

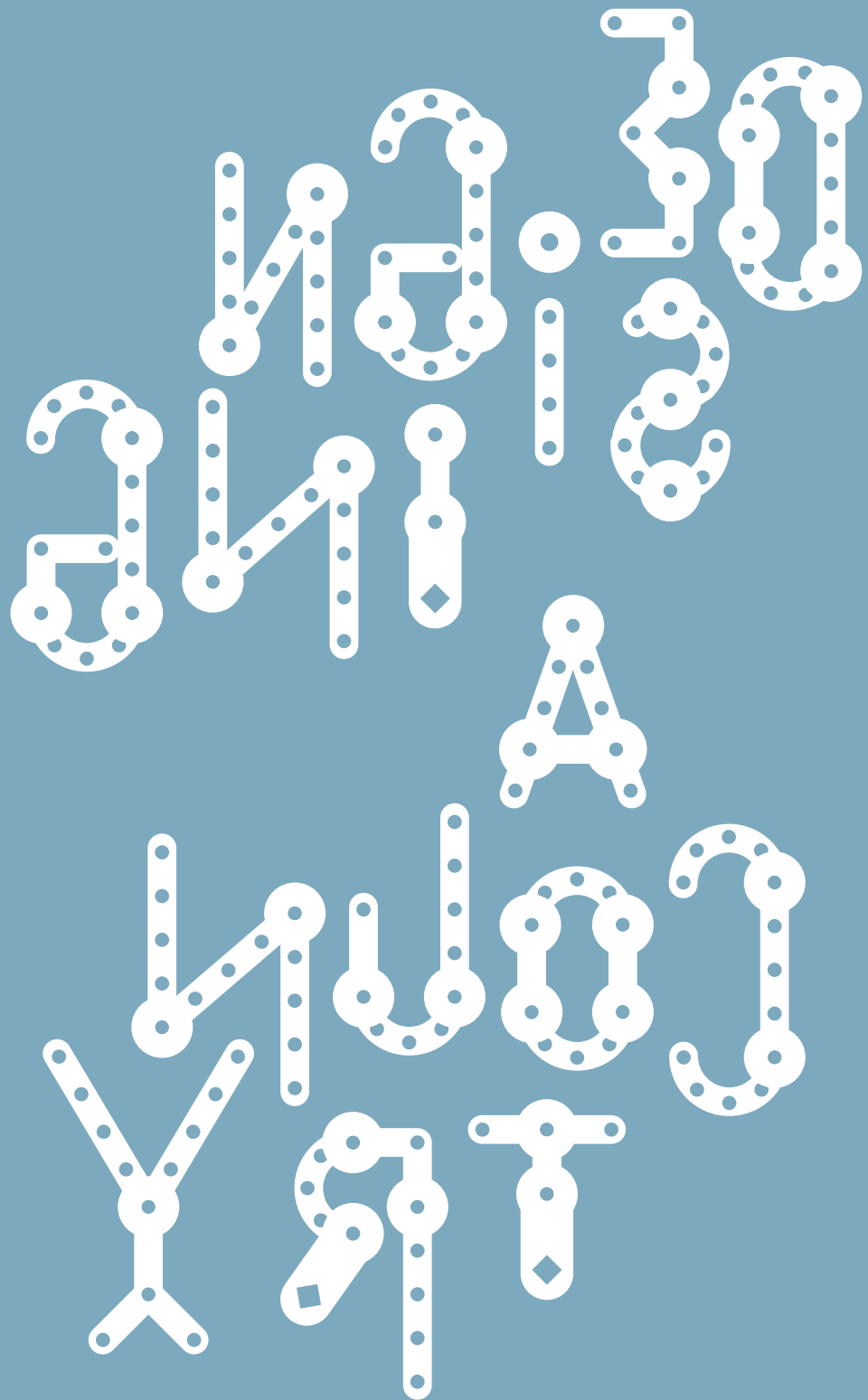
DESIGNING

A

Designing a country

Die niederländische Kreativwirtschaft

COUNTRY



Designing a country

Die niederländische
Kreativwirtschaft

Inhalt

Vorwort	5
Originell und eigensinnig: Die niederländische Kreativwirtschaft	7
Die Kreativwirtschaft als Spitzensektor	15
Who's Who	20
Crossover Beispiel 1: Chirurgie-Game	25
Crossover Beispiel 2: Schwimmender Pavillon in Rotterdam	27
Crossover Beispiel 3: Temstem	29
Crossover Beispiel 4: Fairphone	31
Crossover Beispiel 5: Emergency Sanitation Operating System	33
Crossover Beispiel 6: Blendle	35
Rebuild by Design Essay von Henk Ovink	36
Mehr als Mode Interview mit Marina Toeters	43
Über diese Publikation	48



Vorwort

Unsere heutige Gesellschaft steht weltweit vor großen Herausforderungen. Die Wirtschaftskrise hinterlässt ihre Spuren, die Bevölkerung wird immer älter und die fossilen Brennstoffe immer knapper. Die Lebensqualität, die Infrastruktur und die Umwelt unserer Städte stehen durch das Bevölkerungswachstum unter Druck. Aber es gibt auch gute Nachrichten: Die Niederlande tragen aktiv zu Lösungen für die globalen Herausforderungen bei.

