerung
	Bohemien-Index	Anteil an Schriftstellern, Schauspielern, Regisseuren, Musikern, Designern, Fotografen, Tänzern
	Composite-Diversity-Index	Gay-Index, Melting-Pot-Index und Bohemien-Index zusammen

(Quelle: Berlin-Institut für Bevölkerung und Entwicklung, 2007, S. 6)

Beispiel 2:

Charles Landry's Creative City Concept

Ursprungskonzept 1995:

Ausgangspunkte waren damals Probleme von Großstädten

- => dezentralisierte städtische Umfelder
- => verschwindende Strukturen von Städten
- => diffuse Städte / Satellitenstädte
- => soziale Brennpunkte / Unorte

“We take a different view; that there is nothing insoluble or inevitable about new problems if we can put them in the proper focus and apply the right tools.”

"Wir sind der Meinung, dass neue Probleme nicht unlösbar oder unausweichlich sind, wenn wir sie in den richtigen Fokus rücken und die richtigen Werkzeuge anwenden können."

(Landry, Charles & Bianchini, Franco, 1995, S. 16).

Fokus des Ursprungskonzepts:

Der Wert des kulturellen Lebens einer Stadt, ihrer Kreativindustrie und der dazu gehörigen 'kreativen Klasse'.

Der Ansatz - Annahmen:

- Kreatives Denken ist ein Weg, um sich von rigiden vorgefassten Meinungen zu lösen
- Bestimmte komplexere Phänomene lassen sich nicht in strikt logischer Manier lösen.
- Die Wichtigkeit logischer, rationaler und technischer Denkweise wurden nicht in Frage gestellt, aber dafür eine Erweiterung des methodischen Werkzeugkastens gefordert.

Forderung nach

neuen Wegen des „Redens“, des „Mappings“, des „Beschreibens“, von Recherche und Entwicklung, Selektion von Prozessen, Orchestrierung, Monitoring, ...

(vgl. Landry, Charles & Bianchini, Franco, 1995, S. 17 u. S. 55/56)

Über die Jahre wurde der Ansatz weiterentwickelt, teils breiter gefasst und methodisch verfeinert.

In einem Pilotprojekt mit der Metropole **Bilbao** wurde 2008/2009 erstmals der **Creative City Index** erstellt. Von Charles Landry und Jonathan Hyams entwickelt dient er dazu, **Städte ganzheitlich zu bewerten**.

(Quelle: Landry, Charles 2016a, abgerufen von <http://charleslandry.com/themes/creative-cities-index/>)

Making Great Cities

“The great city has a clarity of purpose and it knows where it is going. It is a blend of hardware (its physical fabric like streets buildings and parks), software (its activity base like its enterprise, its cultural life or its shopping experiences), and 'orgware' (how it is organized, managed and governed).”

"Die großartige Stadt hat ein klares Ziel und weiß, wohin sie will.

Sie ist eine Mischung aus

Hardware

(ihrer physischen Struktur wie Straßen, Gebäude und Parks),

Software

(ihrer Aktivitätsbasis wie Unternehmen, kulturelles Leben, Einkaufserlebnisse) und

'Orgware'

(wie sie organisiert, verwaltet und regiert wird)."

Kreativität sieht Landry heute eher als Denkweise, bzw. als eine Form der inneren Haltung -
offen, fließend, mit der Fähigkeit, zuzuhören.

So beschreibt er einen Prozess der Öffnung für schöpferische Ansätze und Vorstellungskraft, der den Bezug zur Alltagskultur einer Stadt verdeutlicht.

„Eine kreative Stadt ist ein Ort, der eine Alltagskultur etabliert hat, in der jeder potenziell kreativ sein kann.“

(Quelle: brandeins Wissen 2015, *Die beste Stadt für die Welt*, Interview mit Charles Landry).

Unterschied zu Florida's Konzept der kreativen Klasse:

Charles Landry:

„Selbstverständlich gibt es bestimmte Gruppen von Menschen, die kreativer denken und handeln als andere. Wenn Sie aber eine ganze Stadt dazu bringen wollen, sich dauerhaft neu zu erfinden, müssen Sie alle einbeziehen. (...)

*Ich denke weniger in Gruppen, sondern betrachte die **schöpferische Energie**, den Einfallsreichtum eines Ortes. Ein Unternehmer mit einer tollen Idee ist in dieser Hinsicht ebenso wichtig wie ein Sozialarbeiter, der die Bewohner eines heruntergekommenen Wohnblocks zur Selbsthilfe bewegt.“*

(Quelle: brandeins Wissen 2015, Die beste Stadt für die Welt, Charles Landry, Experte für Stadtentwicklung, im Interview mit Sebastian Borger und Peter Lau. Abgerufen am 07.12.2015 von <http://www.brandeins.de/wissen/bo-city-of-wood/die-beste-stadt-fuer-die-welt/>)

Aktuell konzentriert sich Charles Landry auf die Orgware mit seinem Buch „Creative Bureaucracy“ und er ist Präsident des gleichnamigen Festivals in Berlin.



CHARLES LANDRY
Festival President

The banner features a crowd of people at a festival. In the top left corner, the text 'CREATIVE BUREAUCRACY FESTIVAL' is displayed next to a green lightbulb icon. In the top right corner, there are logos for 'PD FALLING WALLS FOUNDATION', 'EN | DE', a search icon, and a menu icon. The main text in the center reads 'CREATIVE BUREAUCRACY FESTIVAL 2021' in large green letters, with '13 – 17 September 2021 | Wo auch immer Sie sind' below it. A large green lightbulb icon is overlaid on the right side of the banner.

Quelle: <https://creativebureaucracy.org/de/>

Definitionskern des deutschen KKW-Begriffs aus Bundessicht (WMK-Modell):*

überwiegend
erwerbswirtschaftlicher
Charakter

Branchenorientierung

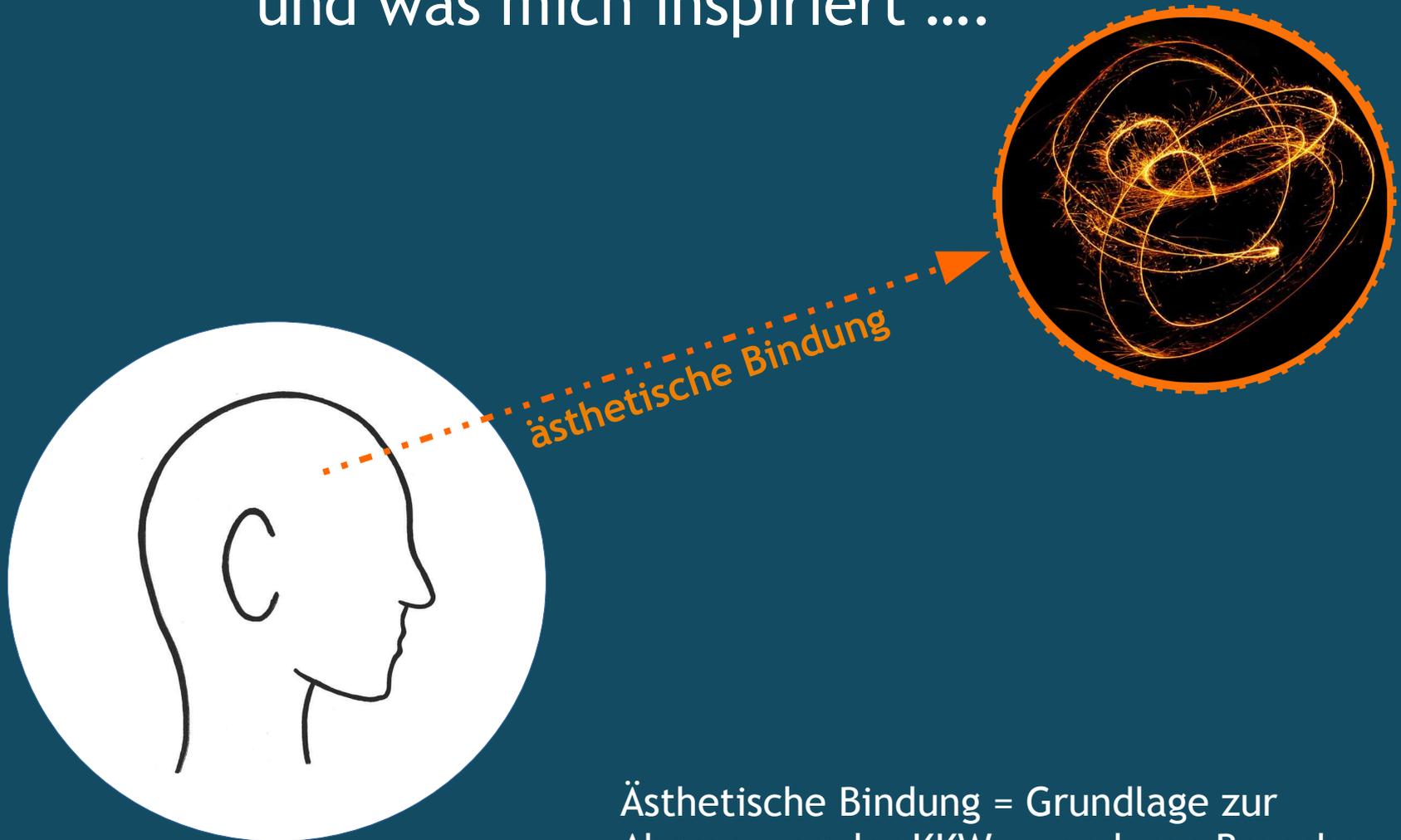
+

Binnensegmentierung

schöpferischer Akt

besonderer
Fokus auf den/die
Künstler*in

Ausgehend von dem,
was ich bin,
was ich kann
und was mich inspiriert ...



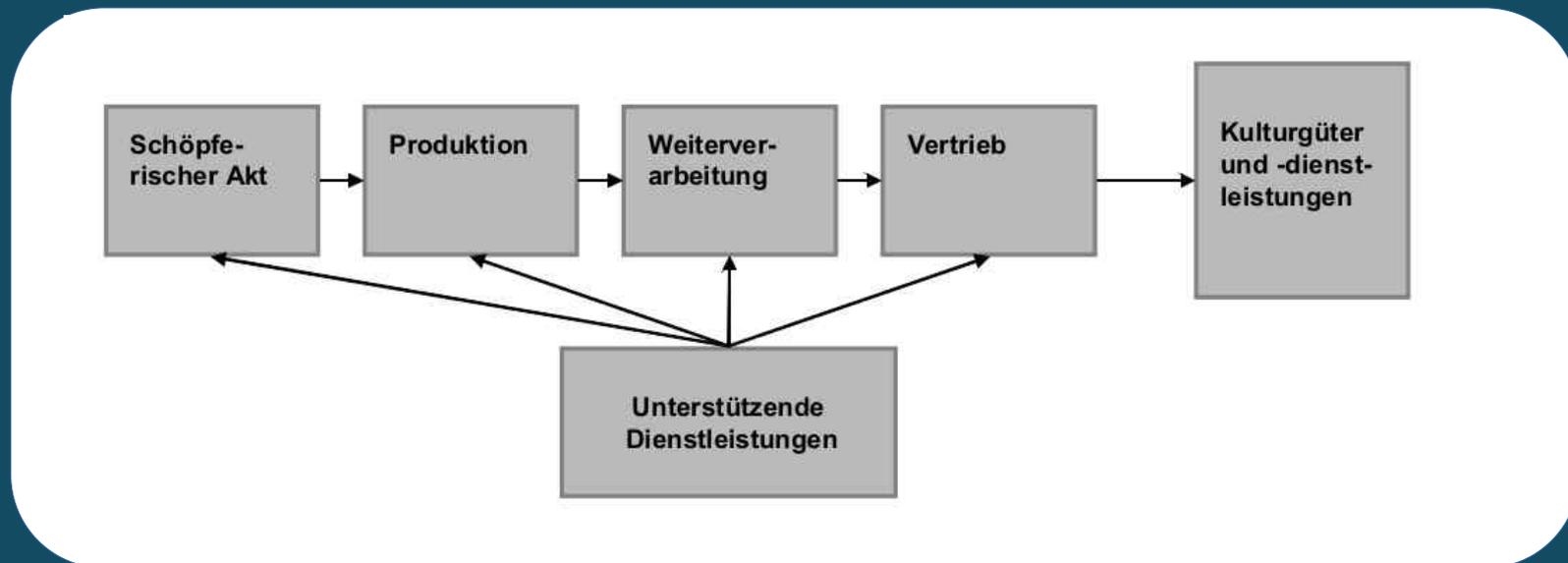
Ästhetische Bindung = Grundlage zur
Abgrenzung der KKW zu anderen Branchen

Schöpferischer Akt und Wertschöpfungsketten

Einen weiteren Aspekt bildet das Konzept der **“kulturellen Wertschöpfungsketten”**, das international an Bedeutung gewonnen hat.

Es beleuchtet den Prozess vom **schöpferischen Akt** kultureller Aktivitäten Schritt für Schritt bis Aufnahme des Ergebnisses durch Publikum und Kritik. Das erlaubt eine tiefere Betrachtung der zugrundeliegenden Prozesse und der daran Beteiligten.

Darstellung der KKW-Wertschöpfungskette 2007



(Quelle: Deutscher Bundestag 2007, S. 347)

Spätere Darstellung des Wertschöpfungsmodells der Kultur- und Kreativwirtschaft aus einer Prognos-Studie 2012:



(Quelle: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie 2012. Die Kultur- und Kreativwirtschaft in der gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfungskette - Wirkungsketten, Innovationen, Potentiale; Langfassung/Endbericht, S.17)

Handout zur ausschließlichen Nutzung im Rahmen des EU-Projekts InduCCI Warum hat man sich die Wirtschaftsministerkonferenz (WMK) damals für eine Branchenorientierung entschieden ?



Quelle: Eigene Darstellung gem. Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Gesamtwirtschaftliche Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland, Forschungsgutachten, Berlin 2009

Branchenorientierung:

Im internationalen Kontext ist das deutsche Modell und seine statistischen Daten mit anderen internationalen Modellen vergleichbar, bzw. auch unterscheidbar.

Der KKW-Begriff unterscheidet sich von anderen Begriffen einzelner Länder oder der EU. So verwendet die EU den Begriff der Kultur- und Kreativindustrien (KKI) mit ihren Untergruppierungen Kulturindustrien, Kreativindustrien und periphere Ebene.

Die statistische Klammer bzw. Vergleichbarkeit ergibt sich aus der gemeinsamen statistischen Klassifikation der gängigsten internationalen Modelle. Sie basieren alle auf der **NACE Rev. 2 Wirtschaftsklassifikation** (entspricht WZ-2008).

„Die Abgrenzung erfolgt nach der europäischen Wirtschaftszweigklassifikation NACE Rev. 2.

Sie wurde in Anlehnung an die verwandten Konzepte UNESCO Framework for Cultural Statistics, ESSnet Culture Statistics und European Cluster Observatory zur Kultur- und Kreativwirtschaft erstellt.“

(Quelle: BMWI, 2010, S. 149).

Handout zur ausschließlichen Nutzung im Rahmen des EU-Projekts InduCCI

Statistische Abgrenzung der KKI aus europäischer Sicht

European Culture and Creative Industries Statistics - NACE Rev.2

NACE Rev.2 3 and 4-digit-code	Description
Service activities in the Culture and Creative Industries (CCI)	
58.1	Publishing of books, periodicals and other publishing activities
58.2	Software publishing
59.1	Motion picture, video and television programme activities
59.2	Sound recording and music publishing activities
60.1	Radio broadcasting
60.2	Television programming and broadcasting activities
62.01	Computer programming activities
63.12	Web portals
63.91	News agency activities
71.11	Architectural activities
73.1	Advertising
74.1	Specialised design activities
74.2	Photographic activities
74.3	Translation and interpretation activities
77.22	Renting of video tapes and disks
85.52	Cultural education
90.0	Creative, arts and entertainment activities
91.0	Libraries, archives, museums and other cultural activities
Retail sale activities in the CCI	
47.59*	Proportion: retail sale of musical instruments and scores in specialised stores
47.61	Retail sale of books in specialised stores
47.62	Retail sale of newspapers and stationery in specialised stores
47.63	Retail sale of music and video recordings in specialised stores
47.78*	Proportion: retail sale art, pictures, craftwork in specialised stores
47.79*	Proportion: retail sale of antique rugs and second-hand bookstores in stores
Arts and crafts activities in the CCI or related activities	
18.14	Binding and related services
32.1	Manufacture of jewellery and related articles
32.2	Manufacture of musical instruments

Notes: NACE Rev.2 = Statistical classification of economic activities in the European Community, 2008; *proportion of the class
 Source: Arbeitskreis Kulturstatistik e.V. / German Working Group on Cultural Statistics, Berlin/Cologne 2011

Branchengliederung der Kultur- und Kreativwirtschaft	
11 Teilmärkte	
I. Kulturwirtschaft	
1.	Musikwirtschaft
2.	Buchmarkt
3.	Kunstmarkt
4.	Filmwirtschaft
5.	Rundfunkwirtschaft
6.	Markt für Darstellende Künste
7.	Designwirtschaft
8.	Architekturmarkt
9.	Pressemarkt
II. Kreativbranchen	
10.	Werbemarkt
11.	Software/ Games-Industrie
I. + II. Kultur- und Kreativwirtschaft	
Hinweis: In der späteren statistischen Gliederung wird zusätzlich eine Kategorie „Sons- tiges“ eingeführt, die besonderen statistischen Zwecken dient oder eine Aufnahme neuer Wirtschaftszweige ermöglicht.	

