

Kreative Archetypen

Warum man in Wien keine Wale fängt – und welche Archetypen ein kreatives Ökosystem braucht, verrät Harald Katzmaier.

••• Von Sabine Bretschneider

WIEN. Anlässlich des Tages der Marktkommunikation am Mittwoch, 10. Oktober, im Wiener MuseumsQuartier referiert Harald Katzmaier, Gründer und Geschäftsführer von FASresearch, über „Die Ökologie von Kreativität – eine Analyse der Wiener Kreativbranche“.

medianet hat im Vorfeld dazu ein Gespräch mit Katzmaier über die Entstehung und den Erhalt kreativer Ökosysteme geführt, über die dafür notwendigen zwölf Archetypen – und darüber, dass Wien eben doch kein Silicon Valley ist.

Lücken im „Produktzyklus“

Für den Standort einer Innovations- und Kreativökologie braucht es verschiedene Faktoren – „und, noch wichtiger, verschiedene ‚Rollen‘ und Charaktere innerhalb dieses Ökosystems“, sagt Katzmaier.

„Erklärt am Beispiel des ‚Produktlebenszyklus‘ eines Start-ups: Am Beginn steht das Wachstum, dann folgt eine Phase der Etablierung, schließlich aber kommt der Zeitpunkt, an dem das Etablierte infrage gestellt wird. Eine Krise – etwa das Auftreten eines starken Mitbewerbers – zwingt das Unternehmen dazu, sich neu zu erfinden.“ Was jetzt folge, sei die „Desillusionierung“. Katzmaier: „Zu diesem Zeitpunkt braucht es aber nicht



© Florian Schürzenbaum

Tabakfabrik

Das Kreativzentrum Tabakfabrik in Linz: Ein gelungenes Beispiel, meint Katzmaier. Hier setze man schon bei der Auswahl der Mieter auf den richtigen Mix.



© FASresearch

mehr nur die Entdecker, die Pioniere, die Forscher, sondern ganz andere Rollen, andere Charaktere: jemand, der sich kümmert, einen ‚Umsorger‘, einen Mentor, der die Desillusionierten auffängt, einen, der Plan B und C aus der Schublade zieht.“

Zu enger Fokus

Gebe es entlang der Produktlebenszyklusschleife einer Innovationsökologie diese Rollen nicht, dann könne der Zyklus nicht gelingen. Dieses Modell, davon ist Katzmaier überzeugt, könne man „auf Branchen anwenden, auf Städte oder auf eine ganze Gesellschaft“.

Das Problem an der jetzigen – auf Start-ups und Accelerators fokussierten – Ökonomie sei, genauer betrachtet, dass damit „immer nur eine einzige Phase abgebildet wird“ – die Gründer und die Investoren; alle anderen kämen in diesem Modell der Creative Industries nicht vor.

Katzmaier: „Es gibt die Idealisten, die Kreativen ... aber es fehlen beispielsweise die Ent-

Tag der Marktkommunikation

#tdmk18

„Kreativstadt Wien – Wunsch oder Wirklichkeit?“/Tag der Marktkommunikation 2018 am Mittwoch, 10. Oktober, im Wiener MuseumsQuartier.

Premiere Am Tag der Marktkommunikation (Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation Wien), gesellt sich heuer die Landesinnung Wien der Berufsfotografen dazu. Vor dem öffentlichen #tdmk18 (ab 16 Uhr) finden die Tagungen für Mitglieder der beiden Fachgruppen statt.

<https://werbungwien.at/2018/09/11/fachgruppentagungen-tag-der-marktkommunikation-2018/>

scheider.“ Das Resultat dieser verkürzten Perspektive: „30-Jährige, die 80 Stunden in der Woche arbeiten und dann aufgekauft werden.“

Andere Bedingungen

In den USA funktioniert dieses System auch nur, deshalb weil es diesen „Überfluss an Menschen“ gebe – und einen harten Selektionsprozess. In Österreich müssten wir „mit unseren eigenen Karten spielen und anders mit den Menschen umgehen“. Katzmaier: „Diese Strategie ‚Aus einem von 100.000 wird ein Stage 1-Investment‘, wäre hier Unsinn. Was wir brauchen, sind sich selbst erneuernde Ökosysteme, wo es uns gelingt, auch die Gescheiterten und die Enttäuschten wieder zurückzuholen.“

Eine Frage der Perspektive

„Es gibt dieses Sprichwort ‚If you want to raise dolphins, you need an ocean. If you want to have frogs, you need a pond‘, so der FASresearch-Chef. „Hier an der Donau können wir maximal Störe und Hechte fangen – also hört mir damit auf, von Walen zu reden.“

13,1
Mrd. €

Wertschöpfung

Als Querschnittsmaterie ist die Kreativwirtschaft mit anderen Wirtschaftszweigen eng verflochten und bringt zusätzlich zur eigenen jährlichen Wertschöpfung von 8,6 Mrd. € allein in den vorgelagerten Branchen eine Wertschöpfung von rund 4,5 Mrd. €.

Quelle: BMDW

”

Nur die Gscheiten und die Kreativen, das ist zu wenig.

Harald Katzmaier
FASresearch

“