Entscheidend für die Bewältigung gesellschaftlicher Fragen sind Innovationsdrang und Kreativität, die wir Niederländer gewissermaßen in unserer DNA haben. Das "Wasserland" Niederlande wurde durch die Planung und den Bau unserer Städte an den Knotenpunkten eines internationalen Wasserstraßennetzes groß. Unsere Deiche und die Deltawerke waren einst revolutionäre Schutzbauten im Kampf gegen das Wasser und sind heute ein bewährtes Exportprodukt, sind die niederländische Lösung für eine globale Herausforderung.

Kreativität und Innovation verbinden sich beispielhaft in der Kreativwirtschaft. Die einzelnen Branchen des Sektors sind dafür bekannt, dass sie Herausforderungen innovativ angehen, ob es sich nun um die niederländische Architektur von Rem Koolhaas, um Dutch Design von Marcel Wanders oder Serious Games von Ranj handelt. Der Sektor leistet damit einen wichtigen kulturellen, ökonomischen und gesellschaftlichen Beitrag zur Entwicklung der Niederlande – und der Welt.

Als Ministerin für Bildung, Kultur und Wissenschaft und als Minister für Wirtschaft glauben wir beide an die Notwendigkeit,

die Kreativwirtschaft zu unterstützen. Wir glauben, dass die Förderung der Kreativität und die Stimulierung des Austauschs zwischen Kreativen, Unternehmern und Wissenschaftlern unumgänglich ist – nicht nur in den Niederlanden, sondern auch in Zusammenarbeit mit der internationalen Gemeinschaft.

Deshalb haben wir eine Strategie zur Förderung mehrerer Spitzensektoren entwickelt, die Wissenseinrichtungen, Behörden und Wirtschaft zusammenführt. Einer dieser Spitzensektoren ist die Kreativwirtschaft. Dank dieser Förderung nehmen die wirtschaftlichen Aktivitäten im Kreativsektor zu und gehört das niederländische Standortklima zu den besten der Welt. Aber auch bei der Lösung internationaler, nationaler und lokaler gesellschaftlicher Probleme spielt die Kreativwirtschaft eine immer größere Rolle.

Ein Schwerpunkt dabei ist die Internationalisierung der Spitzensektorenförderung. Die niederländische Regierung stimuliert Verbindungen zwischen den Stärken der niederländischen Kreativwirtschaft und den Herausforderungen und der Expertise im Ausland. Ziel ist es, dass unsere kulturellen und ökonomischen Werte auch im Ausland genutzt werden, um gemeinsam die gesellschaftlichen Herausforderungen zu bewältigen.

Ein weiterer wichtiger Punkt unserer Politik ist die Stimulierung von Crossovers. Die niederländische Regierung fördert den fruchtbaren Austausch zwischen Unternehmen der Kreativwirtschaft und Partnern, die sich normalerweise nicht zum Kreativsektor rechnen, etwa Einrichtungen des Gesundheitswesens oder die Energiewirtschaft. Ein schönes Beispiel dafür ist *Temstem*, ein Computerspiel, das psychotischen Menschen hilft, mit ihrer Krankheit umzugehen. Es wurde von Studenten, Designern und Spezialisten einer Klinik entwickelt. Ein anderes Beispiel ist das stromerzeugende Kleid von Marina Toeters, einer Modedesignerin, die eng mit Technikern zusammenarbeitet und Mode macht, die die Nachhaltigkeit fördert oder in anderer Weise funktionell ist.

Diese Broschüre stellt die niederländische Kreativwirtschaft vor. Zur Sprache kommen ihre Entstehungsgeschichte, die Rolle des Staates und die wichtigsten Akteure. Außerdem werden einige Kreativunternehmer vorgestellt, die mit Crossovers und Fachwissen in die Fußstapfen der niederländischen Pioniere der Kreativwirtschaft treten.

Wir wünschen Ihnen viel Inspiration!

Jet Bussemaker, *Ministerin für Bildung, Kultur und Wissenschaft*
Henk Kamp, *Minister für Wirtschaft*

Seit Anfang des einundzwanzigsten Jahrhunderts kümmert sich der niederländische Staat mehr als je zuvor um die Kreativwirtschaft. Der Sektor stützt sich auf die Kraft der Phantasie in Verbindung mit unternehmerischer Initiative. Die Kreativwirtschaft erlangt immer größeren Wert für die Gesellschaft. Ihre Bedeutung ist infolge der Digitalisierung und des Aufkommens des Internet ständig gewachsen,

Originell und eigensinnig:

Die niederländische Kreativwirtschaft

was den Sektor gleichzeitig erheblich verändert hat. Die Anzahl der Unternehmen, die der Kreativwirtschaft zuzurechnen sind, hat in den Niederlanden in den letzten Jahrzehnten stark zugenommen. Das gilt sowohl für das Stellenangebot wie die Wertschöpfung, obgleich der jüngste wirtschaftliche Rückgang auch in diesem Sektor spürbar war. Die überdurchschnittlich intensiven Bemühungen der Regierung um die Kreativwirtschaft sind deren wachsendem ökonomischem Gewicht zu verdanken. Die Kreativwirtschaft ist in den Niederlanden ein Spitzensektor, der für die Zukunft des Landes entscheidend ist.