(Quelle: BMWi 2009a, S. 23)

Mit der 12. Teilbranche „sonstige“ möchte man einzelne Berufsbilder, ggf. auch geographisch begrenzt, einbeziehen können (z. B. Kunsthandwerk im Erzgebirge, kreatives Handwerk) oder neue Beschäftigungsfelder bei Bedarf flexibel einbinden.

Hier verbindet sich wissenschaftliche Genauigkeit zwangsweise mit pragmatischen Erfordernissen. Wie wichtig die Anpassungsmöglichkeit einer solchen Klassifizierung sein kann, zeigt auch die Erweiterung des britischen Konzepts um „creative intensities“.

Verfeinerung der deutschen Statistik durch den neuen statistischen Leitfadens 2016:

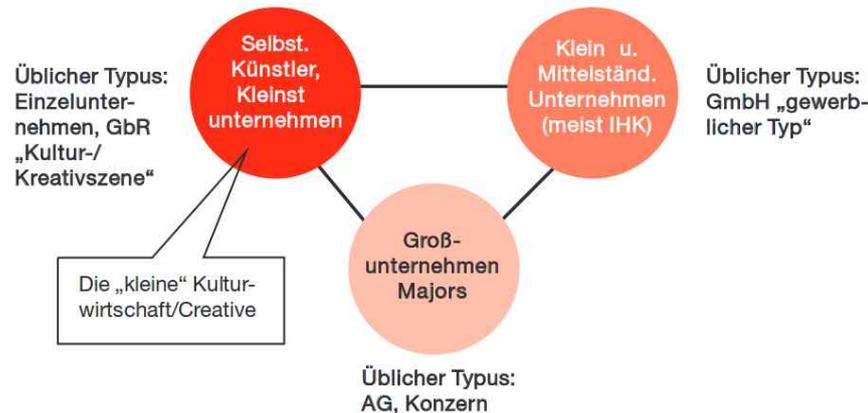
Die Binnensegmentierung konnte später stärker heruntergebrochen werden, zum einen durch die Aufarbeitung der empirischen Erkenntnisse anhand der Orientierungsberatungen des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes sowie deren statistische Aufbereitung/ Abgleich durch Michael Söndermann.

Zum anderen wurden im neuen statistischen Leitfaden der KKW (WMK 2016) als Datenquellen der Umsatzsteuerstatistik nicht nur die Umsatzsteuervoranmeldungen (ab 17.500,- € Jahresumsatz) hinzugezogen, sondern auch die Daten der Umsatzsteueranmeldung (ab 0,- € Jahresumsatz). Dieses wurde dann um Mini-Jobber ergänzt.

Quellen:

- Präsentation Michael Söndermann im Workshop mit Multiplikatoren der Kompetenz- und Kreativzentren und weiteren Experten: 3. Impuls zu Zukunftsfragen der Kulturwirtschaftsforschung im Rahmen des Forum Europe Ruhr 2017 (FER17), 6. September 2017, Philharmonie Essen
- Leitfaden zur Erfassung von statistischen Daten für die Kultur- und Kreativwirtschaft (Fassung 2016), im Auftrag des Arbeitskreis Kultur- u. Kreativwirtschaft in der Wirtschaftsministerkonferenz, Bearbeiter; Michael Söndermann
<http://www.kulturwirtschaft.de/2017/03/30/bericht-des-arbeitskreis-kultur-und-kreativwirtschaft-der-wirtschaftsministerkonferenz/>

Relevante Akteurstypen der
Kulturwirtschaft / Creative Industries



Binnensegmentierung:

Nach dem Vorbild des schweizerischen Modells wird in der Kultur- und Kreativwirtschaft eine Binnensegmentierung nach Unternehmensgrößen vorgenommen:

(Quelle: Söndermann, M. & Fesel, B. , aus: RheinEnergieStiftung Kultur, Köln 2007. S. 18)

Zum weiteren Verständnis zur genannten Segmentierung siehe in der Langfassung des Berichtes 577 des BMWi, BMWi 2009a, S. 28-29.

Unternehmenstypen

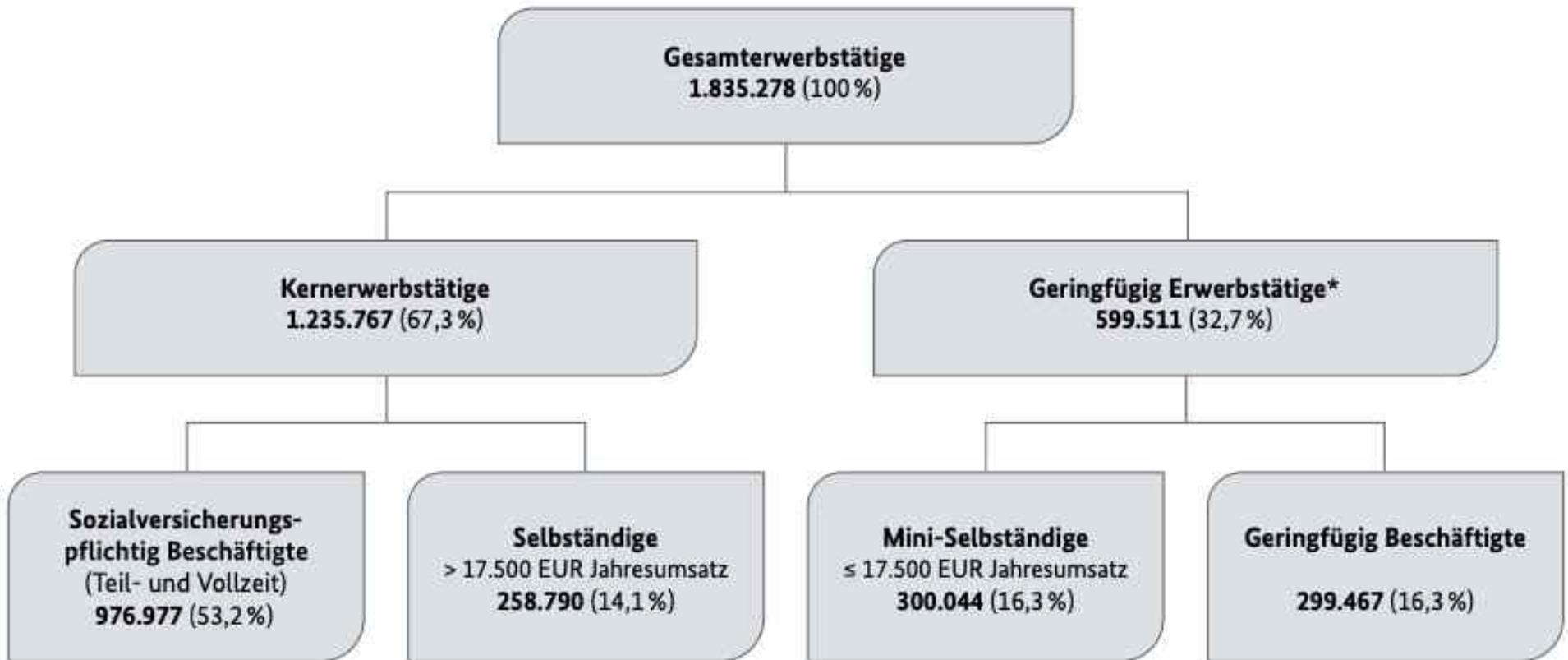
KKW

Traditionelle
Wirtschaft

43% KMUs

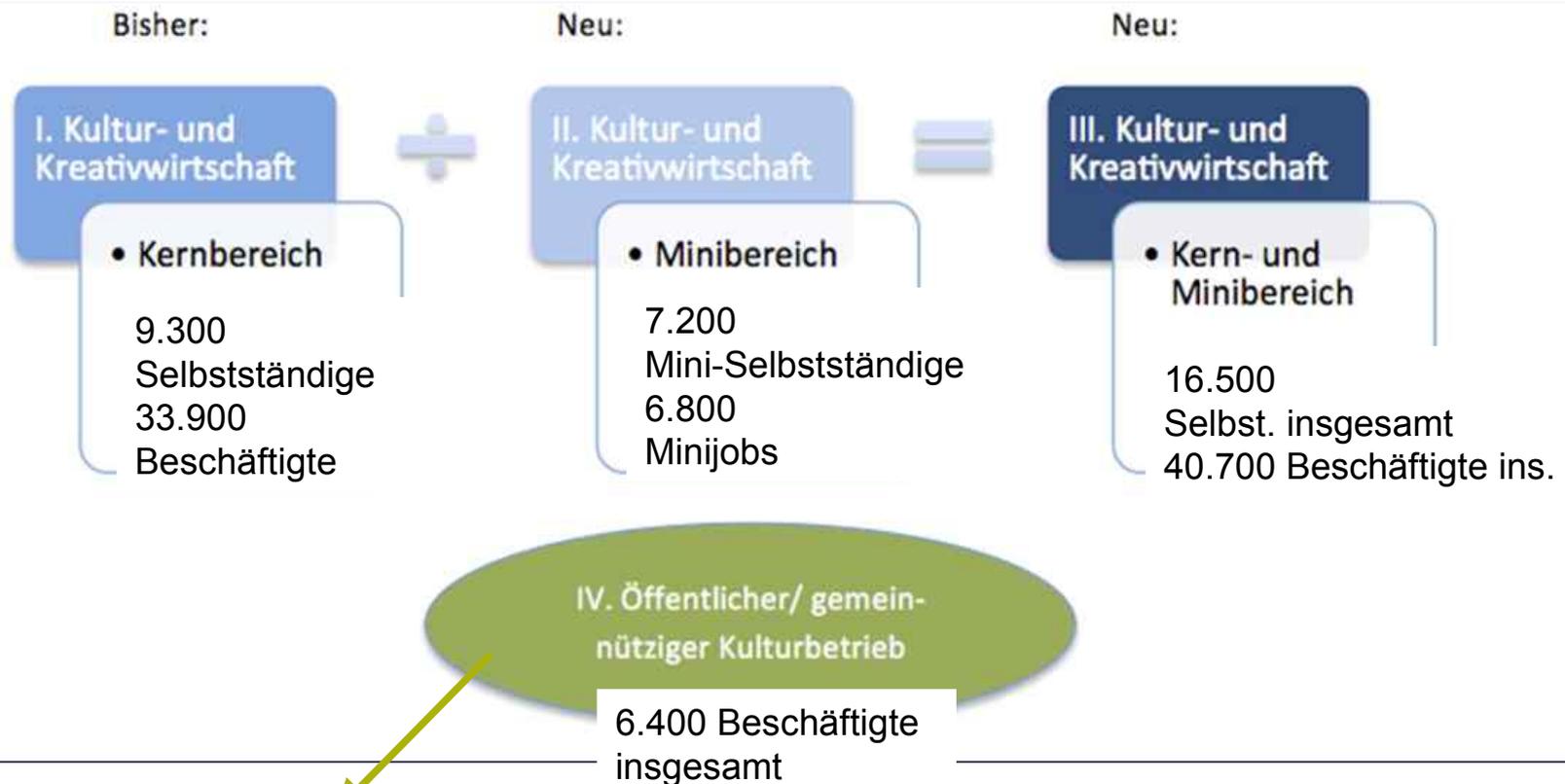
91%
Großunternehmen
(Beispiel Automobilwirtschaft)

Gesamterwerbstätige in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Beschäftigungsart, 2019



Quelle: Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung, Monitoringbericht der Kultur- und Kreativwirtschaft 2020, Kurzfassung, S. 9

Das Beispiel der Kölner Kultur- und Kreativwirtschaft in Zahlen, 2016*



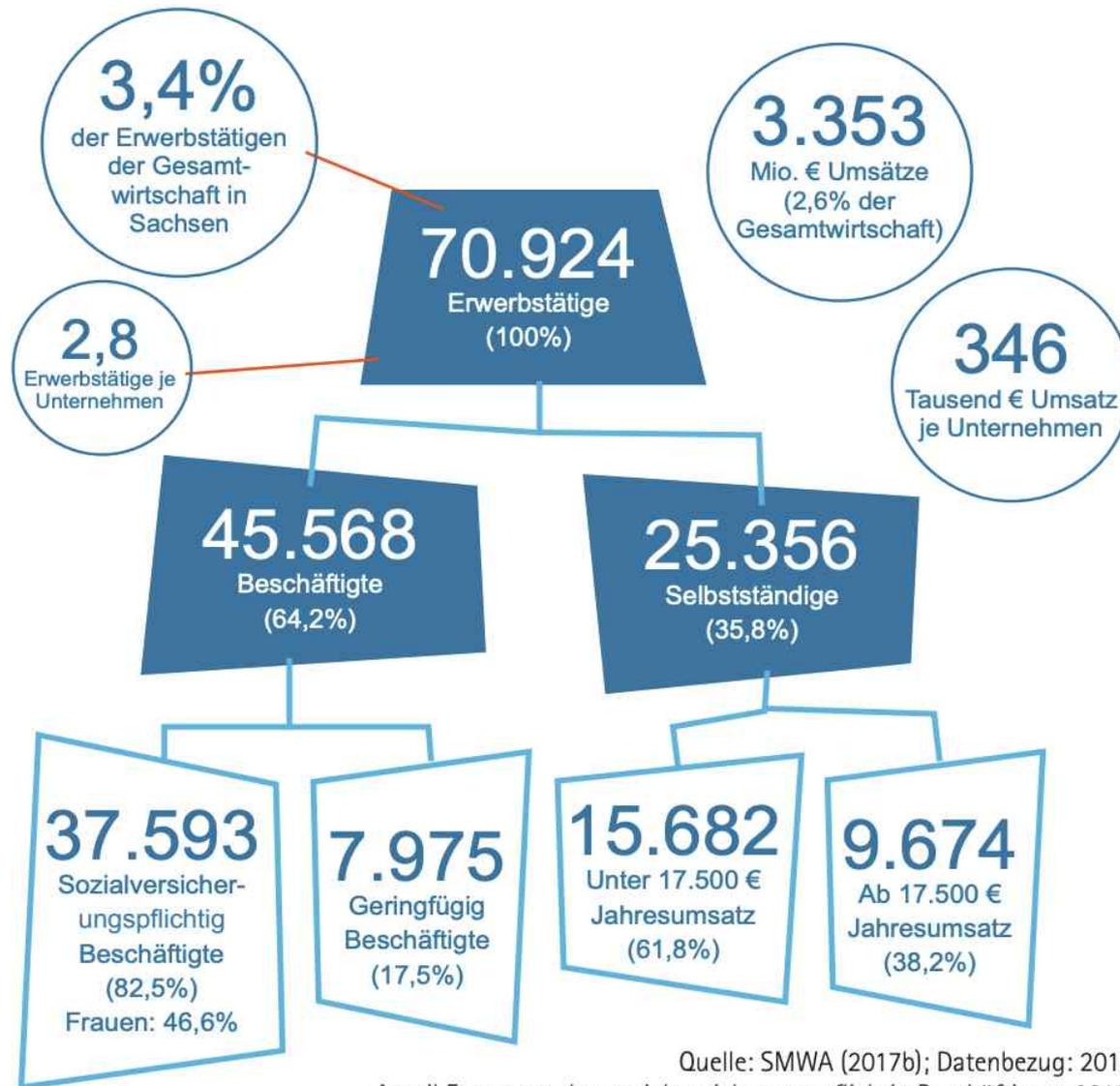
Im neuen statistischen Leitfaden 2016 wieder aufgenommen- wird in der Beschäftigungsstatistik nicht getrennt veröffentlicht. Bisher mussten hier Schätzwerte gebildet werden. Nur im Arbeitsmarkt können/sollen privat und öffentlich zusammengefasst werden.

Quellen: werden.

- Kultur- und Kreativwirtschaft Köln 2017 - Datenreport;

- Präsentation Michael Söndermann im Workshop mit Multiplikatoren der Kompetenz- und Kreativzentren und weiteren Experten: 3 Impuls zu Zukunftsfragen der Kulturwirtschaftsforschung im Rahmen des Forum Europe Ruhr 2017 (FER17) am 6. September 2017, Philharmonie Essen

Handout zur ausschließlichen Nutzung im Rahmen des EU-Projekts InduCCI
Kultur- und Kreativwirtschaft in Sachsen



Quelle: SMWA (2017b); Datenbezug: 2015
Anteil Frauen an den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten 2016.
grafische Darstellung RMC (2019).

