

HORIZONT

Ruf nach "kreativen Freiräumen" für Wien



Horizont Redaktion 15. Oktober 2018



400 Menschen folgten heuer der Einladung zu Information und Diskurs über den Kreativstandort Wien. Tag der Marktkommunikation 2018

© FG Werbung und Marktkommunikation Wien/APA-Fotoservice//Juhasz

Trotz der Vielfalt der Themen und Meinungen auf dem diesjährigen Wiener Tag der Marktkommunikation gab es einen klaren gemeinsamen Nenner: die Forderung, dass Wien Räume für kreative Entfaltung schaffen und weiter ausbauen müsse, wolle man im globalen Wettbewerb bestehen.

Fast 400 BesucherInnen folgten letzte Woche 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. Marco Schreuder, Obmann der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation Wien und Michael Weinwurm, Innungsmeister-Stv. der Landesinnung Wien der Berufsfotografen, unterstrichen in einem gemeinsamen Fazit, dass gerade angesichts des internationalen Wettbewerbs, in dem Wien in Sachen Kreativbranche stehe, "unerlässlich" sei, "sich mit der Zukunft des Kreativstandorts auseinanderzusetzen".

Dass die Stadt kreative Freiräume brauche, sei von den Teilnehmern "vielfach angesprochen" worden. Dieser Frage müsse man "als Kreativ- und

Kommunikationsbranche weiter nachgehen", so Schreuder und Weinwurm. Auch Vizebürgermeisterin Maria Vassilakou stand in ihren einleitenden Worten dazu, dass Wien sich trotz seiner Auszeichnungen als lebenswerteste Stadt der Welt regelmäßig einer kritischen Bestandsaufnahme stellen müsse. Ins selbe Horn stieß auch Arthur Le Gall, Direktor des internationalen Policy-Design-Forschungszentrums KEA European Affairs in Brüssel. Bei allem vorhandenen kreativen Output müsse Wien mit dem Schaffen von Räumen, "wo Unerwartetes passieren kann", sein kreatives Potenzial weiter ausschöpfen.

Die Fachvorträge ermunterten ebenso zum Beschreiten noch nicht ausgetretener Wege. Suzanne Henning, Direktorin des Branchverbandes Dutch Photographers (DuPho), sprach etwa über das Amsterdamer „Wemakethe.city“-Festival als Best Practice-Beispiel für Kreativität im urbanen Raum. Das Festival zeige, wie die Stadt versuche, Neuankömmlinge in die bestehende Kreativszene zu integrieren. Der Sozialforscher Harald Katzmair postulierte in seinem Vortrag über kreative Ökosysteme, dass Innovation nur im Zusammenspiel vieler unterschiedlicher Player entstehen könne.

Unterschiedliche politische Zugänge

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.

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 auch Fachgruppen-Obmann-Stellvertreter Konrad Maric die Notwendigkeit, starre Ausbildungswege aufzubrechen: Die nachhaltige Sicherung des Kreativstandorts verlange auch "eine flexiblere Gestaltung der Ausbildung, eine leichtere Anerkennung bereits erworbener Qualifikationen und Möglichkeiten des lebenslangen Lernens." Das neue Lehrberufsbild "Medienfachmann/-frau" sah Maric als Beispiel dafür.