Die Kreativwirtschaft umfasst drei Teilsektoren, deren gemeinsames Merkmal das Schaffen von Neuem, die Kraft der Phantasie und das Generieren von Bedeutung ist und die diese Fähigkeiten für

Unternehmens- und Verbraucherdienstleistungen nutzen. Dabei ist es unerheblich, ob ein Unternehmen staatlich gefördert wird oder nicht.

Der Sektor gliedert sich in die Branchen Medien- und Unterhaltungsindustrie, Kunst und kulturelles Erbe sowie kreative Unternehmensdienstleistungen. Kennzeichen der letztgenannten Branche ist, dass die dazu zählenden Unternehmen überwiegend für Geschäftskunden tätig sind. Es handelt sich vor allem um Kommunikations- und Werbedienstleistungen, Architektur und verschiedenste Designerleistungen. Die Kreativwirtschaft ist an sich kein neuer Sektor. Neu ist aber, dass seit Kurzem all diese Aktivitäten wegen ihrer großen ökonomischen und kulturellen Bedeutung als ein Sektor zusammengefasst werden.

Phantasie, Innovation und kreativitätsbasierte Ökonomie

In der kreativitätsbasierten Ökonomie wird das Ermöglichen von Erlebnissen und Erfahrungen immer wichtiger. Entscheidend für Innovationen und für die Wettbewerbsfähigkeit ist die Umwandlung gesellschaftlicher Entwicklungen und kultureller Trends in Dienstleistungen und Produkte. Am erfolgreichsten sind Anwendungen, die zum Lebensstil der Nutzer und zu ihren Werten passen.

Kreativität und Phantasie, aber auch deren praktische Nutzung, sind wichtige Quellen für Werte und Wohlstand. Sie sind identitätsstiftend und prägen den Lebensstil, repräsentieren aber auch einen wirtschaftlichen Wert. Designer gestalten Produkte und Dienstleistungen für den Alltag, Architekten entwerfen die gebaute Umwelt und schaffen damit unsere physische Lebenswelt, Medienfachleute beeinflussen mit audiovisuellen Inhalten unsere Wahrnehmung der Welt. Künstler fordern unser Wahrnehmungsvermögen heraus und erweitern die Grenzen unseres Vorstellungsvermögens. Die Volkswirtschaft ist immer stärker kulturell beeinflusst. Die wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung der Kreativität wächst fortwährend.

Die Volkswirtschaft ist immer stärker kulturell beeinflusst. Die wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung der Kreativität wächst fortwährend.

Die Niederlande zeichnen sich durch eine weltoffene, liberale Kultur aus, die Einflüsse aus vielen Gegenden der Welt absorbiert und integriert.

Kreativität und das Vermögen, zu phantasieren und Neues zu entwerfen, sind jedoch auch und vielleicht hauptsächlich außerhalb der Grenzen der Kreativwirtschaft gefragt. In Verbindung mit anderen Wissensformen und Kompetenzen können sie in der gesamten Wirtschaft für attraktive und verbraucherrelevante Produkte und Dienstleistungen sorgen. Das gilt – um nur einige Beispiele zu nennen – für das verarbeitende Gewerbe, für Finanzdienstleistungen, Gesundheitswesen, Energiewirtschaft und die Lebensmittelindustrie. Originelle

Verknüpfungen der Kreativwirtschaft mit anderen Sektoren können die Innovationskraft der auf Kreativität basierten niederländischen und europäischen Ökonomie stärken. Der Entwicklungsstand der Kreativwirtschaft wird somit zu einem Gradmesser der Kraft und Vitalität einer Volkswirtschaft.

Kreatives, schöpferisches Vermögen ist nicht nur aus ökonomischer Sicht unabdingbar, sondern auch angesichts der großen gesellschaftlichen Herausforderungen und drängenden Probleme wie gesundes Altern Kreislaufwirtschaft, intelligente Industrie und inklusive Gesellschaft. Dafür sind mehr als nur rein technologische Lösungen erforderlich. Gefragt sind Entwürfe, bei denen kulturelle Werte eine Rolle spielen und menschliche Erfahrungen und Bedeutungszuschreibungen im Mittelpunkt stehen.