Eckdaten für 2019 aus dem Monitoringbericht der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung:

Gesamtumsatz: 174,1 Mrd. Euro

Bruttowertschöpfung 106,4 Mrd. Euro

Anteil am BIP: 3,1%

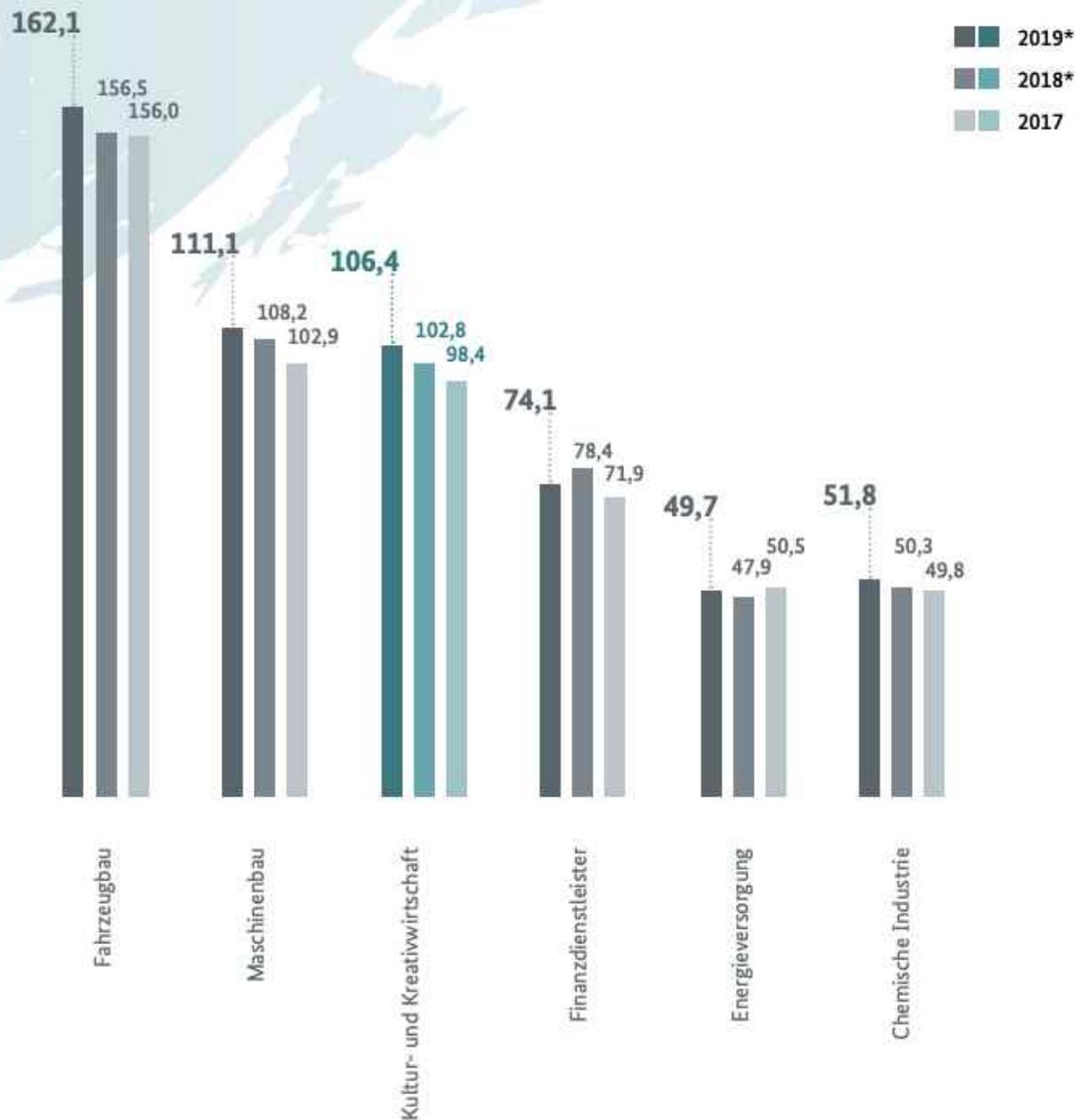
Erwerbstätige: 1,8 Mio.

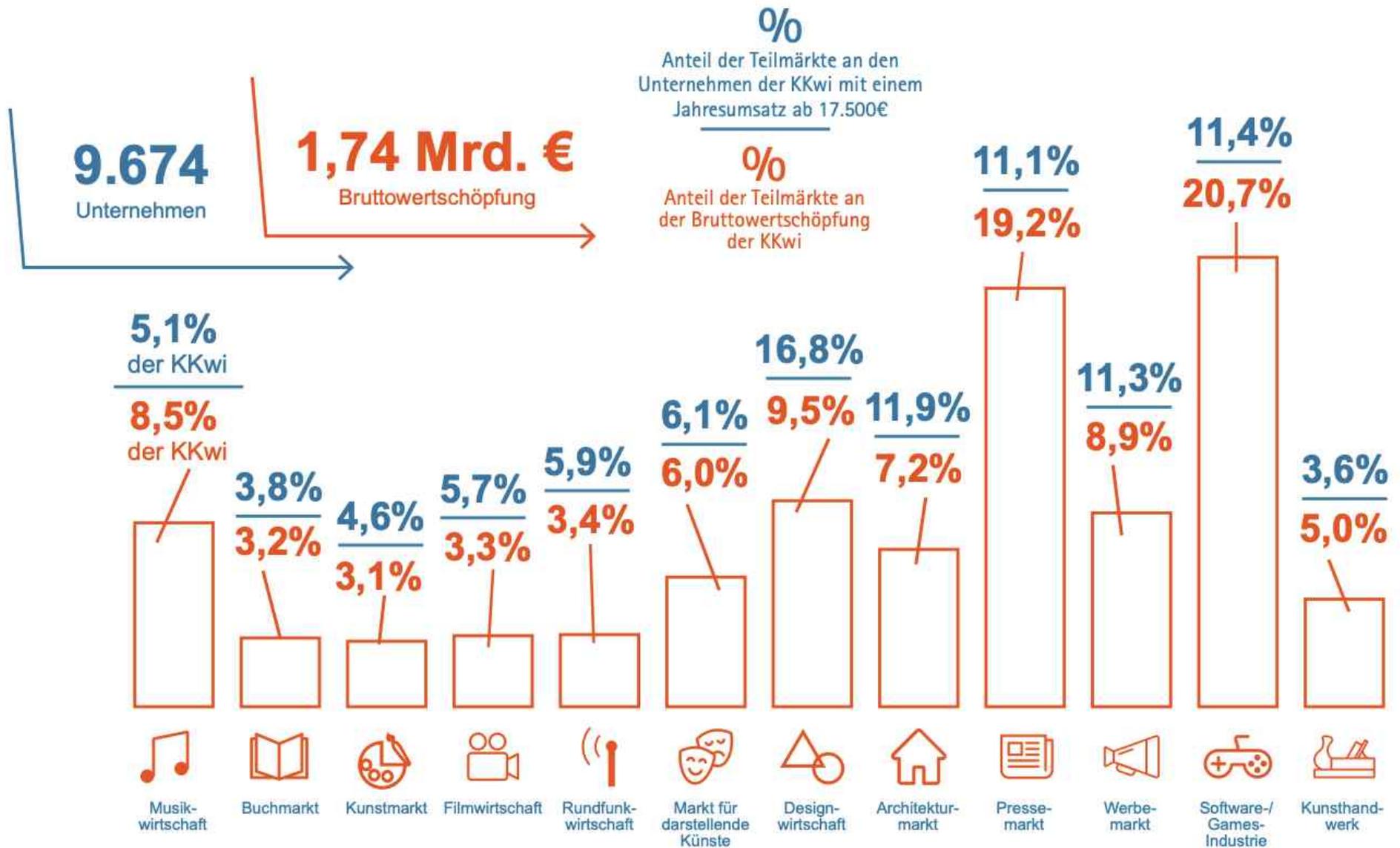
Kernwerwerbstätige: 1,2 Mio.

Selbständigenanteil an Kernerwerbstätigen: 20,9 %

Beitrag der KKW zur Bruttowertschöpfung im Branchenvergleich, 2017 bis 2019*.

in Mrd. EUR





„Warum eine Künstlerperspektive?“

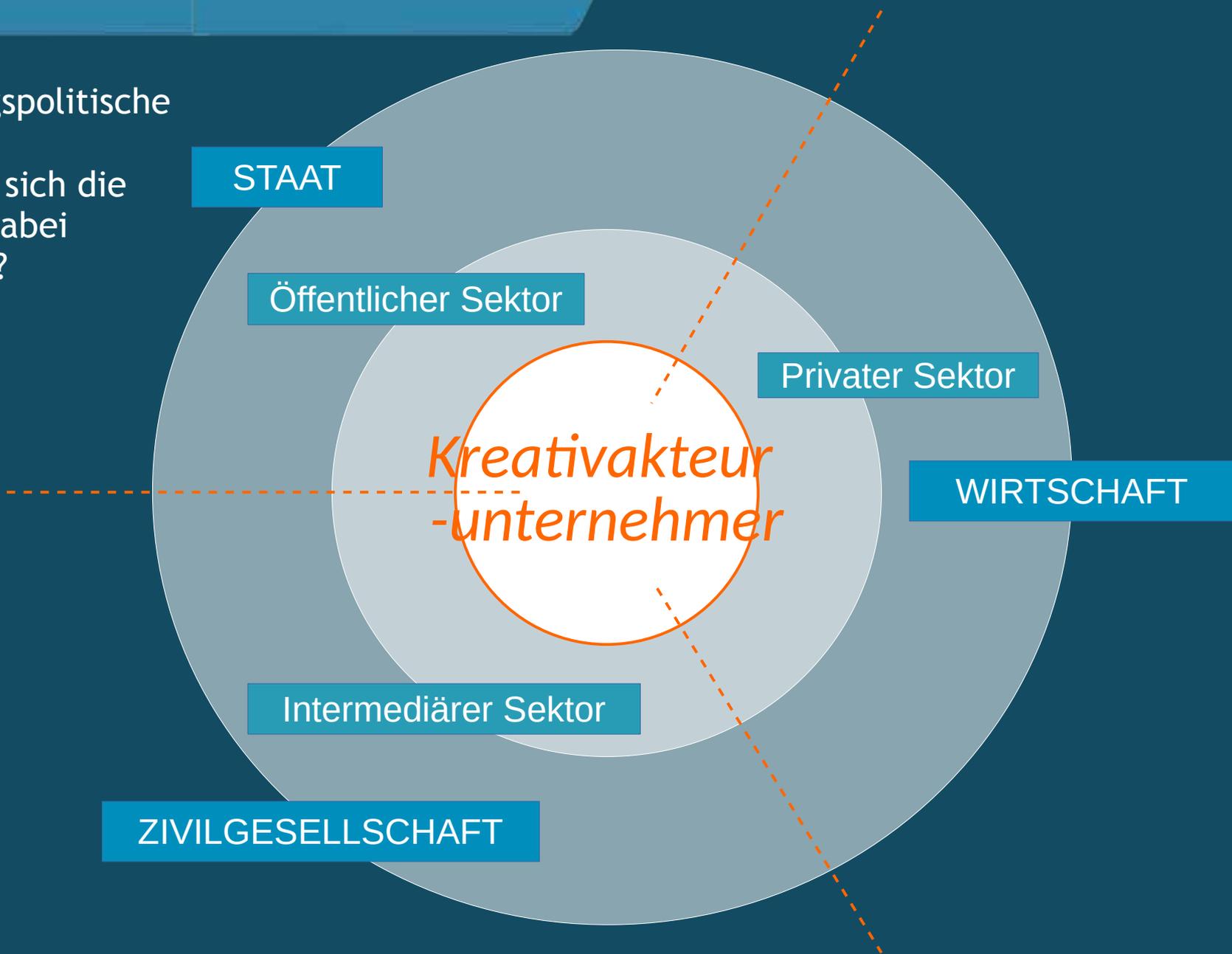
- Die Künstler- und Kulturberufe sind das Herzstück der Kultur- und Kreativwirtschaft. Denn sie stehen im Zentrum der Kultur- und Kreativwirtschaft.
- Ihre Tätigkeit - der so genannte schöpferische Akt - bildet den Ausgangspunkt für alle weiteren Aktivitäten der Kultur- und Kreativwirtschaft und ihrer verschiedenen Teilmärkte.
- Als originäre Produzenten und Urheber, als Kunstschafter oder Dienstleister stellen sie das Potenzial, ohne das keine Filmfirma, kein Musikkonzern, kein Buchverlag und ebenso kein Galerist etwas zu verwerten und zu verbreiten hätte.
- Ihre besondere Stellung wird allerdings nicht ohne weiteres akzeptiert. Oft wird ihnen nur die Rolle von Zulieferern zugestanden - wenn sie denn überhaupt als eigenständige Akteursgruppe wahrgenommen werden.
- Eine entscheidende Ursache hierfür dürfte darin liegen, dass die Gruppe der Kunstschafter und Kreativen innerhalb der Wertschöpfungskette der Kultur- und Kreativproduktion nach ökonomischen Maßstäben in aller Regel zu den kleinsten Akteuren zählt.
- Darüber hinaus verfügen Kunstschafter vielfach über keine geeigneten organisatorischen Strukturen, um den Verwertern als eigenständiger, respektierter und vor allem gleichberechtigter Verhandlungspartner entgegen zu treten.
- Nicht zuletzt zeichnet sich die Kunst-, Kultur- oder Kreativszene vielfach durch eine schwer überschaubare kreative Vielfalt aus.
- Die damit verbundene „Überproduktion“ (oder auch Kannibalisierung) speist sich aus den Aktivitäten von unterschiedlich befähigten Kunstschaftern und Kreativen mit differenziertem und diversifiziertem Ausbildungshintergrund, die wiederum mit unterschiedlichen Preisen miteinander konkurrieren.“

Quelle: Zitiert aus der Präsentation von Michael Söndermann im Workshop mit Multiplikatoren der Kompetenz- und Kreativzentren und weiteren Experten - 3. Impuls zu Zukunftsfragen der Kulturwirtschaftsforschung - im Rahmen des Forum Europe Ruhr 2017 (FER17) am 6. September 2017, Philharmonie Essen

Das 3-Sektoren-Modell

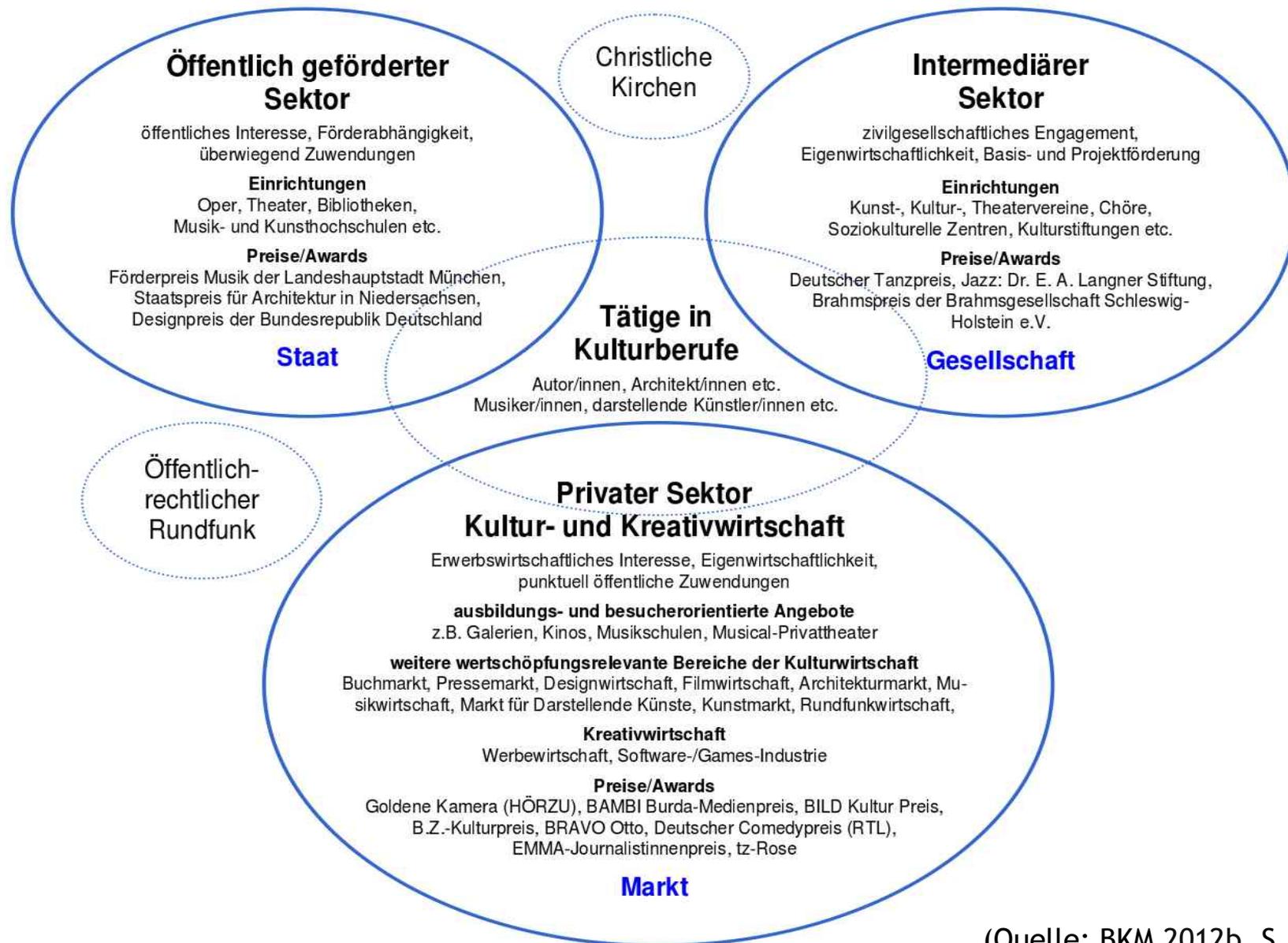
nach Weckerle/Söndermann

Ordnungspolitische Sicht:
Was hat sich die Politik dabei gedacht?



