

# LIPPE WISSEN & WIRTSCHAFT

05  
MAI  
2020



Industrie- und  
Handelskammer  
Lippe zu Detmold

Unser Titelthema  
Kultur- und Kreativwirtschaft

## Kreativ in Lippe

Zentrales Innovationsprogramm  
Mittelstand  
Kleine Unternehmen  
aus Lippe werden besser  
gefördert

Millionen Menschen betroffen  
Das Homeoffice  
Experiment



Kreativität als Schlüsselqualifikation im Zeitalter digitaler Innovation

# Schlüsselfaktor Kreativität

Eine steile These zum Einstieg: Die Kreativwirtschaft ist ein „weißer Schimmel“. Denn alles Wirtschaften ist kreativ – die Fähigkeit zum Vorstellen und Herstellen wird in allen Branchen gebraucht.

Trotzdem hilft es, die elf Teilmärkte der „Kultur- und Kreativwirtschaft“ gebündelt zu sehen: Die Arbeit an Musik, Büchern, Kunst, Film, Rundfunk, darstellenden Künsten, Architektur, Design, Presse, Werbung, Software und Spielen unterscheidet sich zwar im Detail. Aber die Herangehensweisen ähneln sich und sind zugleich anders als in Maschinen-

bau, Chemie oder Finanzwirtschaft. Zumindest bisher, denn es gibt gute Gründe den Austausch zwischen den Branchen zu vertiefen.

## **VUCA UND VULKANE**

Warum gewinnen die US-Streitkräfte trotz massiver Überlegenheit keine Kriege mehr? Die Antwort der Strategen lautet „VUCA“ – „volatile, uncertain, complex, ambiguous“. Dinge ändern sich heute schnell, sind unsicher, komplex und mehrdeutig. In der Wirtschaft erleben wir die Disruption ganzer Branchen, beför-

dert von Globalisierung und Digitalisierung. Startups am anderen Ende der Welt gefährden Marktführer, ein leises Brodeln kann jederzeit zum Vulkanausbruch werden. Amazon und der Einzelhandel, Airbnb und die Hotellerie, Tesla und die Autoindustrie – die Liste ließe sich fortsetzen.

Wo sich Produktlebenszyklen durch diese Entwicklungen verkürzen, wird Innovationsfähigkeit zum Schlüssel für den Erfolg. Technisch genial zu sein genügt nicht – es braucht marktreife, an echten Bedürfnissen ausgerichtete Produkte und



nehmen für Neues zu nutzen, ist Chance Nr. 1: Wandel kreativ gestalten.

### STANDORT UND STÄRKEN

Wie passt das ins bodenständige OWL? Die erfolgreichen Mittelständler der Region zeigen: Auch mit landestypischer Unaufgeregtheit lässt sich dem Wandel konstruktiv begegnen. Dabei hilft eine florierende Kreativszene: Sie steigert die Lebensqualität für alle, zieht Menschen an und hält sie vor Ort. Und nützt so mittelbar auch anderen Branchen beim Wettbewerb um die besten Talente.

In der Coaching-Arbeit erlebe ich, welches erstaunliche Kreativpotenzial in der Region steckt. Nicht nur technologische Weltmarktführer, auch viele Kulturkreative nutzen als „hidden champions“ OWL. Schnelles Internet vorausgesetzt sind die Arbeitsbedingungen für sie nicht schlechter als in der Großstadt, die Lebensbedingungen oft deutlich besser. Der geplante Detmolder Kreativ-Campus wird diese Potenziale hoffentlich gebündelt sichtbar machen. Darin liegt Chance Nr. 2: Besonderheiten kreativ nutzen.

### PARTNERSCHAFT UND PATENSCHAFT

Planbarkeit, Stabilität und Sicherheit sind wichtig für traditionelle Unternehmen. Innovation ja, aber gründlich, mit einem Hang zum Perfektionismus: Hat das nicht Jahrzehntelang Erfolg gebracht?

Dagegen ist die Kernkompetenz der Kreativen, mit dem Unbekannten umzugehen. Das kann anstrengend sein. Allerdings bietet die Irritation auch eine Reibungsfläche für den sprichwörtlichen kreativen Funken. Sie inspiriert zu dem, was jeder Innovationsprozess braucht: Respektlosigkeit gegenüber dem Status quo.

Zum Bild gehört auch: 47,9% der lipischen Kultur- und Kreativunternehmen erzielen unter 50.000,- Euro Jahresumsatz. Das ruft nach Partnerschaften jenseits von Kultursponsoring: Warum dieses Potenzial nicht unternehmerisch nutzen? Werbebudgets in der Region investieren statt in Metropolagenturen? Patenschaften mit Kulturschaffenden schließen, um neue Impulse in Unternehmen zu holen? Darin liegt Chance Nr. 3: Netzwerke kreativ erweitern.

### NEUES UND NACHHALTIGES

Stellen wir uns OWL einmal vor, wenn alle drei Chancen genutzt werden: Firmen arbeiten mit agilen Wandel-Werkzeugen. Die Kreativszene ist sichtbar und

selbstbewusst. Netzwerke und Partnerschaften sind ausgebaut. Schon daraus ergeben sich Beiträge zum finanziellen Erfolg von Unternehmen und Kulturkreativen und positive Wirkungen für die Region insgesamt.

Was noch fehlt ist eine Antwort auf sozio-ökologische Herausforderungen. Die UN-Nachhaltigkeitsziele fordern uns bis 2030 zu großen Veränderungen auf, teils im Widerspruch zur bisherigen Wirtschaftsweise. Dies nicht als lästige Einschränkung, sondern als Innovations-Treiber zu begreifen, führt zu Chance Nr. 4: Wirtschaft kreativ weiterentwickeln.

Im IHK-Arbeitskreis „LippeKreativ“ engagieren wir uns dafür, diese und weitere Chancen zu nutzen. Informieren Sie sich gern auf [www.lippe-kreativ.de](http://www.lippe-kreativ.de) – Und gestalten Sie mit!



**CHRISTIAN EINSIEDEL**

arbeitet als Creative Business Coach in Ostwestfalen-Lippe und online für Klienten von Landau bis London. Mit seiner Firma „Wegbereit Coaching & Management“ unterstützt er kreative Unternehmer\*innen dabei, ihre Herzenswünsche klar zu fühlen und sie erfolgreich in die Welt zu bringen.

Infos & Kontakt: [www.wegbereit.com](http://www.wegbereit.com)

Geschäftsmodelle. Damit kennen Kreative sich aus. Am Beispiel Werbung: Niemand würde im stillen Kämmerlein Kampagnen entwickeln und verkaufen. Man schneidet sie gemeinsam mit Auftraggebern auf die Zielgruppe zu. Man experimentiert, erprobt, verwirft und verbessert.

Mit einem Modebegriff: Kreative arbeiten agil. Sei es mit einer Mischung aus Improvisation und Koffein oder mit strukturierten Methoden wie „Scrum“ und „Design Thinking“. Diese Arbeitsweise auch in traditionellen Unter-