Das kommt u.a. in dem international viel beachteten Projekt „De Hogewey“ zum Ausdruck, einem Vorbild für altersgerechtes Design, ein „Dorf“, in dem dementierende alte Menschen in einem Umfeld leben und betreut werden, das ihrer Lebensweise entspricht. Ein weiteres überzeugendes Beispiel ist die Entwicklung von Energieinseln an flachen Meeresküsten, auf denen Energiespeicherung und Erholungsfunktion kombiniert werden können. An ihnen arbeiten gemeinsam die Konstrukteure, Energieexperten und Bauingenieure mehrerer Unternehmen.

Die niederländische Kreativwirtschaft hat schon immer all diese Gesichtspunkte verbunden. Hier wird seit Langem bereichsübergreifend aufgrund der Überzeugung gearbeitet, dass nur so die Kraft des niederländischen kreativen Sektors optimal zu ihrem Recht kommt.

Die niederländische Kreativwirtschaft

Die Niederlande zeichnen sich durch eine weltoffene, liberale Kultur aus, die Einflüsse aus vielen Gegenden der Welt absorbiert und integriert. Für den heutigen Stellenwert der Kreativwirtschaft war zweifellos die historische Rolle der Niederlande als führende Handelsnation mit einem sich darauf gründenden und vor allem in Amsterdam ansässigen starken Finanzsektor von Bedeutung. Ein solches Umfeld ist besonders günstig für kulturelle und kreative Entwicklungen. Dadurch und aufgrund des hohen Ausbildungsstands und der Mehrsprachigkeit eines großen Teils der Bevölkerung sind die Niederlande ein attraktiver Standort für ausländische Kreativfirmen. So hat sich eine ganze Reihe von großen Werbeagenturen in der Hauptstadt niedergelassen.

In Amsterdam konzentrieren sich mit Abstand die meisten Aktivitäten der Kreativwirtschaft. Zusammen mit der Medienstadt Hilversum und dem zentral gelegenen Utrecht bildet Amsterdam die Achse, um die sich ein wichtiger Teil der kreativitätsbasierten Ökonomie der Niederlande dreht. In diesem Korridor sind wichtige Ballungszentren von Medienunternehmen, Game-Industrie, Designbüros und IuK-Firmen zu finden.

Darüber hinaus zeichnen sich weitere niederländische Städte durch Spezialisierungen innerhalb der Kreativwirtschaft aus, die zu ihrem jeweiligen Profil passen. So hat sich Arnheim einen Namen als Modestadt gemacht, u.a. dank der renommierten Ausbildung an der dortigen Kunst- und Designhochschule. In Rotterdam, der zweitgrößten Stadt der Niederlande, ist die Architekturbranche stark vertreten, u.a. mit mehreren weltberühmten Büros und mehreren unterstützenden Instituten. In der Region Eindhoven, die kürzlich zur wettbewerbsstärksten Region der Welt erklärt wurde, hat das Industriedesign eine herausragende Bedeutung. Der Designsektor blüht hier vor allem im Zusammenhang mit der Hightech-Industrie. Wichtigste Institution ist die dort beheimatete Design Academy.

Die Attraktivität der Niederlande für die internationale Kreativwirtschaft wird noch verstärkt durch die Lage des Landes an der „Mündung des europäischen Kontinents“. Deshalb nehmen die Niederlande für sich den Titel Gateway to Europe in Anspruch, insbesondere im Hinblick auf die angelsächsischen Länder. Die Niederlande haben sich als fruchtbarer Nährboden für kreative

Kreativwirtschaft:

Umfang und Wachstum

Die ökonomische Bedeutung der niederländischen Kreativwirtschaft hat seit Beginn dieses Jahrhunderts sprunghaft zugenommen. 2012 waren in den Niederlanden in diesem Sektor **153.410** Menschen tätig. Das sind **2 %** der Gesamtbeschäftigung. Davon entfallen **45.440** Stellen auf den Bereich Kunst und kulturelles Erbe, **48.440** Stellen auf den Bereich Kreativdienstleistungen und **59.520** Stellen auf Medien und Unterhaltung. Viele der in der Kreativwirtschaft tätigen Personen sind Selbständige.

Allmählich beginnt eine kreative Netzwerkwirtschaft Gestalt anzunehmen. Der Umsatz der niederländischen Kreativwirtschaft belief sich 2013 auf **12,6** Milliarden Euro bzw. auf **2,2 %** des Gesamtumsatzes der niederländischen Wirtschaft dieses Jahres. Verglichen mit 2010 ist das eine leichte Abnahme um **0,1 %**. Unter der Wirtschaftskrise hatten hauptsächlich Kommunikations- und Werbefirmen und Architekten zu leiden. Die erstere Branche wird stark von wirtschaftlichen Schwankungen beeinflusst, die letztere ist die immer erste, die einen Rückgang im Baugewerbe zu spüren bekommt. Zudem stand die Medienindustrie einige Zeit unter Druck. Die Digitalisierung hat zu einem Stellenabbau in den großen Medienunternehmen geführt. Jedoch konnte der Verlust an Arbeitsplätzen hier teilweise durch neue Stellen im Bereich digitale Dienstleistungen kompensiert werden.

bron: statistics Netherlands

Daran abzulesen ist, dass sich Kreativität hier nicht auf die reine Kreativwirtschaft beschränkt, sondern dass sie auch in anderen Bereichen zum Tragen kommt, um dort als angewandte Kreativität Werte zu schaffen.

