



Tag der Marktkommunikation: Kreativität braucht Freiräume

Wien (OTS) - **Wien müsse Räume für kreative Entfaltung schaffen bzw. weiter ausbauen, darin waren sich die Vortragenden sowie DiskutantInnen am diesjährigen Tag der Marktkommunikation im MuseumsQuartier einig.**

Fast 400 BesucherInnen folgten am Mittwoch der Einladung zum Tag der Marktkommunikation 2018 ins MuseumsQuartier Wien, der unter dem Titel „Kreativstadt Wien – Wunsch oder Wirklichkeit?“ stand. Erstmals veranstaltete die Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation Wien das Event gemeinsam mit der Landesinnung Wien der Berufsfotografen.

Die Veranstalter über die Erkenntnisse des Tages: „Wien steht wie andere Städte im internationalen Wettbewerb, es ist daher unerlässlich, sich mit der Zukunft des Kreativstandorts auseinanderzusetzen. Wir konnten beim diesjährigen Tag der Marktkommunikation viele interessante Erkenntnisse dazugewinnen – vielfach wurde angesprochen, dass Kreativität Freiräume braucht. Wo können wir in Wien Räume für kreative Entfaltung schaffen bzw. wo gibt es diese bereits? Dieser Frage müssen wir als Kreativ- und Kommunikationsbranche weiter nachgehen“, so **Marco Schreuder**, Obmann der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation Wien und **Michael Weinwurm**, Innungsmeister-Stv. der Landesinnung Wien der Berufsfotografen.

Kreativszene hier und anderswo

Vizebürgermeisterin **Maria Vassilakou** betonte in ihren einleitenden Worten, dass Wien trotz seiner Auszeichnungen als lebenswerteste Stadt der Welt sich regelmäßig einer kritischen Bestandsaufnahme stellen müsse.

Arthur Le Gall, Direktor des internationalen Policy-Design-Forschungszentrums KEA European Affairs in Brüssel, widmete sich der Frage, was einen Kreativstandort ausmacht und wie Wien im internationalen Vergleich abschneidet. Sein Fazit: Wien sei bereits jetzt eine Stadt mit großem kreativen Output, die Frage laute aber, ob und wie die Stadt ihr kreatives Potenzial noch weiter ausschöpfen könne. Laut Le Gall müsse man vor allem Räume schaffen, wo Unerwartetes passieren kann.

Suzanne Henning, Direktorin des Branchverbandes Dutch Photographers (DuPho), sprach über das „[Wemakethe.city](#)“-Festival als Best Practice-Beispiel für Kreativität im urbanen Raum. Das Festival zeige, wie Amsterdam versucht, Neankömmlinge in die bestehende Kreativszene zu integrieren sowie EinwohnerInnen in die Stadtentwicklung einzubeziehen.

Harald Katzmair, Gründer des Analyse- und Beratungsunternehmens FASresearch, sprach in seinem Vortrag über kreative Ökosysteme: Innovation entstünde nur im Zusammenspiel vieler unterschiedlicher Player, so der Sozialforscher. Als Beispiel für ein gelungenes Experimentier- und Lernfeld nannte er die Linzer Tabakfabrik.

Politische Konzepte, neue Arbeitswelten und Ausbildungswege

Am Polit-Panel in der Arena 21 gingen die Meinungen darüber, was ein Kreativstandort brauche, auseinander: Während **Sybille Straubinger** (SPÖ) und **Peter Kraus** (Grüne) ein offenes Klima und Toleranz gegenüber Neuem hervorhoben, betonte **Maria Smodics-Neumann** (ÖVP), dass das Scheitern als Teil des kreativen Prozesses stärker akzeptiert werden müsse. **Eduard Schock** (FPÖ) und **Markus Ornig** (NEOS) nahmen die UnternehmerInnenperspektive ein und waren sich einig, dass kreatives Schaffen durch den Abbau von administrativen Hürden begünstigt werden müsse. Kraus und Ornig waren sich

einig, dass manche Räume oftmals weniger Regeln bräuchten, um Dinge geschehen zu lassen, von denen man am Ende nicht weiß, was es werden wird.