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an: Kulturwirtschaftsbericht Schweiz 2003, Zürcher Hochschule der Künste.

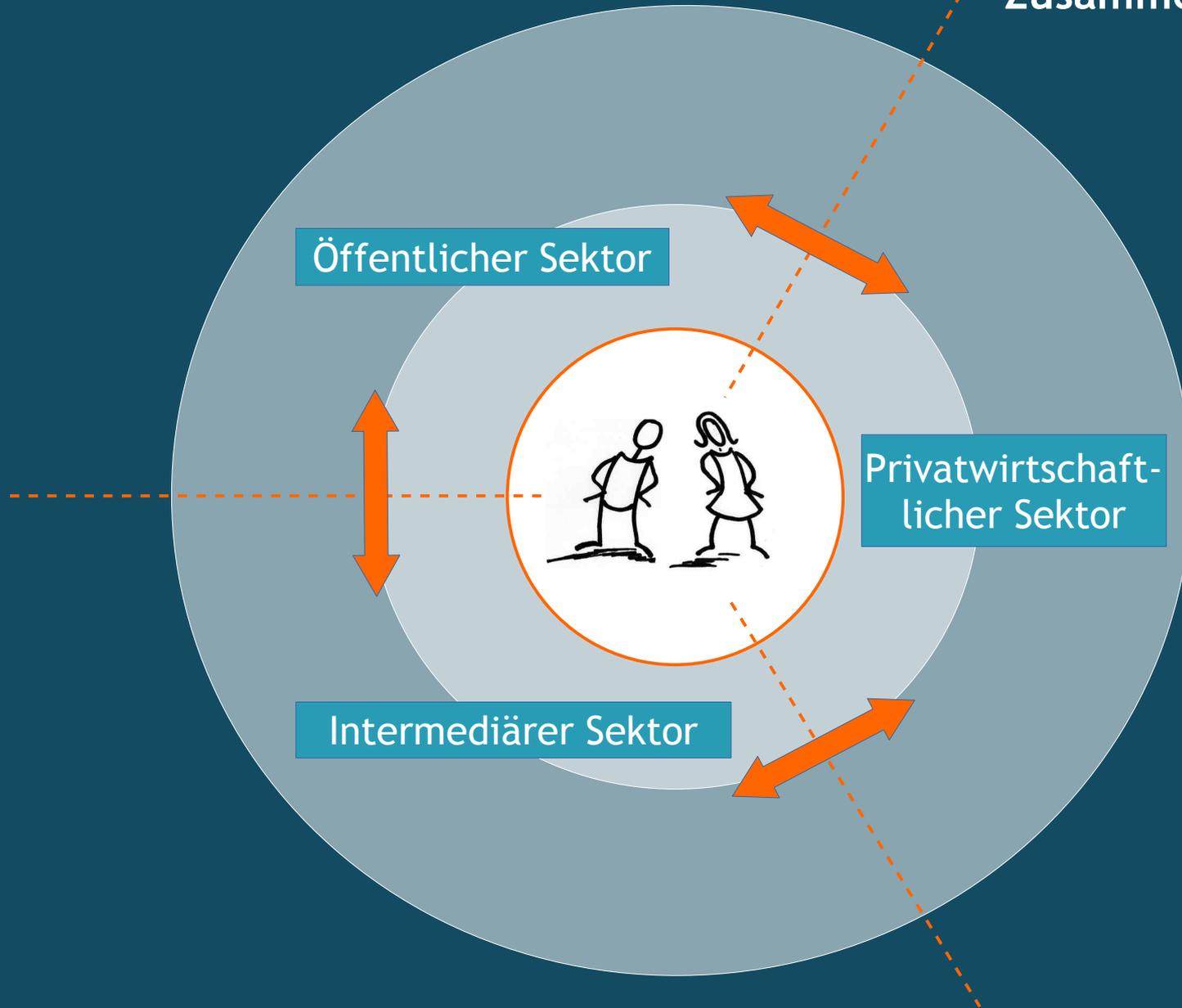
Kultursektoren und Erwerbstätige in Kulturberufen



(Quelle: BKM 2012b, S. 4)

Ganzheitlich anlegen: Querschnittsthema

Wer ist wo zuständig?
Wo gibt es Offenheit zur
Zusammenarbeit?



Anregung zur Diskussion:

Die kommunale Politik beschließt auf Anfrage von Künstler*innen ein Projekt zur Atelierförderung.

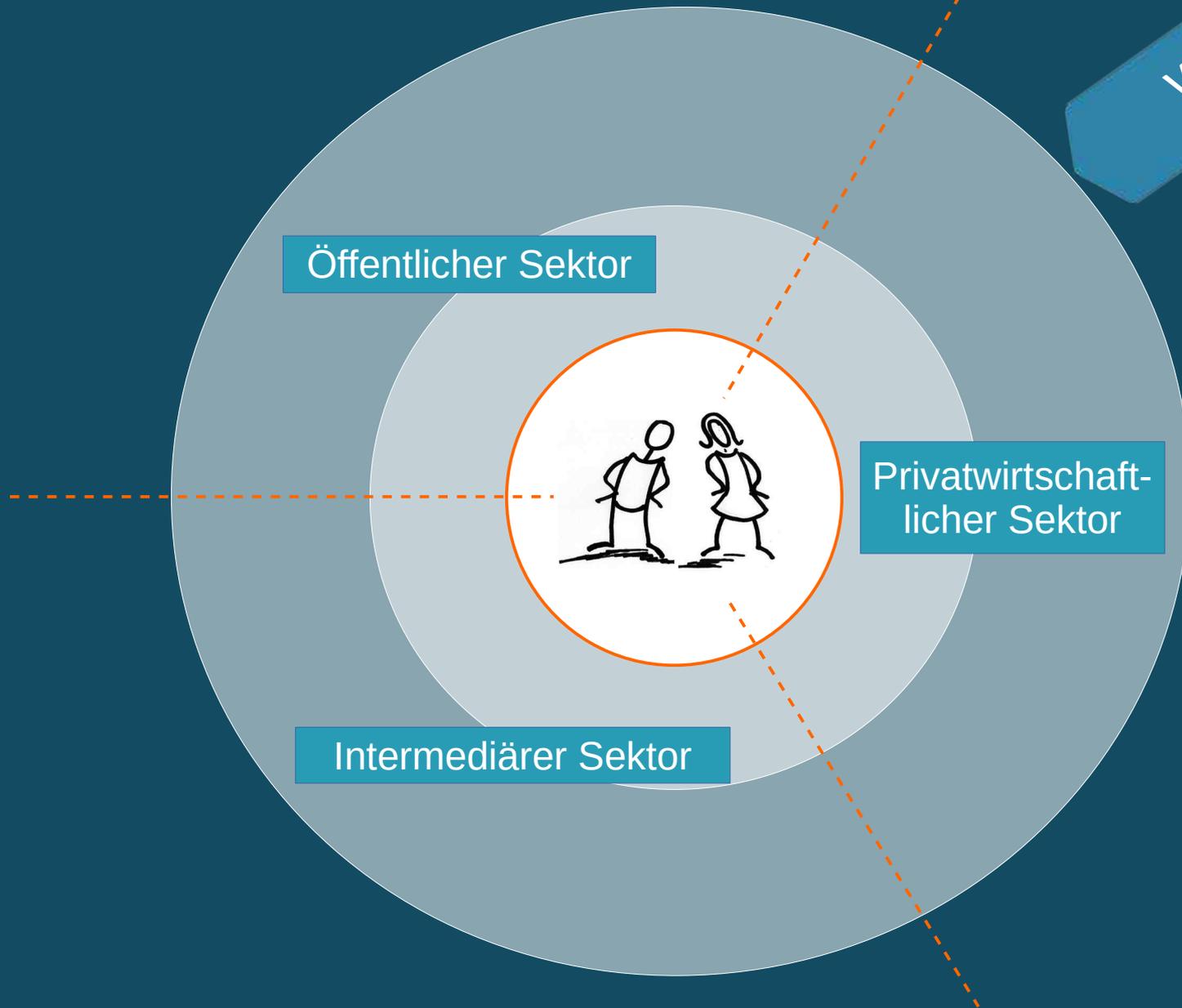
Welche Interdependenzen ergeben diesbezüglich im Kontext des Drei-Sektoren-Modells?

Welche Zuständigkeiten und Klärungsbedarfe ergeben sich in der Stadtverwaltung?

Das 3-Sektoren-Modell

nach Weckerle/Söndermann

Wie agiere ich wo?



Von urban zu ländlich:

Allgemeine Tendenz:

Umso urbaner, desto besser lassen sich die drei Sektoren und Teilmärkte getrennt betrachten, analysieren und „bespielen“.

Umso ländlicher, bzw. in mittelgroßen und kleinen Städten, umso stärker sind die drei Sektoren miteinander verzahnt und deren Zusammenspiel zu berücksichtigen.

=> Maßnahmen und Strategien können nicht übertragen werden, sondern müssen angepasst bzw. vor Ort mit den Akteuren erarbeitet werden.

Anregung zur Diskussion:

Inwieweit können auch öffentliche Institutionen als Ankerunternehmen fungieren, um die herum sich weitere kulturelle und kreative Dienstleistungen bilden?

Welche Beispiele gibt es?

Charakteristika der Branchenakteure



Generelle Bedarfe:

- (bezahlbare) Räume
- Vernetzung
- Sichtbarkeit
- Qualifizierung
- Marktzugang
- Finanzierung

Herausforderung für Künstler- und Kreativunternehmer*innen:

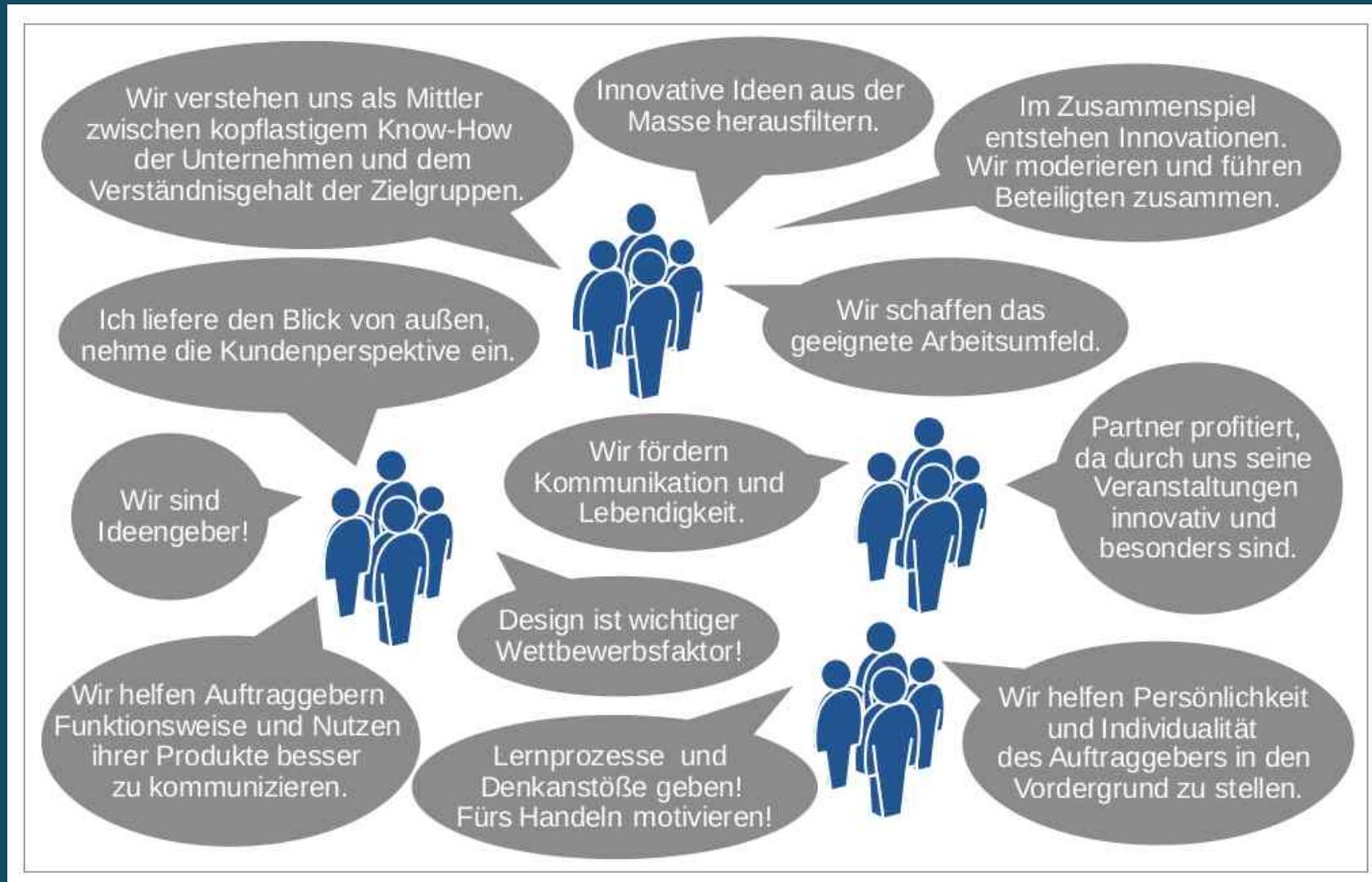
Dem Kunden den Mehrwert kreativer, bzw. konzept-kreativer Angebote und Geschäftsmodelle deutlich machen.

Besondere Stärken:

Service Innovation speziell im Kontext von Digitalisierung.

Handout zur ausschließlichen Nutzung im Rahmen des EU-Projekts InduCCI

O-Töne von 'Kreativen' zur Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft für die Innovationsfähigkeit der Auftraggeber, Partner und Zulieferer



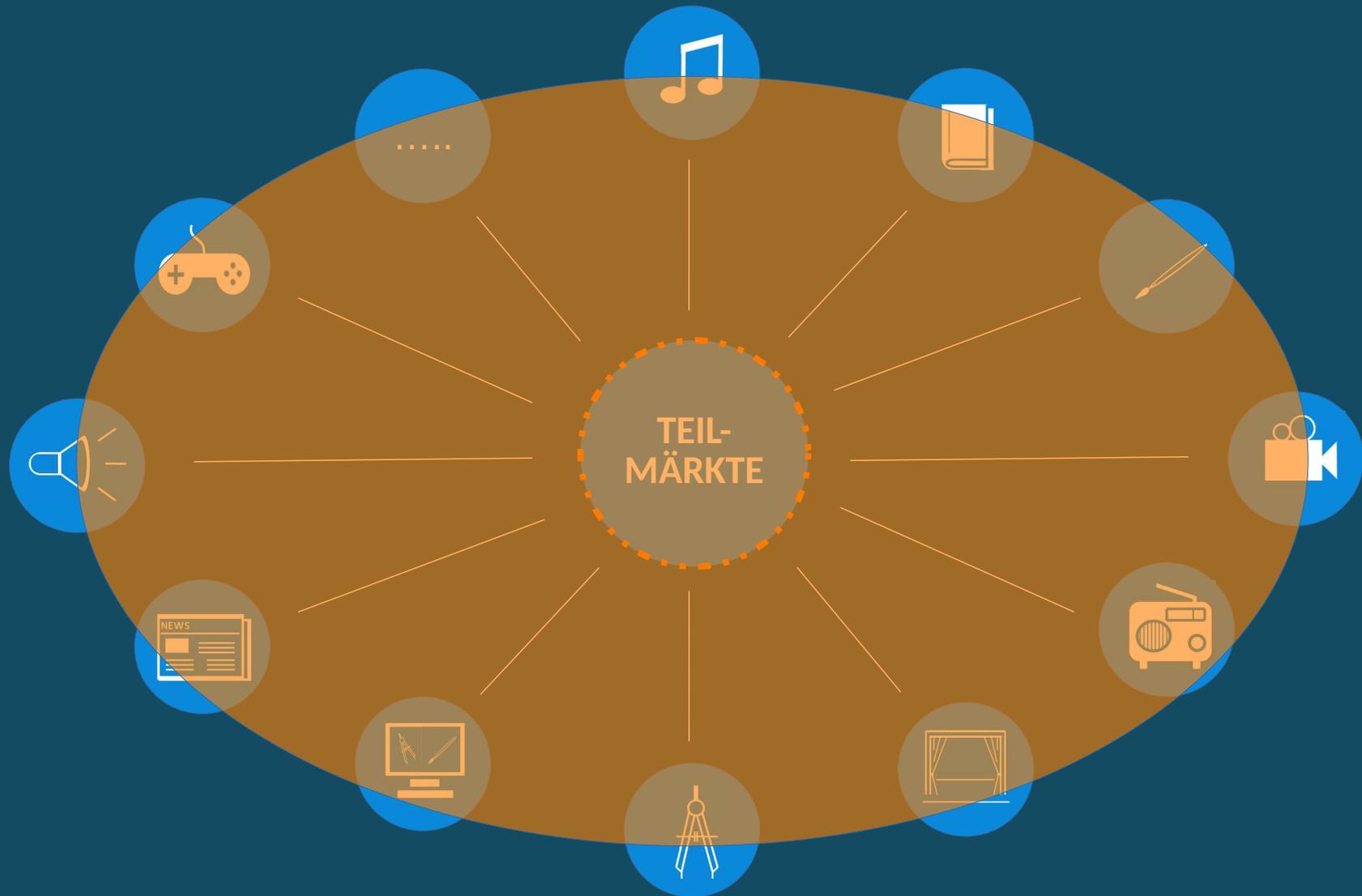
Quelle: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie. *Die Kultur- und Kreativwirtschaft in der gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfungskette - Wirkungsketten, Innovationen, Potentiale*; Langfassung/Endbericht,, S. 76;