Erzeugnisse und Dienstleistungen erwiesen, die neben dem lokalen auch den internationalen Markt erobern.

Merkmal der niederländischen Kreativwirtschaft ist ihre internationale Ausrichtung. Roter Faden hierbei sind Eigensinnigkeit und der originelle und bahnbrechende Charakter niederländischer Kreationen und Lösungen, die einen großen Wiedererkennungswert besitzen. Nicht gescheut wird die Brückierung ästhetischer, kultureller und manchmal sogar moralischer Konventionen.

Das gilt sowohl für das Dutch Design, das Weltruf genießt, als auch für niederländische Architekten, die Entwürfe für viele Standorte rundum den Globus liefern. Niederländische Audiovisionsunternehmen haben die Basis für viele neue Fernsehformate geschaffen und in der aktuellen Dance-Music sind niederländische DJs und Festivals richtungsweisend. Ähnliches gilt für die vielen in den Niederlanden ansässigen digitalen Medialabs, die mit ihrem künstlerischen Anspruch die dominanten Technologien zur Diskussion stellen.

In einer solchen Einrichtung entstand die Idee für das Projekt *Fair Phone*. Es will das dem Smartphone zugrunde liegende Produktionssystem nachhaltiger gestalten und überdies die übrig bleibenden Komponenten wiederverwertbar machen. Eine relativ neue Entwicklungsrichtung ist der Einsatz von Games für Lernzwecke. In den Niederlanden gibt es relativ viele Unternehmen,

die sich mit sogenannten *Serious Games* beschäftigen und auf dem internationalen Markt eine Vorreiterrolle übernehmen. Ein schönes Beispiel ist *Temstem*, ein Spiel, das Menschen, die im Kopf Stimmen hören, einfach und kostengünstig hilft, ihre Probleme zu vermindern. Zurzeit wird durch öffentlich-private Kooperation im Rahmen des Projekts Growing Games versucht, die Exportchancen der niederländischen Serious-Games-Industrie weiter zu verbessern.

Aber auch bei der eher traditionellen Kultur mischen die Niederlande mit. In der Welt der klassischen Musik sind niederländische Barockensembles und Symphonieorchester berühmt. Die Sammlungen der Museen stützen sich einerseits auf das kulturelle Erbe, vor allem die Malerei des 17. Jahrhunderts, andererseits auf das moderne und postmoderne kreative Schaffen. Auch bei der digitalen Erfassung des Erbes sind niederländische Einrichtungen führend. Das gilt insbesondere für das Institut für Bild und Ton (Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid), das sowohl als Präsentationsstätte als auch als Entwickler neuer Dienste für viele vergleichbare Einrichtungen ein Vorbild ist.

Die niederländische Kreativindustrie wird von anderen Sektoren und Disziplinen immer stärker als Partner bei Konzipierung und Entwicklung kreativer Lösungen für gesellschaftliche Fragen gesehen, wobei die Lösungen gleichzeitig einen finanziellen Gewinn abwerfen.

Die Niederlande sind ein Land, in dem es durch intelligente Kombinationen von u.a. städtebaulichen Konzepten und Raumplanung gelingt, auch auf kleinen Arealen viele Funktionen zu verbinden: The Dutch Approach. Die Niederlande liegen ja in einem Flussdelta, in dem die Beherrschung des Wassers entscheidend ist. Obwohl es sich um eines der am dichtesten besiedelten Gebiete der Welt handelt, ist das Land der zweitgrößte Lebensmittelexporteur überhaupt.

Daran abzulesen ist, dass sich Kreativität hier nicht auf die reine Kreativwirtschaft beschränkt, sondern dass sie auch in anderen Bereichen zum Tragen kommt, um dort als angewandte Kreativität Werte zu schaffen. Der eigensinnige und bahnbrechende Charakter etwa des Dutch Design und der niederländischen Architektur findet seine Fortsetzung in der Suche nach originellen Lösungen für die großen Herausforderungen der Zeit. Daran lässt sich die heutige Bedeutung der niederländischen Kreativwirtschaft erkennen.



Die Konzepte zur Entwicklung der Kreativwirtschaft sind jüngeren Datums. Viele Wirtschaftszweige, die zur Kreativwirtschaft gerechnet werden, haben jedoch eine lange Vorgeschichte. Kultur und Kreativität sind schon seit

Die Kreativwirtschaft als Spitzensektor Strategie zur Erlangung einer Spitzenposition 2020

Jahrzehnten und teilweise seit Jahrhunderten Quellen der ökonomischen und gesellschaftlichen Wertschöpfung. Schon den großen altholländischen Malern wurde von ihren Auftraggebern Kreativität abverlangt, was zu Werken mit Ewigkeitswert führte.