Beim ExpertInnen-Talk zum Thema „Arbeitsplatz der Zukunft“ berichteten **Romy Sigl** (coworking Salzburg) und **Severin Wurnig** (Studio Totale, Wien) von ihren persönlichen Erfahrungen mit unterschiedlichen Kooperationsformen. Gemeinsam mit **Elisabeth Noever-Ginthör**, Leiterin von departure, dem Kreativzentrum der Wirtschaftsagentur Wien, diskutierten sie über die großen Potentiale, die im Coworking stecken.

Was die nächste Generation der Kreativen können soll und was eine moderne Ausbildung leisten muss, mit diesen Fragen setzten sich Mitglieder der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation Wien gemeinsam mit VertreterInnen von Wiener Bildungseinrichtungen auseinander. Ihr Fazit: Eine moderne Ausbildung brauche einen Bezug zur Praxis und Weiterbildungsmöglichkeiten nach dem Abschluss.

In seinem Impuls-Statement zu Beginn der Diskussion betonte Fachgruppen-Obmann-Stellvertreter **Konrad Maric** außerdem die Notwendigkeit, starre Ausbildungswege aufzubrechen: „Um den Kreativstandort nachhaltig zu sichern, braucht es eine flexiblere Gestaltung der Ausbildung, eine leichtere Anerkennung bereits erworbener Qualifikationen und Möglichkeiten des lebenslangen Lernens.“ Maric verwies auf die neue Lehre zum Medienfachmann/-frau, die mit ihrem modularen Aufbau diese Anforderungen erfülle.

Neuheiten: Kooperation mit Berufsfotografen und Gebärdendolmetsch

Marco Schreuder, Obmann der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation Wien: „Ich freue mich, dass wir durch unsere erstmalige Kooperation mit der Landesinnung Wien der Berufsfotografen heuer noch ein breiteres Publikum am Tag der Marktkommunikation begrüßen durften. Zum ersten Mal waren in diesem Jahr außerdem Gebärdendolmetscherinnen für uns im Einsatz, wodurch das Event noch barrierefreier war als bisher.“

Michael Weinwurm, Innungsmeister-Stv. der Landesinnung Wien der Berufsfotografen: „Bilder werden in der Kommunikation immer wichtiger. Als Innungsmeister-Stv. ist es mir ein Anliegen, dass die Berufsfotografen als Teil der hiesigen Kreativszene noch sichtbarer werden.“

Über die Landesinnung Wien der Berufsfotografen

Die Landesinnung Wien der Berufsfotografen steht 2.500 Berufsfotografinnen und Berufsfotografen als erste Ansprechpartnerin zur Verfügung. Als Interessenvertretung fördert sie die Aus- und Weiterbildung von Jungunternehmerinnen und Jungunternehmern und forciert den Wissensaufbau durch die Organisation und Durchführung von branchenspezifischen Vorträgen und Netzwerkveranstaltungen. Mit dem Rechtsschutzverband unterstützt die Landesinnung ihre Mitglieder bei der Rechtsdurchsetzung. Aktionen und Wettbewerbe im öffentlichen Raum, wie Menschenbilder oder Le Gacilly-Baden, stärken die Imageentwicklung und unterstützen die Positionierung des Berufsstandes gegenüber Politik und Medien.

Über die Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation Wien

Mit rund 9.800 aktiven Mitgliedern, die in 14 Berufsgruppen tätig sind, ist die Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation Wien die stärkste im Fachverband. Sie setzt sich für Wiener Unternehmen der Werbe-, PR- und Kreativbranche gegenüber der Politik ein, fördert JungunternehmerInnen bei den ersten Schritten in der Selbständigkeit und unterstützt ihre Mitgliedsunternehmen mit zahlreichen Service-, Beratungs- und Bildungsangeboten.

Weitere Bilder in der [APA-Fotogalerie](#)