KKW als Innovationstreiber

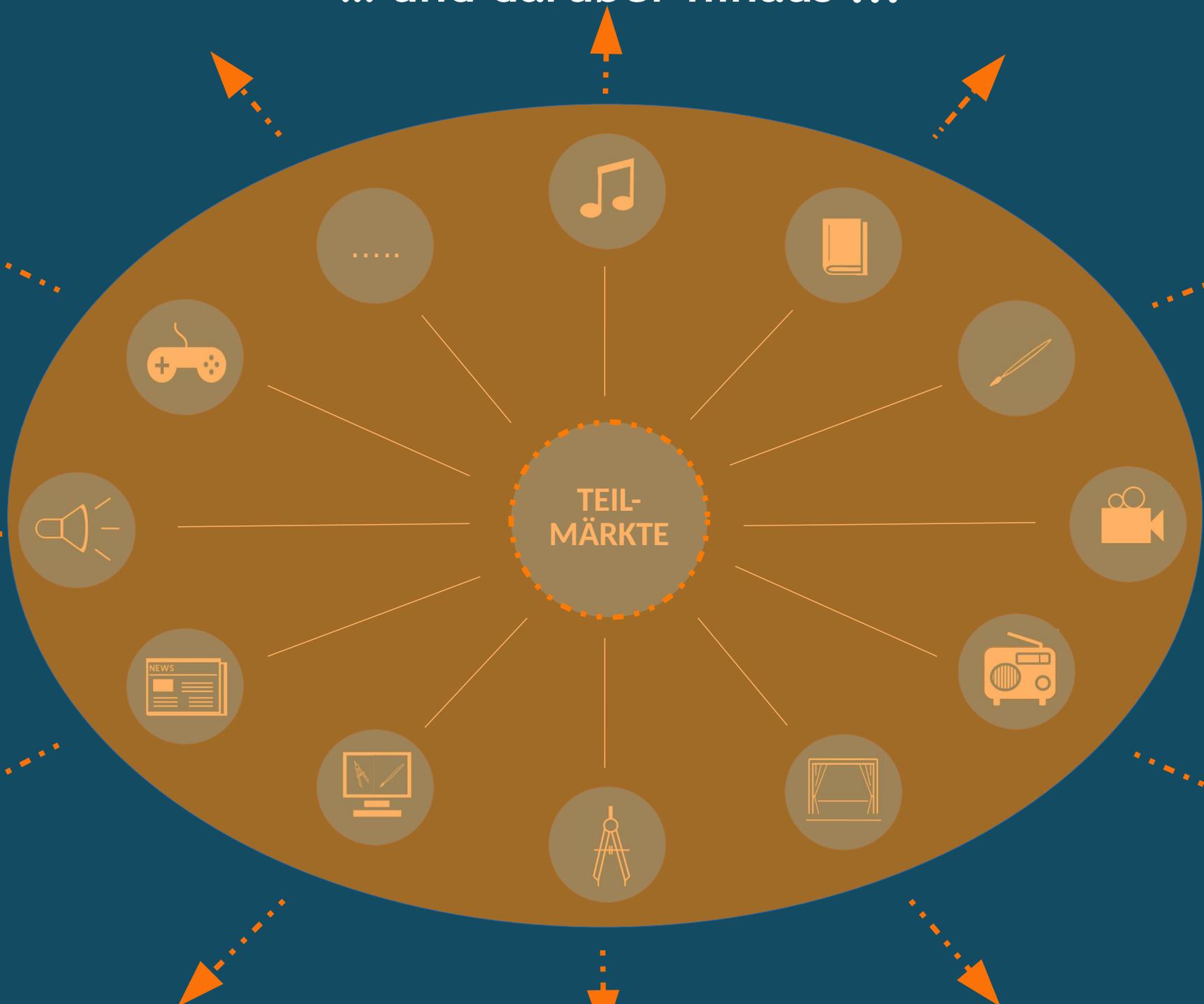
- Design Thinking
- Gamification
- Effectuation
- CoWorking
- Pop-up
- Experimentelle (Zwischen-) Nutzung von Immobilien
- Arbeit 4.0
- Crowdfunding
- Resilienz
-

Handout zur ausschließlichen Nutzung im Rahmen des EU-Projekts InduCCI

Innovationspotenziale innerhalb der KKW ...



... und darüber hinaus ...



Innovative Methodenkompetenz im Umgang mit schwer vorhersagbaren Marktentwicklungen, die durch die Digitalisierung entstehen
... oder durch Corona ...
... oder durch Corona beschleunigt werden ...

PAUSE

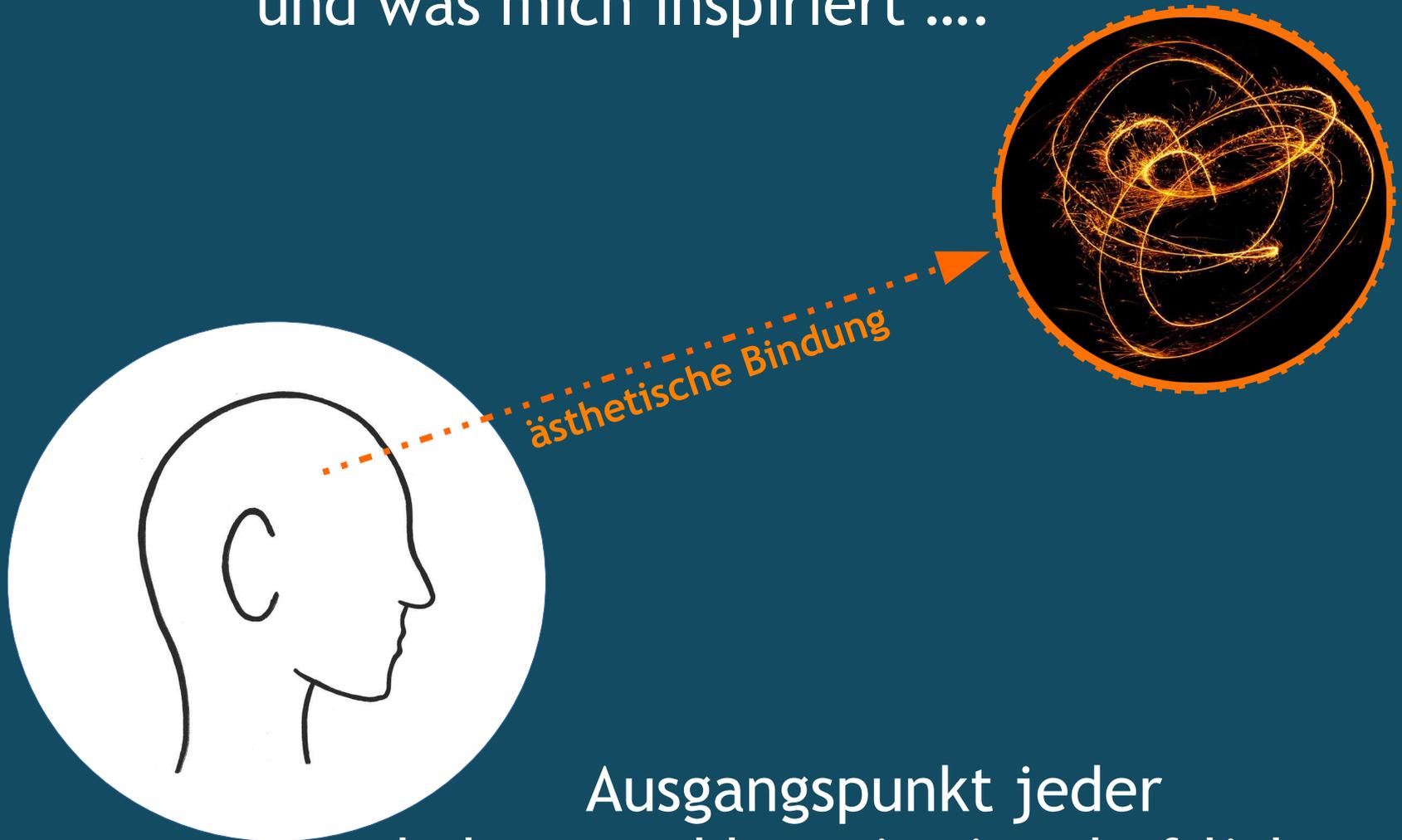
Unternehmerisches Denken und Handeln in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Impuls zu „Effectuation“

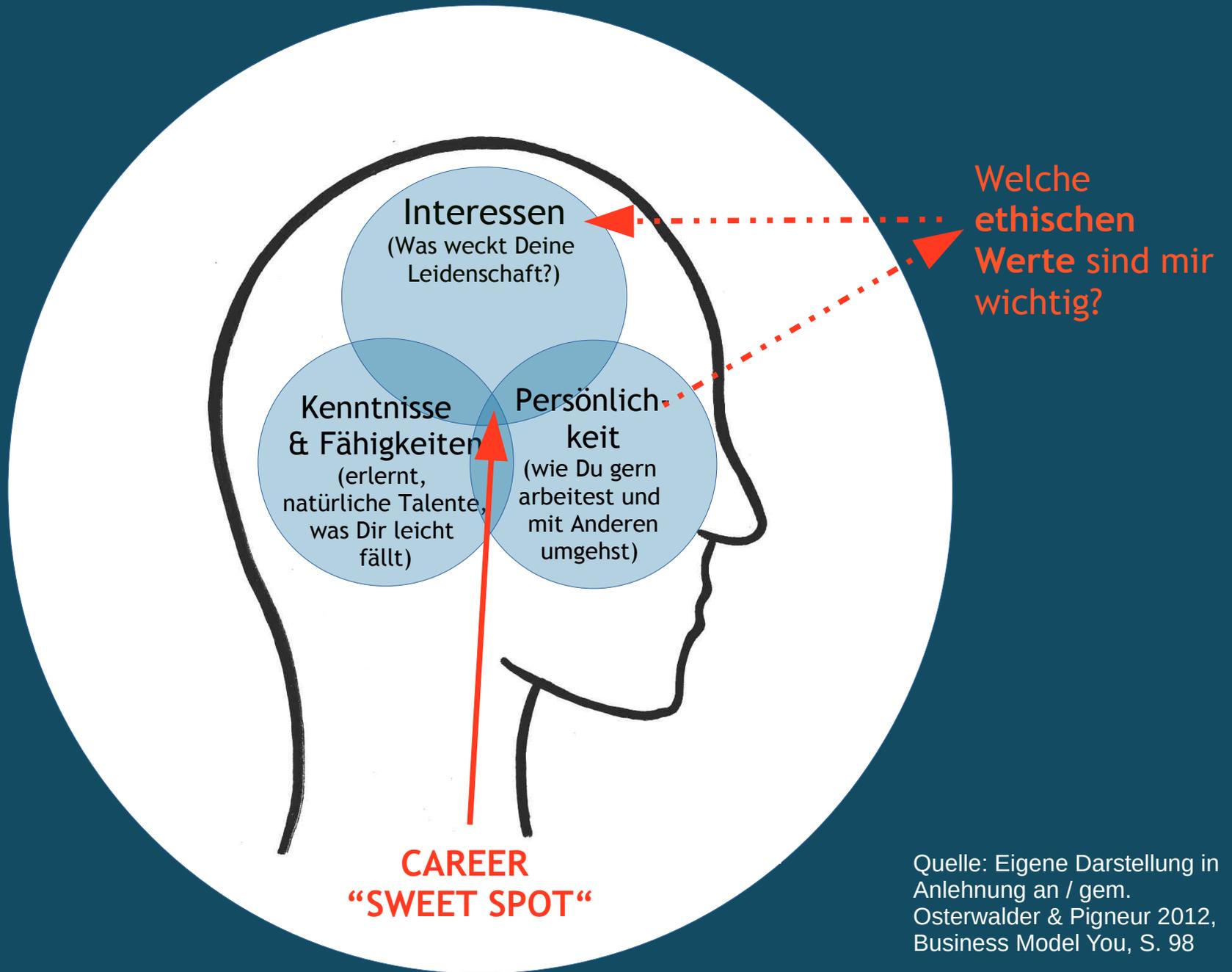
[...] Der wirtschaftlich verbindende Kern jeder kultur- und kreativwirtschaftlichen Aktivität ist der sogenannte **schöpferische Akt** [...].



Ausgehend von dem,
was ich bin,
was ich kann
und was mich inspiriert ...



Ausgangspunkt jeder
kultur- und kreativwirtschaftlichen
Wertschöpfungskette



Wie mache ich mich
stabil, wetterfest und
unverwüstlich durch
gute Planung?



Wie gewinne ich
Trittsicherheit
Schritt für Schritt?

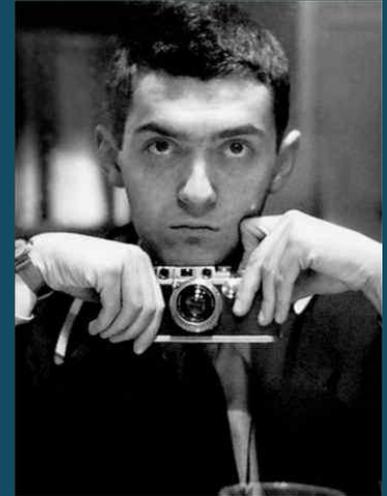
„Die meisten Menschen brauchen Schuhe, die passen, und gehen erst einmal überschaubare Schritte.“*

Fehler machen und Scheitern gehören aber dazu.



„Even if you fall on your face – you're still moving forward.“

Victor Khiam



Stanley Kubrick 1949
im Alter von 21 Jahren

*„Perhaps it sounds ridiculous,
but the best thing that young filmmakers should
do is to get hold of a camera and some film and
make a movie of any kind at all.“*

Stanley Kubrick



Illustration ©: Jorgos Katsimitsoulas

Loslegen und ins Handeln kommen.
Das eigene Tempo festlegen.
Wo starte ich und wie?

Wie erziele ich Wirkung
Schritt für Schritt?

Effectuation

eine unternehmerische Handlungslogik



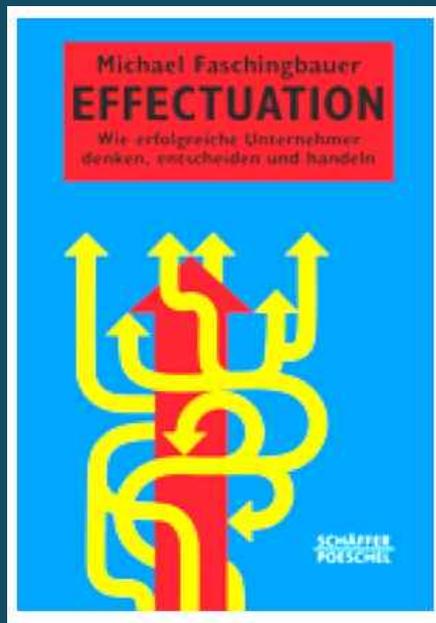
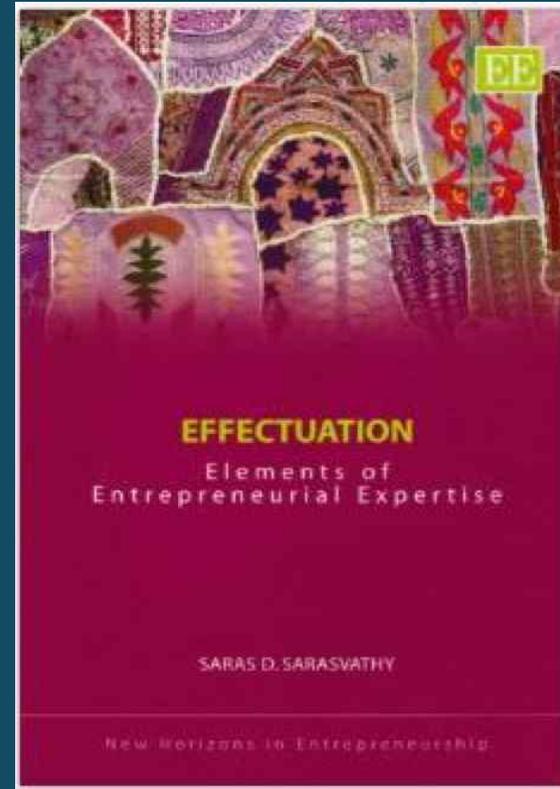
Effectuation ist wie das Starten im ersten und zweiten Gang, bis man später zum „klassischen“ Management wechselt.