Die Buchdruckerkunst fungierte als Katalysator für die Bildung und die Reformation, sorgte aber auch für die Herausbildung des Verlagswesens als Wirtschaftssektor. Eine kürzere Geschichte haben die elektronischen Medien hinter sich. Ihre Grundlage sind die technischen Entwicklungen seit Beginn des zwanzigsten Jahrhunderts. Die Digitalisierung und die Nutzbarmachung des Internet veränderten die traditionellen Zweige der Kreativwirtschaft grundlegend und ließen neue Wirtschaftszweige wie die Game-Industrie entstehen.

Erst in den letzten beiden Jahrzehnten wurde die Kreativwirtschaft auch von der Politik als wichtiger und vielversprechender Sektor entdeckt und gewürdigt. Diesbezüglich bekleideten Ende des vergangenen Jahrhunderts angelsächsische Länder wie Großbritannien und Australien eine Vorreiterrolle. In den Vereinigten Staaten ist beispielsweise schon seit Langem die Bedeutung der Filmindustrie für die amerikanische Volkswirtschaft anerkannt. Davon zeugen die Anstrengungen mehrerer

Präsidenten, in den Verhandlungen über Handelsverträge in den betreffenden Ländern die Verletzung von Urheberrechten der Filmindustrie (etwa in China) zu verhindern.

Kreativwirtschaft als Hebel der Innovation

Die niederländische Regierung hat seit gut zehn Jahren die ökonomische Bedeutung der Kreativindustrie erkannt. Diese Anerkennung entspricht dem gegenwärtigen Entwicklungsstadium der niederländischen Wirtschaft. Die traditionelle industrielle Basis bröckelt infolge der weltweiten Konkurrenz ab und die Bedeutung des Dienstleistungsbereichs nimmt zu. Zudem liegt mit dem Aufstieg der wissensbasierten Wirtschaft der Schwerpunkt immer stärker auf Ausbildung und Forschung und demzufolge auf Innovation. Dieser

Trend gilt für Europa insgesamt

Die gegenwärtige Wertschätzung der Kreativwirtschaft markiert eine neue Phase. Heute werden nicht nur Wissen, sondern mehr als zuvor auch Kreativität und Phantasie als relevante Triebkräfte der Wirtschaftsentwicklung angesehen. Die Kreativwirtschaft bildet das Rückgrat der sich entwickelnden kreativitätsbasierten Ökonomie. Crossovers und die großen Herausforderungen
Zunächst zielte die niederländische Politik vor allem auf die Förderung des Wachstums in diesem Sektor. Das Wachstum wurde in Beschäftigungs- und Umsatzzahlen sowie in der Wertschöpfung ausgedrückt. Allmählich richtete sich jedoch die Aufmerksamkeit stärker auf die breite gesellschaftliche und ökonomische Bedeutung der Kreativwirtschaft. Daraus resultiert jetzt die Stimulierung der Zusammenarbeit zwischen der Kreativwirtschaft und anderen Sektoren im Rahmen sogenannter Crossover-Projekte.

Die Bedeutung der Kreativwirtschaft wird deshalb eher im Aufzeigen neuer Perspektiven und in der Stimulierung von Innovationen in anderen Sektoren gesehen als in einem Wachstum des Sektors selbst. Dies macht der sich verändernde Charakter von Wirtschaft und Gesellschaft erforderlich. Für die Wirtschaftsentwicklung, aber auch für die soziale Innovation ist ein Ansatz, der sich auf rein technisches Wissen stützt, unzureichend. Immer öfter spielen kulturelle Werte eine Rolle. Entscheidend sind daher der Input der Kreativität und die Verbrauchererfahrungen als Perspektive. Dies entspricht der Art und der Arbeitsweise der Kreativwirtschaft, bei der es um das Entwerfen in allen denkbaren Facetten geht. Die Kreativwirtschaft ist somit der Hebel der innovativen ökonomischen und gesellschaftlichen Entwicklung.

Die Kreativwirtschaft spielt beim Formulieren von Antworten auf die sogenannten großen Herausforderungen der Zeit eine immer größere Rolle, etwa wenn es um die Überalterung oder um die Zukunft des Gesundheitswesens geht, aber auch bei der Durchsetzung der Kreislaufwirtschaft, beim Umgang mit dem Klimawandel und beim Streben nach einer inklusiven Gesellschaft. Crossovers von der Kreativwirtschaft in Richtung anderer gesellschaftlicher Bereiche können zu neuen Perspektiven und innovativen Lösungen führen. Diese und andere große Herausforderungen bilden den Schwerpunkt mehrerer Programme der Europäischen Union zur Wissensentwicklung.

Mit der Betonung der Hebelwirkung von Lösungen der Kreativwirtschaft für Ökonomie und Gesellschaft wird auch kreativen Talenten, die entsprechende Kompetenzen besitzen, immer größere Aufmerksamkeit geschenkt. Solche Talente sind oft in der Kreativwirtschaft tätig. Sie sind nicht selten auch in Bereichen außerhalb der Kreativwirtschaft tätig, etwa im produzierenden Gewerbe oder bei Finanz- und Logistikdienstleistern. In diesen Fällen spricht man von Embedded Creativity. Dennoch wird die Zukunft des Sektors Kreativwirtschaft nicht aus dem Blickfeld verloren. Gerade durch die Entwicklung und Realisierung neuer Produkte und Dienste, die für eine erfolgreiche Begegnung der gesellschaftlichen Herausforderungen von Bedeutung sind, kann die Wirtschaftskraft des Sektors inner- und außerhalb der Landesgrenzen wachsen.

Spitzensektor Kreativwirtschaft

Im Rahmen der Wirtschaftspolitik der Niederlande wurde 2011 die Kreativwirtschaft neben Logistik, Wasserbau und Agrifood zu einem Spitzensektor erklärt. Das für diesen Spitzensektor aktive Topteam Kreativwirtschaft hat deren vielschichtige Bedeutung erkannt und bemüht sich vor allem um mehr Crossovers vom Sektor aus. Das Team hat sich das Ziel gesetzt, die Niederlande bis 2020 zur kreativsten Volkswirtschaften Europas zu machen. Im Topteam werden Belange von Kreativwirtschaft, Forschung, Bildung und des Staates verbunden.

Die herausragende Rolle der Kreativwirtschaft für die niederländische Politik geht auf das Jahr 2004 zurück, als der Sektor von der damals ins Leben gerufenen Innovationsplattform zu einem Schlüsselbereich erklärt wurde. Etwa gleichzeitig wuchs u.a. in Eindhoven, Amsterdam, Arnheim, Utrecht und Rotterdam das Bewusstsein, dass der Sektor für diese Städte von großer Bedeutung ist. In mehreren Städten und Regionen wurden in den letzten Jahrzehnten Initiativen entfaltet, die von der Entwicklung von Clustern für Kreativfirmen – oft in ehemaligen Industriegebäuden – bis hin zu Förderprogrammen für spezielle Bereiche des Sektors reichten.

Dabei wurde jeweils eine Kooperation im „goldenen Dreieck“ angestrebt, d.h. zwischen Wirtschaft, Wissenseinrichtungen und Behörden. Rückblickend lässt sich bilanzieren, dass einige Entwicklungen innerhalb von Designbranche, Game-Industrie und Medienindustrie auch mithilfe spezieller regionaler Stimulierungsprogramme verwirklicht wurden. In diesem Kontext haben Planungsinstrumente, die von den nationalen Behörden in Zusammenarbeit mit der Europäischen Union entwickelt wurden, ihren Wert für die Kreativwirtschaft erwiesen.

Innovation, Talente und Internationalisierung

Das Topteam Kreativwirtschaft baut auf die von der Innovationsplattform eingeleiteten Entwicklungen auf und arbeitet gemeinsam mit privaten und öffentlichen Partnern gleichzeitig an mehreren Fronten an der Stärkung der niederländischen Kreativwirtschaft. Besondere Beachtung wird der Förderung der Wissensentwicklung (zielend auf Innovation im Sektor), der Talentförderung (Humankapital-Agenda), der Internationalisierung, der Steigerung des Exports und der Finanzierung der Wirtschaftstätigkeit in der Kreativindustrie geschenkt. Das Topteam arbeitet eng mit mehreren Regionen und Städten in den Niederlanden zusammen, die sich zur Entwicklung eines bestimmten Segments der Kreativwirtschaft, das zu deren jeweiligem wirtschaftlichem und gesellschaftlichem Profil passt, verpflichtet haben.

Gerade weil die Rolle und Bedeutung der Kreativwirtschaft vor allem in der Zusammenarbeit mit Unternehmen anderer Sektoren und Bereiche zu ihrem Recht kommt, begann das Topteam unter dem Motto „It takes four to tango“, private Partner von außerhalb der Kreativwirtschaft in die Entwicklung von Forschung und Entwicklung im Sektor einzubinden. Das Konzept passt nahtlos zu den Ambitionen der Niederlande, bis 2020 zur kreativsten Volkswirtschaft Europas werden zu wollen.

Die Stimulierungspolitik für den Spitzensektor Kreativwirtschaft wird in enger Zusammenarbeit mit dem Topteam an drei Ministerien entwickelt. Dabei wird das Topteam vom Dutch Creative Council unterstützt, in dem Unternehmen und Einrichtungen aus der niederländischen Kreativwirtschaft vertreten sind.