Effectuation

- lässt sich beschreiben als **Handlungslogik für unternehmerische Startphasen**
- bietet Mechanismen der Kontrolle für eine **unvorhersehbare Zukunft** (Planung bei Ungewissheit)



SARAS D. SARASVATHY



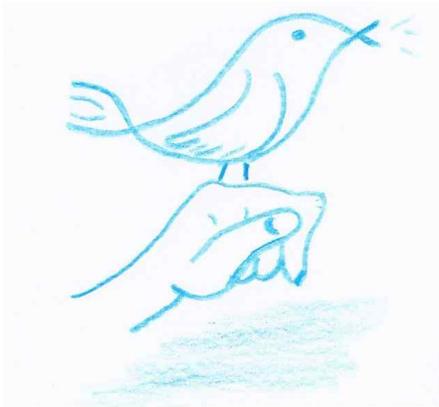
Ausgangspunkt:
Studien gemeinsam
mit Herbert Simon



Sarasvathy's Ergebnisse

..... die Metapher vom Kochen:

.....



Der Spatz in der Hand

... *bird in the hand principle* ...

Effectuation stellt die
Mittellorientierung
in den Vordergrund.

Prinzip 1:
Beginne damit
wer Du bist,
was Du weißt
und wen Du kennst.



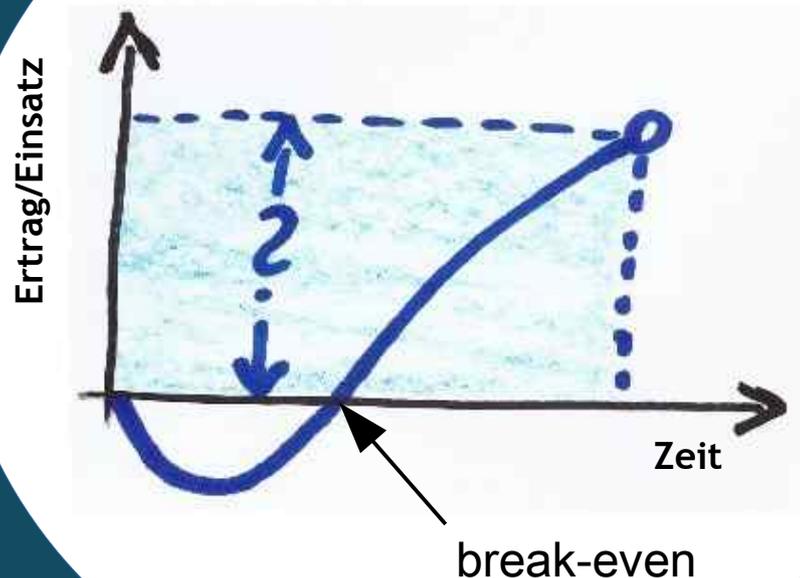
Leistbarer Verlust

... *affordable loss principle* ...

Prinzip 2:

Orientiere Dich an Deinem
Einsatz - am **leistbaren Verlust**
- und nicht am zu erwartenden
Ertrag.

Kausale Managementlogik



Einsatz hängt vom
erwarteten Ertrag ab

Effectuation



Einsatz hängt vom
leistbaren Verlust ab

Umstände und Zufälle

... *lemonade* ... /

... *leverage contingencies* ...



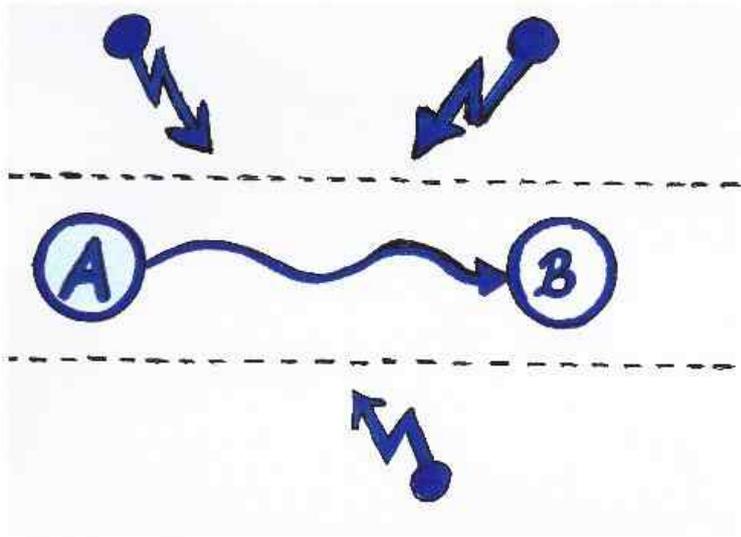
“When life gives
you lemons,
make lemonade.” *

Prinzip 3:

„Nutze
Umstände, Zufälle,
Ungeplantes
als Gelegenheiten,
anstatt Dich dagegen
abzugrenzen.“

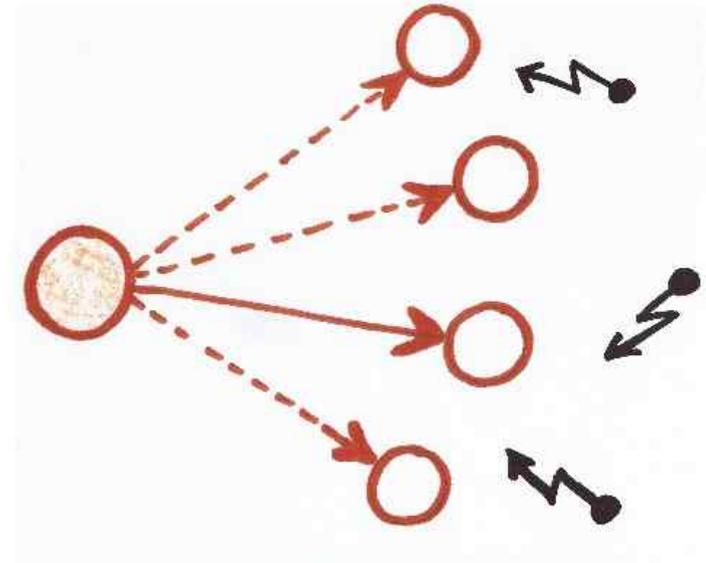
* Quelle: Sprichwort, siehe auch Saras
D. Sarasvathy, 2007, S. 90

Managementlogik



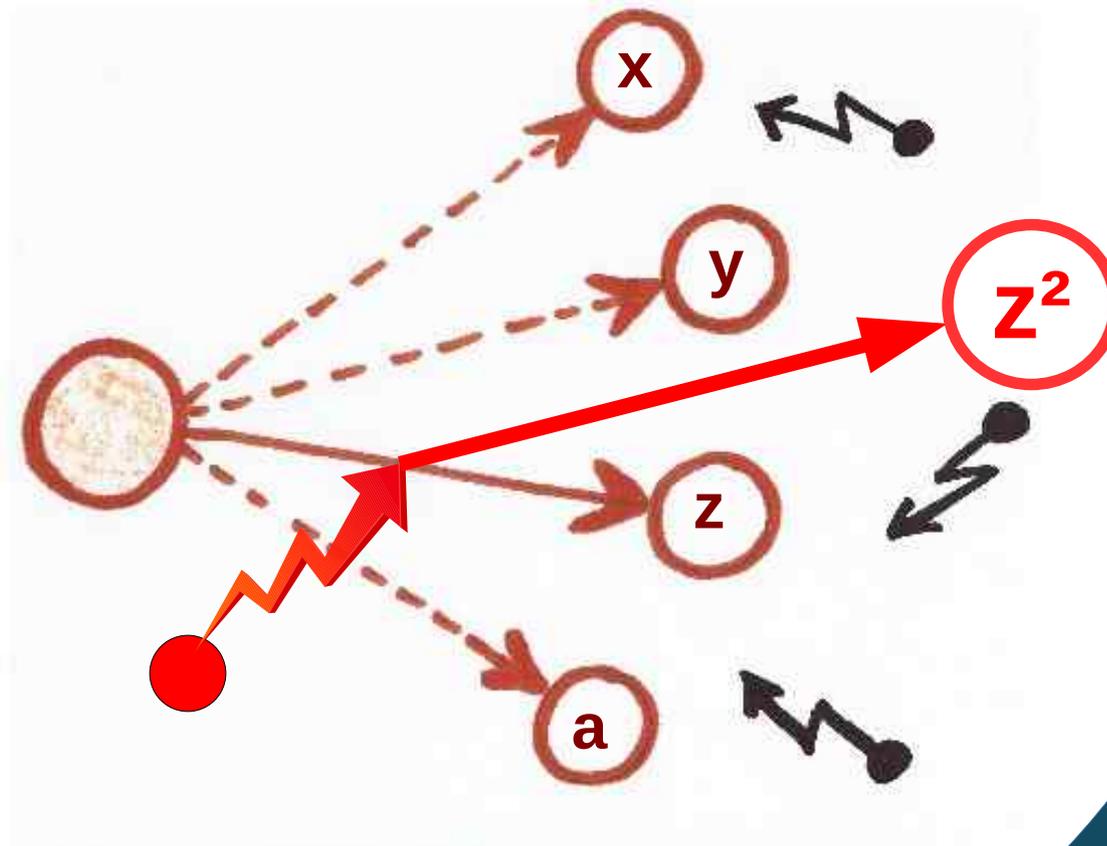
Ungeplante Umstände und Zufälle werden als Störfaktor empfunden

Effectuation lemondade principle



Ungeplante Umstände und Zufälle als Chance

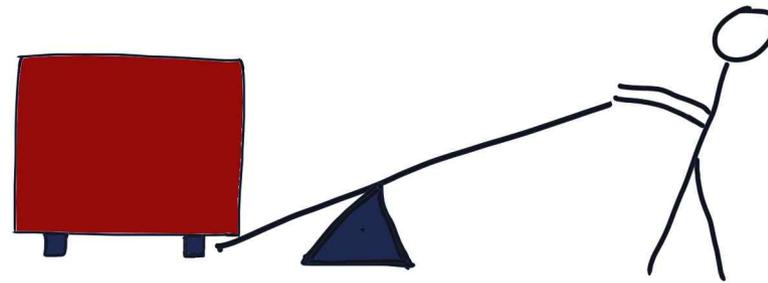
eigene Variation
der Darstellung



Handout zur ausschließlichen Nutzung im Rahmen des EU-Projekts InduCCI

... leverage contingencies...

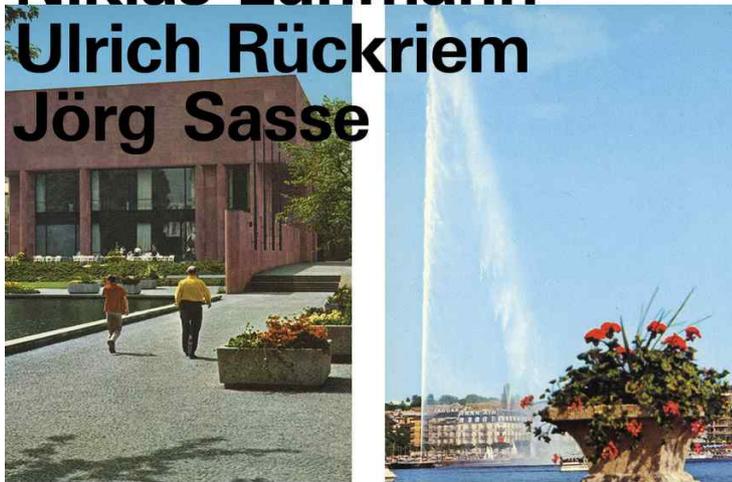
...unvorhergesehene Hebelwirkung...



Serendipity: Vom Glück des Findens

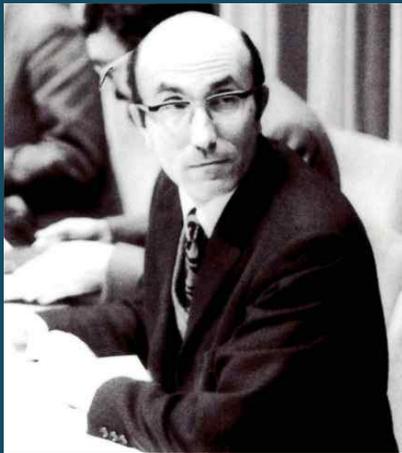


Niklas Luhmann
Ulrich Rückriem
Jörg Sasse



Charakter eines
künstlerischen oder
wissenschaftlichen
Laborprozesses

Niclas Luhmanns Zettelkasten: 90.000 Zettel für das systemische Genie





„Er sortierte sie nach Themen. Er ordnete die Zettel mit einem Code aus Nummern und Buchstaben und versah sie mit Verweisen auf andere Zettel. Und doch fand er darin nie das, was er eigentlich suchte, sondern etwas Neues, Überraschendes.“

Quelle: <https://www.welt.de/regionales/nrw/article143147819/Ein-Zettelkasten-war-Luhmanns-zweites-Gehirn.html>

Die Metapher vom »polynesischen Segeln« (und ein Konzept von Gunther Schmidt)



Quelle: Open Street Map Fidjii

Die Polynesier wählten eine Richtung und taten so, als ob in dieser Richtung ein Ziel liegen würde.

Sie schauten ständig in alle Richtungen.
Reaktion auf Feedback durch Wind, Sterne, Wellengang,
Vogelflug, Fischverhalten, Wolkenformationen u. a.
Kontextinformationen zur Navigation.

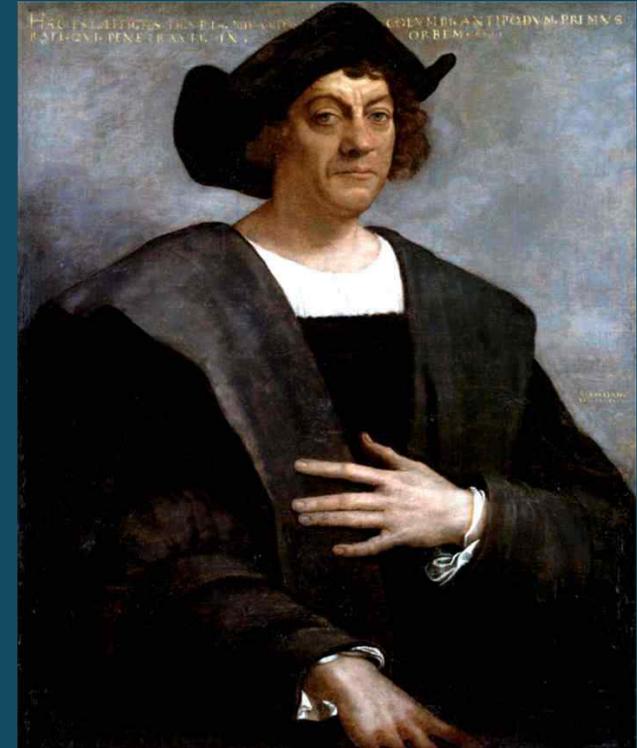
Blick nach vorn und nach hinten zum Ausgangspunkt.

=> kraftvolle innere Zentrierung

=> erfolgreiches Navigieren

Eigentlich wollte er nach Indien:

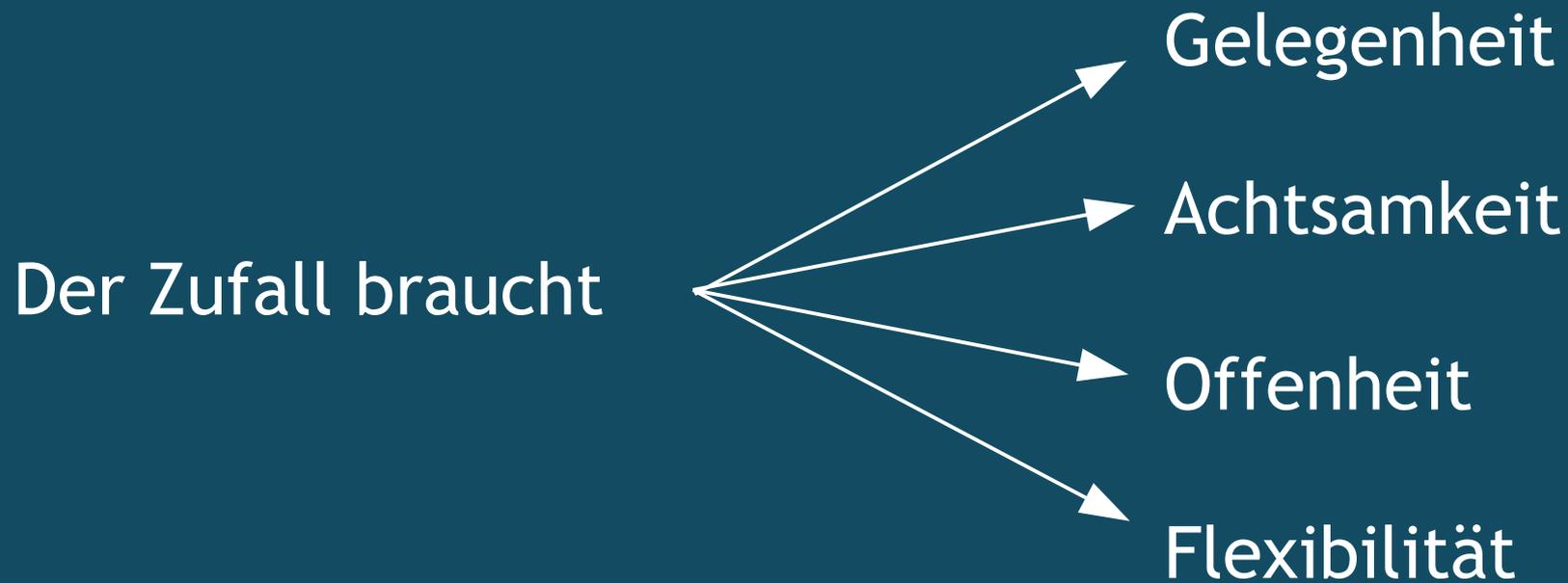
„Hätte sich Kolumbus zielfixiert
verhalten, wäre er unter heutigen
Bedingungen mit starken
Selbstwertproblemen und der
Selbstdefinition, ein Versager zu
sein, in die Therapie gegangen....“*

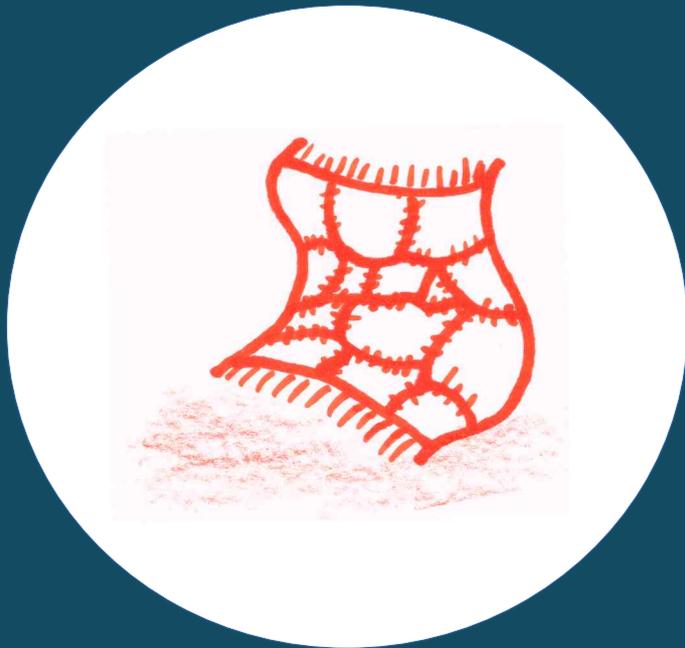


Christoph Kolumbus - posthumes Portrait von
Sebastiano del Piombo
Quelle: wikipedia - gemeinfrei

*Quelle: Gunther Schmidt in Faschingbauer 2017, S. 262

=> Bei Ergebnisunsicherheit und vielen Restriktionen braucht man Ziele, für die man tatsächlich selbst etwas **wirksam tun** kann.



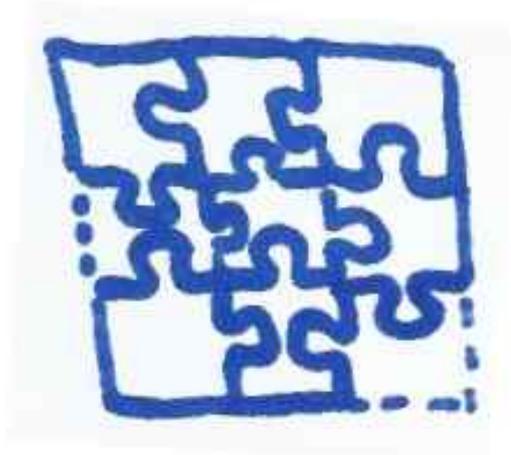


Vereinbarungen und Partnerschaften *... patchwork quilt ...*

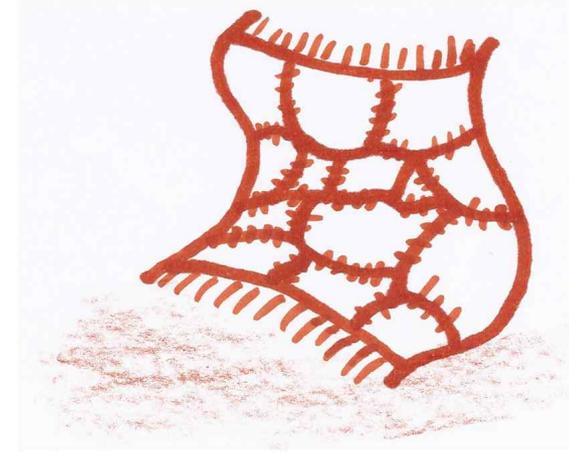
Prinzip 4:
Treffe Vereinbarung
und bilde Partnerschaften
mit denen, die mitzumachen bereit
sind,
anstatt Dich abzugrenzen und nach
den richtigen Partnern zu suchen.

Managementlogik

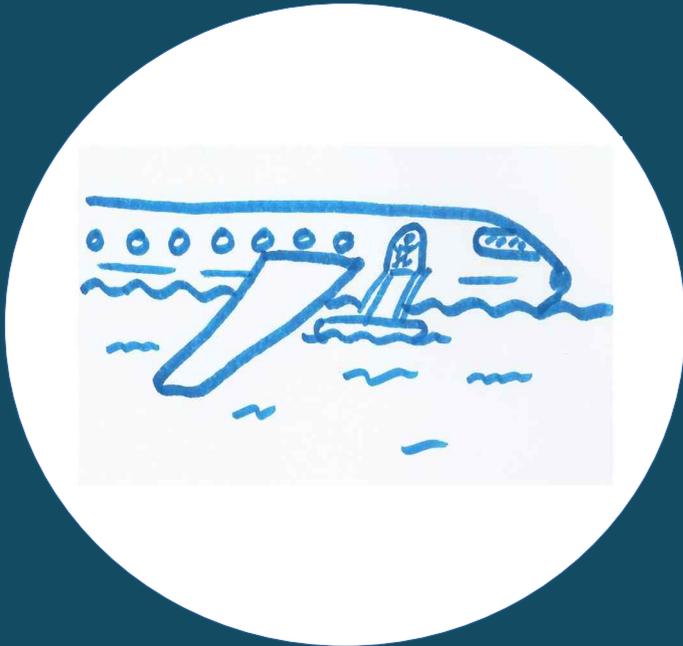
Partnership Quilt



Den idealen Partner
finden: “perfect match“



Wer ist bereit mitzumachen?
Wer teilt Deine Werte und Deine
Begeisterung?
Welche community?
Bezüge zu “social & cultural
entrepreneurship“.



Steuern statt Vorhersage

... pilote in the plane / world view...

Prinzip 5:

Verlasse Dich auf Deine Kreativität im Handeln, um die Zukunft zu beeinflussen, anstatt technologische Entwicklungen oder sozioökonomische Trends zu untersuchen.

=> Konzentriere Dich auf das, was Du steuern kannst.

Linear-kausaler Prozess der Problemlösung

Idee



ana-
lysieren

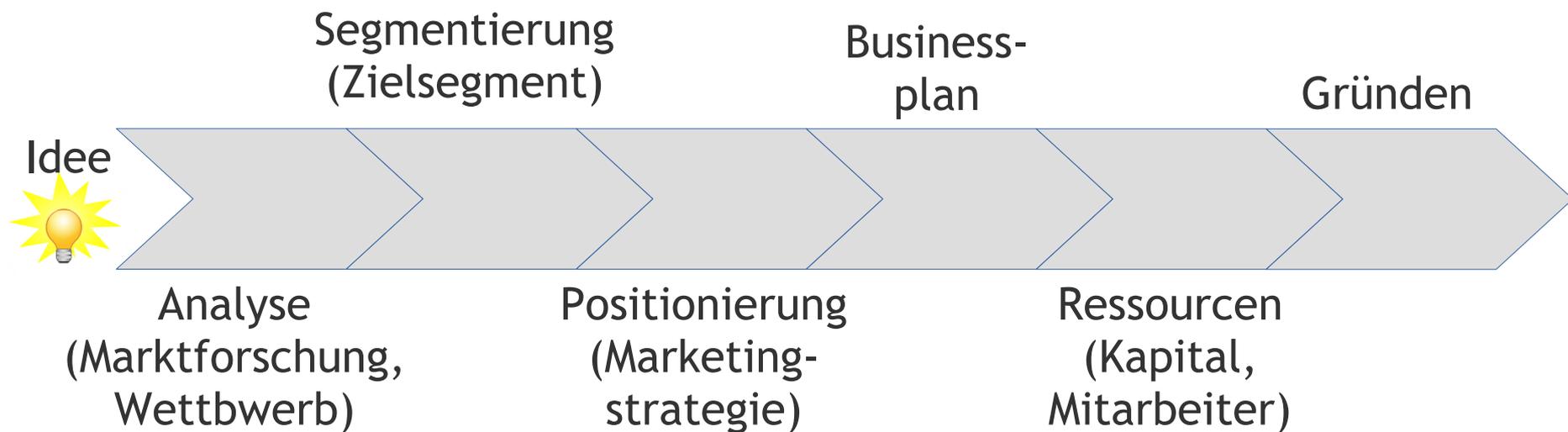
ent-
scheiden

planen

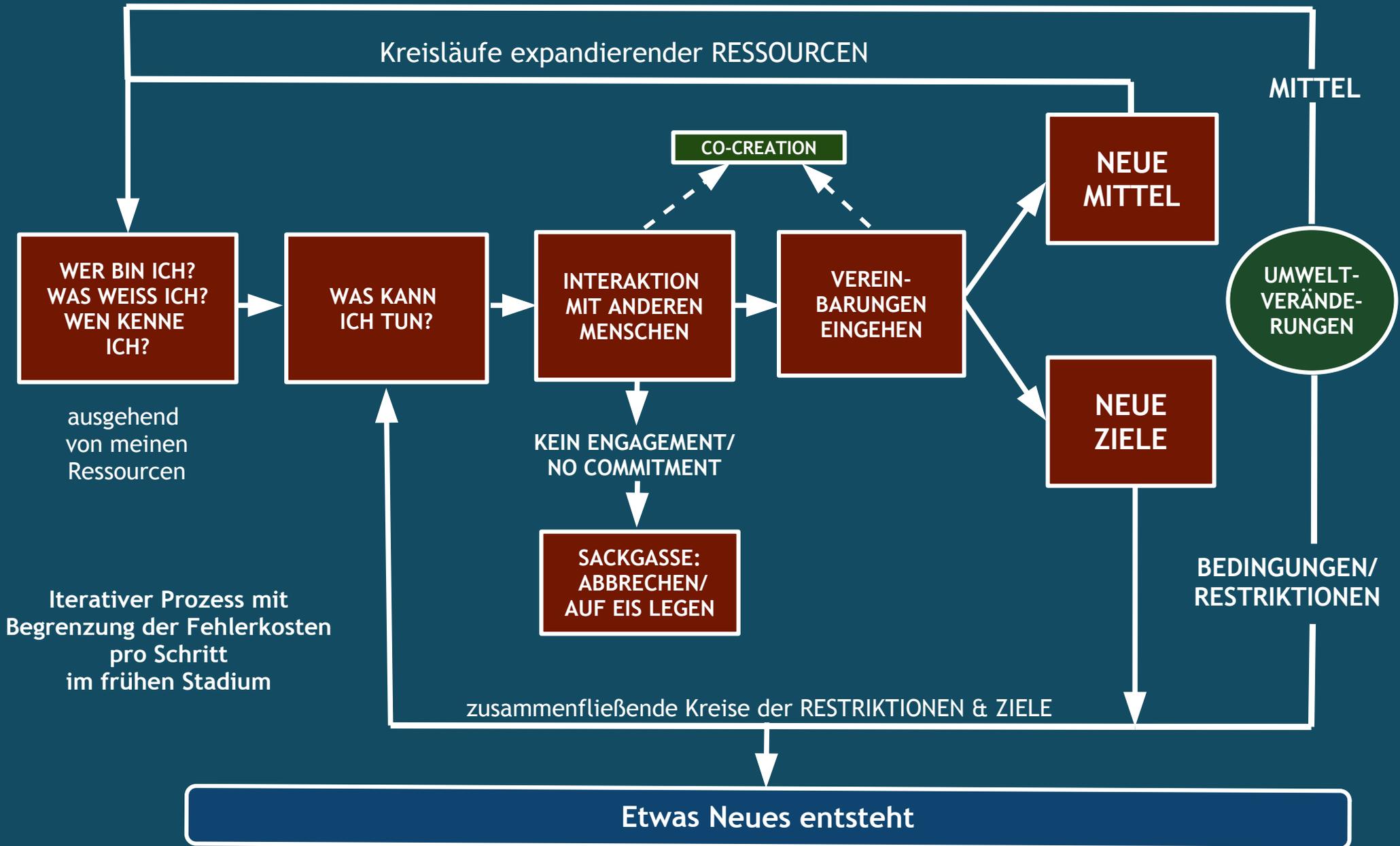
Ressourcen
akquirieren

handeln

Unternehmerischer Prozess gemäß linear-kausaler Logik



Handout zur ausschließlichen Nutzung im Rahmen des EU-Projekts InduCCI
EFFECTUATION IN AKTION - zyklische Prozesse



Management

Risiko minimieren
durch Recherche, Analyse,
Planung
(mit Erfahrungswerten)

Effectuation

Risiko minimieren
durch Reduktion der
Fehlerkosten pro Schritt bei
schnellem Handeln in
frühen Phasen und durch
Verteilung des Risikos auf
Partner

Hinweis:

Verluste können immateriell sein,
z.B. Loyalitätsverluste oder Verlust der Treue
zur eigenen Vision.

Welche Maßnahmen kann ich ergreifen, um
diese zu begrenzen?
(Immaterieller leistbarer Verlust)

Zum Zusammenhang
von Ungewissheit
Sinn

„Um mit Ergebnisunsicherheit gut umgehen zu können, ist entscheidend, sich an Sinnkriterien zu orientieren, die relativ unabhängig vom Ergebnis sind.

Da die benötigte Sicherheit nicht von außen kommen kann, müssen wir sie von innen heraus entwickeln.“

*Gunther Schmidt**

Hinweis: Gunther Schmidt ist deutscher Arzt mit dem Schwerpunkt Psychotherapie. Er gilt als einer der Pioniere in der Verbindung von Systemischer Therapie und Hypnotherapie nach Milton Erickson zu einem ganzheitlichen Konzept (hypnosystemisches Integrationsmodell).

*„Hoffnung ist nicht die Überzeugung,
dass etwas gut geht, sondern die
Gewissheit, dass etwas Sinn hat,
egal, wie es ausgeht“.*

*Waclaw Havel**

Quelle: Beides zitiert aus Gunther Schmidt in: Faschingbauer 2017, S. 265

Querverweis: Victor Frankl und seine Beiträge zur Resilienzforschung.
Der jüdische Psychologe hat Auschwitz überlebt mit Hilfe von Sinn, Gemeinschaft und Humor.
Bezüge zu Maslow, Stichwort Selbsttranszendenz

*„Weisheit bedeutet,
Träume zu haben, die groß genug sind,
um sie nicht aus den Augen zu
verlieren.“*

Oscar Wilde

Effectuation - ein Tool für Visonäre ?



Illustration: © CREATIVE TIDE / G. Katsimitsoulas



Wie baue ich mein Luftschlossfundament?

Beispiele:

Eishotel Schweden



Author(s):
Stuart Read
Saras D. Sarasvathy

Relevant Principles:

Bird-in-Hand (Means)

Affordable Loss

Crazy Quilt (Partnerships)

Lemonade (Leverage Contingencies)

Pilot-in-the-Plane (Control vs. Predict)

Yngve Berqvist used his skills and contacts to create his unique ICEHOTEL.

Quelle: www.effectuation.org

Sole Survivor: the Story of Geox



Author(s):
Stuart Read
Nick Dew

Relevant Principles:
Crazy Quilt (Partnerships)
Pilot-in-the-Plane (Control vs. Predict)

“In 1992, you would not have called **Mario Moretti Polegato** an entrepreneur. He was a vintner, bottling wines from Italy's Treviso region....“

Vom Winzer mit verschwitzten Füßen zum Schuhfabrikanten:
Hitze - Zufall - Einfall - Nasa

Beispiel einer anderen Form künstlerischen Unternehmertums:

Sebastian Fleiter

Medienkünstler

Studierte bildende Kunst und
Kommunikation

Mitgründer der
Nachrichtenmeisterei
Kassel

Gründer von
„the electric hotel“



WELCOME TO...




DESIGNPREIS
DER
BUNDESREPUBLIK
DEUTSCHLAND
2012
GOLD

THE ELECTRIC HOTEL



A WHEELED POWERPLANT

Charging mobile phones with electricity from sun, wind, water and human muscle

A UNIQUE PIECE OF ART

Fusing technology, ideas and design from over a century of electric history

A COMMUNICATION PLATFORM

For music festivals, business events, industrial fairs, or any other place where people get together!



WWW.WACHSTEIN.COM



Sebastian Fleiter

„Meine Projekte entstehen in Gesprächen mit anderen Menschen. Das nimmt sicher die Hälfte meiner Zeit in Anspruch.“



Wenn ich genauer darüber nachdenke, wahrscheinlich sind es eher 80% meiner Zeit.“

Kristina Wißling

Origami Design & Illustration
Lennestadt

Origami für die Industrie

www.kristinawissling.com/



Die Allesfalterin

Jetzt oder nie, Origami

Heute basteln wir einen riesigen Papierpanzer, morgen eine Notunterkunft. Kristina Wißling hat den korrekten Kniff. Als Origami-Expertin und preisgekrönte Designerin kennt sie verblüffende Anwendungen für kluge Faltechnik, ob beim Airbag oder Cabrio-Verdeck, in Medizin oder Weltraum.



Fotos

Denis Bury

Weitere Beispiele:

Post-its von 3M

Lego

Ashoka

Cirque du Soleil

.....

Umgang mit Ungewissheit

Zunehmende Komplexität in Markt und Gesellschaft

Faschingbauer beschreibt die zunehmende Komplexität als das neue Gesicht der Ungewissheit durch

- Vielfalt
- Vernetztheit
- Dynamik
- Begrenzter Einfluss (Bewusstsein)

Anderes aktuelles Konzept/ Schlagwort:

Die VUKA-Welt

VUCA

/

VUKA

Votality

Volatilität

Uncertainty

Unsicherheit

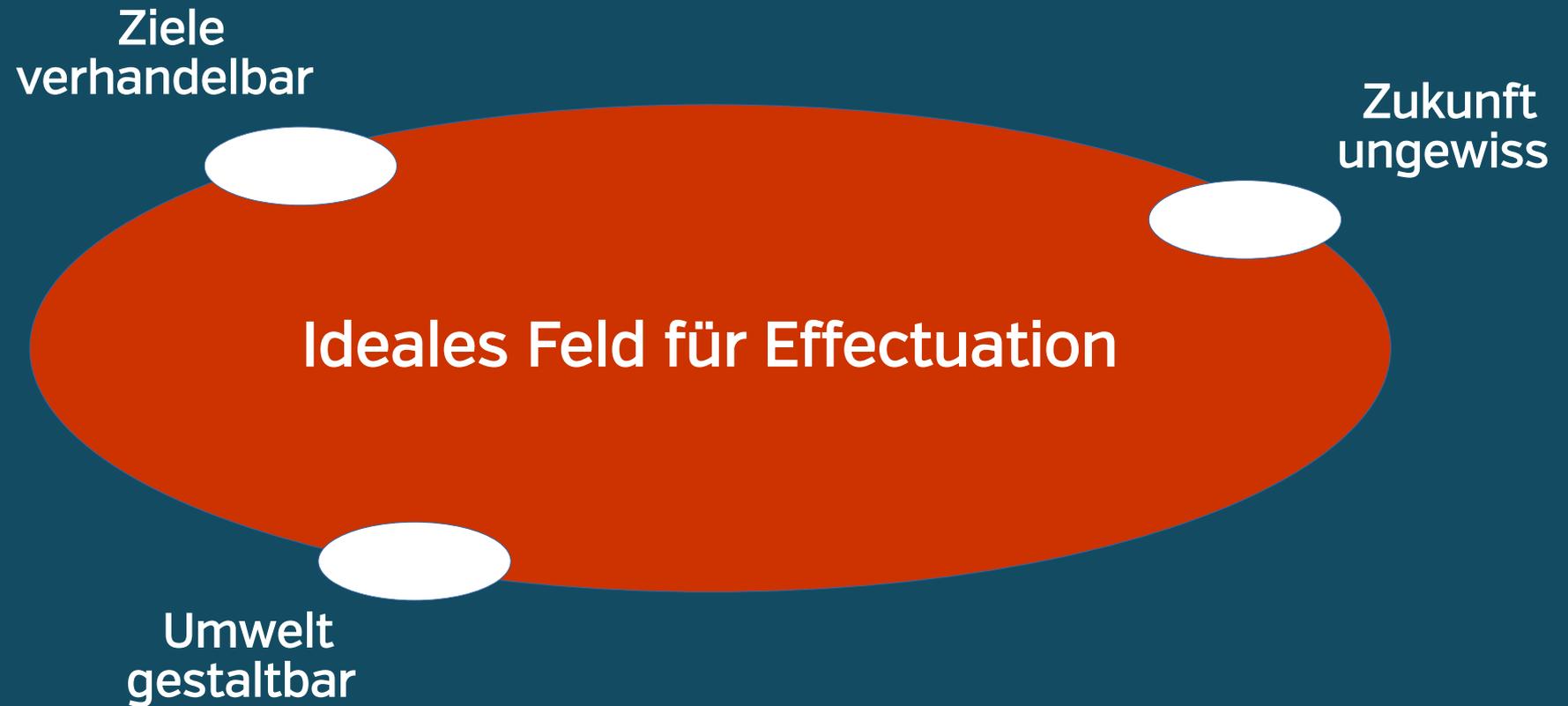
Complexity

Komplexität

Ambiguity

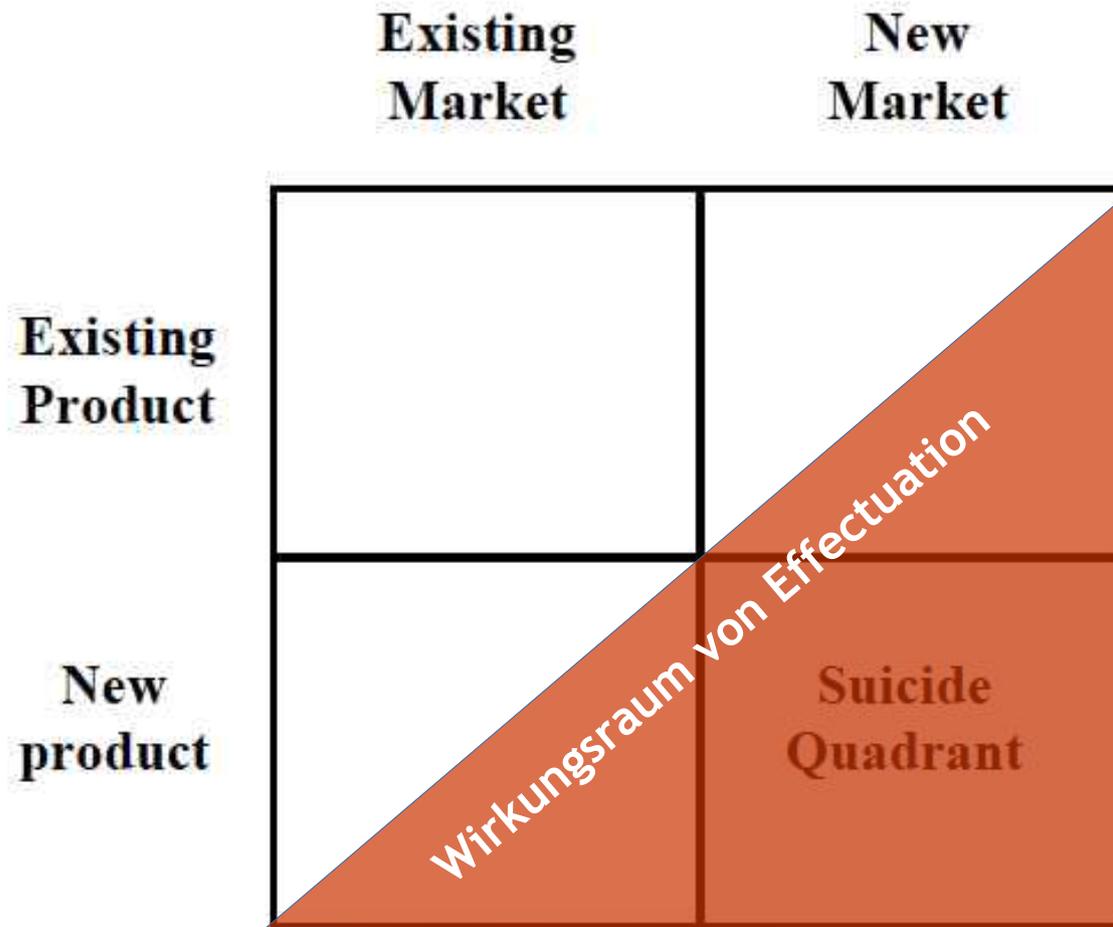
Ambivalenz





Handout zur ausschließlichen Nutzung im Rahmen des EU-Projekts InduCCI
**Risikomatrix existierender und entstehender
Produkte und Märkte**

Figure 3



Quelle: <http://www.effectuation.org/sites/default/files/documents/what-makes-entrepreneurs-entrepreneurial-sarasvathy.pdf>, page 7; siehe auch Marcus Ambrosch, 2010 S.73

Handout zur ausschließlichen Nutzung im Rahmen des EU-Projekts InduCCI

Klassisches Kausalmodell aus Marketing-Lehrbüchern



Quelle:
<http://www.effectuation.org/sites/default/files/documents/what-makes-entrepreneurs-entrepreneurial-sarasvathy.pdf>

Siehe auch: Ambrosch M.,
2010, S,142

Effectuation-Prozess, so wie von erfahrenen Entrepreneurern angewendet

Handout zur ausschließlichen Nutzung im Rahmen des EU-Projekts InduCCI

Snow Patrol - Vredenburg, Utrecht, 11. Oktober 2006



Foto: Ellen van Bogedom, wikipedia, creative commons CC BY 2.0

campaign

11.09.15 www.campaignlive.co.uk Part of the BrandRepublic Group £3.70

BE AUTHENTIC

Consumer-generated photos increase conversions and customer engagement on every channel.



olapic

Find Olapic at Europe's premier digital marketing event: Hall 06, Stand D-040
FIND YOUR SPECIAL OFFER ON THE BACK COVER



Einsatz in der strategischen Planung und Organisationsentwicklung



**EFFECTUATION-
mindset**

**„innere Haltung des
innovativen
Unternehmers“**

Ungewissheitsprofilung für Teilbereiche der Organisation

Produkt - Service - Projekt



EFFECTUATION

**KAUSALES
MANAGEMENT**

Navigieren mit PAVE

(die passende Strategie für ein Vorhaben entwickeln)

gestalten

positionieren

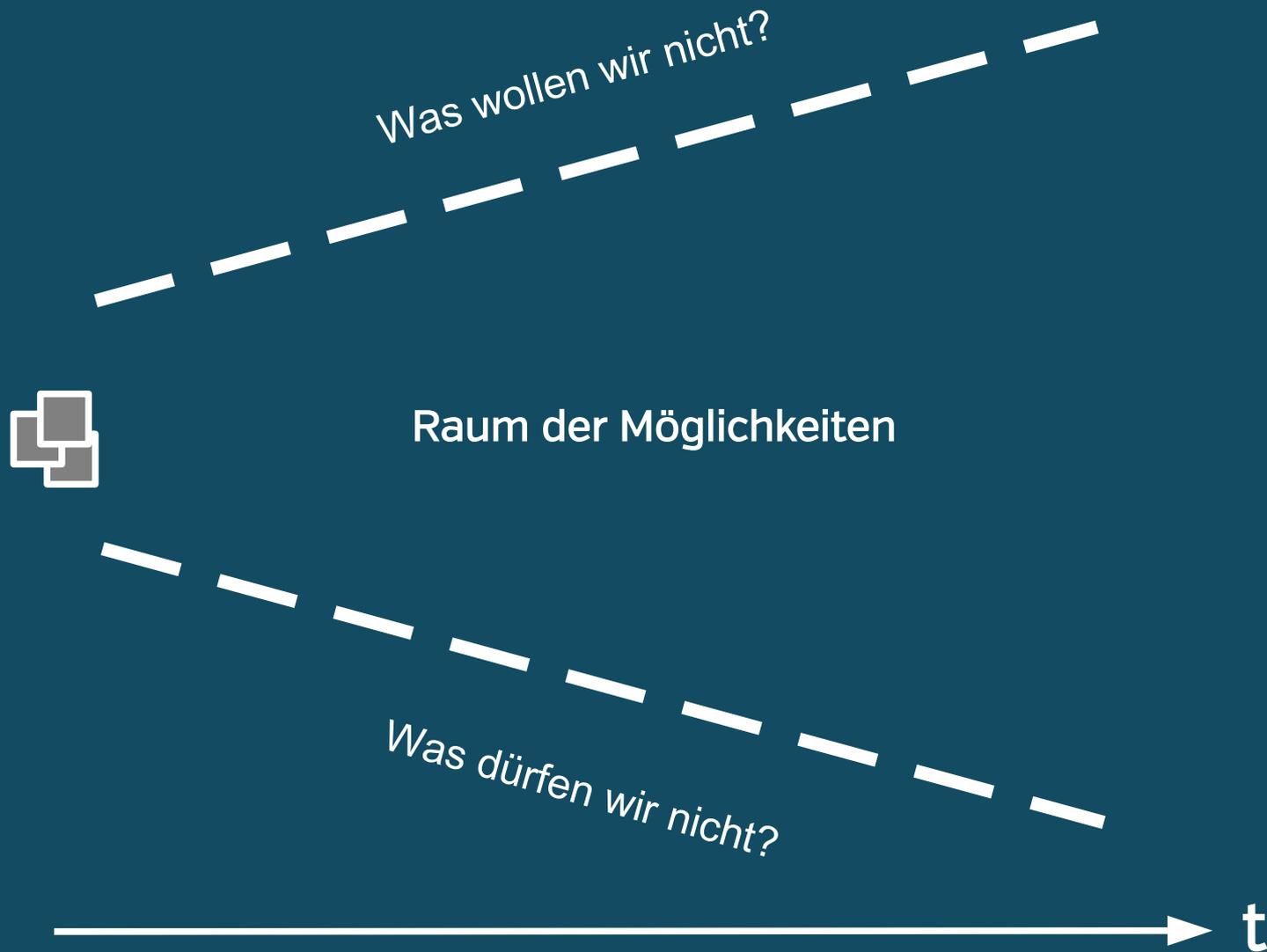
<p>(V)</p> <p>Welche Faktoren lassen sich kraft meines/unseres Einflusses nach meinen/unseren eigenen Vorstellungen gestalten?</p>	<p>(E)</p> <p>Welche Faktoren lassen sich zwar nicht vorhersagen, jedoch durch mein/unser Handeln beeinflussen (co-kreieren)?</p> <p>=> Zielvorstellungen / Schritte miteinander aushandeln, Pilotprojekte (Schnellboote,...)</p>
<p>(P)</p> <p>Welche Faktoren sind vorhersagbar, aber nicht durch mein/unser Handeln gestaltbar?</p>	<p>(A)</p> <p>Welche Faktoren lassen sich weder vorhersagen noch durch mein/unser Handeln gestalten?</p> <p>=> agile Methoden wie SCRUM, Design Thinking,</p>

vorhersagbar

nicht vorhersagbar

**Einsatz zur Projektabgrenzung und
Definition von Handlungsspielräumen
(auch im Kontext von Beteiligungsprozessen)**

Leitplanken-Planung



Quelle: Eigene Darstellung gemäß Faschingbauer 2017, Zusatzmaterial. Hinweis: Hier verbindet sich Effectuation mit systemischem Coaching. Das Werkzeug ist auch bekannt aus dem im systemischen Coaching, bzw. der systemischen Organisationsberatung.

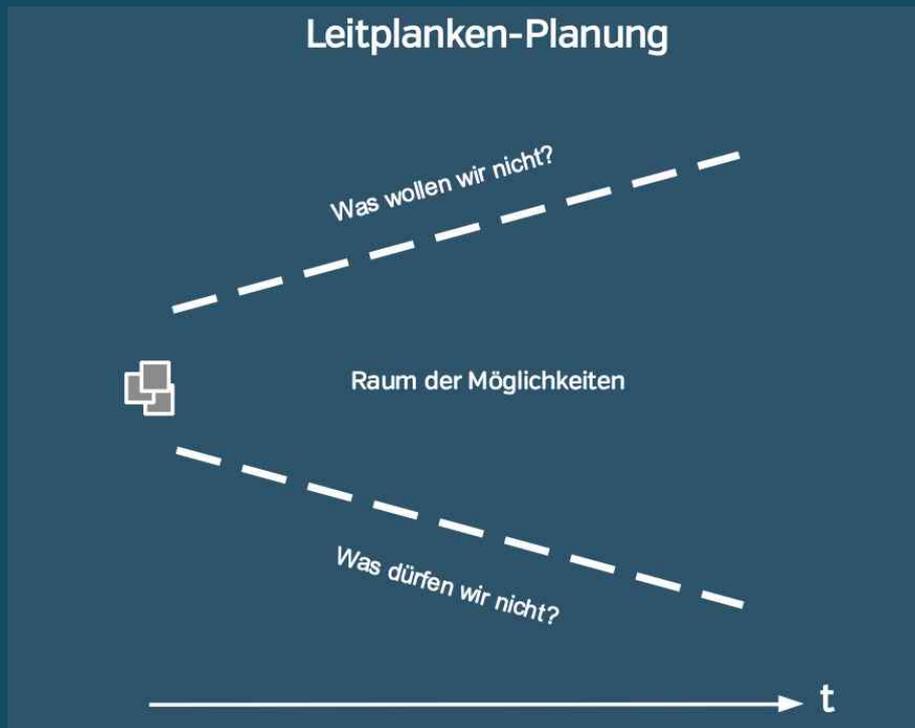
Leitplanken-Planung

Themen & Nicht-Themen

Aktivitäten

Umfang von Aktivitäten

Spielregeln



=> Darüber reden

=> Freiräume und Zielvorstellungen
schrittweise miteinander aushandeln

=> zügig ins Handeln kommen

Christof Schreckenberg

CREATIVE TIDE
Büro für Geschäfts- und
Persönlichkeitsentwicklung

Thiebolsgasse 15
50676 Köln

schreckenberg@creativetide.de
Tel. 0179 918 2794