Ministerien

Neben dem Wirtschafts- und Außenministerium ist das Ministerium für Bildung, Kultur und Wissenschaft für die Gestaltung der

Spitzensektorenpolitik für die Kreativwirtschaft verantwortlich. Jedes der drei Ministerien arbeitet anhand der eigenen Zielsetzungen an der gemeinsamen Stärkung dieses Sektors.

Das Wirtschaftsministerium hat allgemeine Fördermaßnahmen entwickelt, die möglichst präzise auf die Wünsche der Kreativunternehmen, insbesondere der Klein- und Mittelbetriebe, zugeschnitten sind. Ein Großteil der für die Generierung wissenschaftlichen Wissens bestimmten Fördermittel wird in Abstimmung mit der niederländischen Forschungsorganisation NWO für Forschungen für die Kreativwirtschaft reserviert. Auch TNO, die niederländische Organisation für angewandte Forschung, ist einer der Partner.

Für Wissensbildung, Forschung und Innovation im Bereich Kreativwirtschaft wurde das Konsortium CLICKNL gegründet. In seinem Rahmen kooperieren Wirtschaft, Wissenseinrichtungen und Behörden. In den vergangenen Jahren wurden auf der Grundlage einer gemeinsamen strategischen Forschungs- und Innovationsagenda etwa 15 Millionen Euro für Forschungen in der Kreativwirtschaft bereitgestellt (die dazu auch selbst beiträgt).

Das Außenministerium fördert mit gezielten Werbemaßnahmen den Bekanntheitsgrad der niederländischen Kreativwirtschaft im Ausland.

Das Ministerium für Bildung, Kultur und Wissenschaft kümmert sich nicht nur intensiv um die Ausbildung kreativer Talente, sondern unterstützt auch die Entwicklungskonzepte für mehrere Kreativbereiche durch Experimente und Studien. Zusätzlich zu den speziellen Fonds zur Entwicklung von beispielsweise den Künsten und der Filmindustrie konzentriert sich der Stimulierungsfonds Kreativwirtschaft insbesondere auf die Entwicklung von Design, Architektur und E-Kultur. Der Stimulierungsfonds unterstützt nationale und internationale Projekte der Kreativwirtschaft, hat aber vorzugsweise Crossovers zwischen verschiedenen Disziplinen und Sektoren im Visier.

So setzt sich der Fonds mit Fördermitteln und mit der Organisation von Veranstaltungen für eine fruchtbare Zusammenarbeit zwischen Architektur und Gesundheitswesen ein. Und er fördert Studien und Veranstaltungen zum Crossover zwischen Ausbildungseinrichtungen und Design.

Die Regierung demonstriert mit diesen Initiativen ihre Überzeugung, dass mit Crossovers die großen Herausforderungen der Zeit in Angriff genommen werden können.

Who is who?

Organisationen der Kreativwirtschaft

Ministerium für Bildung, Kultur und Wissenschaft

Ziel des niederländischen Ministeriums für Bildung, Kultur und Wissenschaft (OCW) ist ein intelligentes, leistungsfähiges und kreatives Land. OCW möchte, dass jeder eine gute Ausbildung erhält und sich auf künftige Selbständigkeit und Verantwortung vorbereitet.

OCW unterstützt die Kreativwirtschaft sowohl mit Mitteln zur Entwicklung dieses Spitzensektors als auch mithilfe seiner Kulturpolitik. Die Kulturpolitik des Ministeriums zielt u.a. auf Architektur, Design, E-Kultur und Film.

www.rijksoverheid.nl/ministeries/ocw

Ministerium für Wirtschaft

Das niederländische

Wirtschaftsministerium strebt nach einem unternehmerisch aktiven Land unter Berücksichtigung der Nachhaltigkeit. Es setzt sich für ein hervorragendes Standortklima ein, in dem es dafür die geeigneten Voraussetzungen schafft und Unternehmen Raum für Innovationen und Wachstum bietet.

www.rijksoverheid.nl/ministeries/ez

Ministerium für auswärtige Angelegenheiten

Das Außenministerium (BZ) schafft günstige Voraussetzungen für internationale Wirtschaftsaktivitäten, gibt diesen neue Impulse und fördert die dauerhafte Niederlassung ausländischer

Unternehmen in den Niederlanden. Es hat sich die Aufgabe gestellt, die Position der Niederlande im internationalen Wettbewerb zu stärken, es strebt nach einer offenen Weltwirtschaft und einer nachhaltigen Globalisierung. Außerdem will BZ über seine Kulturpolitik die diplomatischen Beziehungen verstärken.

www.rijksoverheid.nl/ministeries/bz/organisatie/organogram/directoraten-generaal

Rijksdienst voor Ondernemend Nederland

Diese Behörde für niederländische Unternehmen (RVO.nl) stimuliert nachhaltige, agrarische, innovative und international tätige Unternehmen mit Subventionen und Informationen, hilft bei der Suche nach Geschäftspartnern und beim Nachkommen gesetzlicher Vorschriften.

www.rvo.nl

Stimuleringsfonds Creatieve Industrie

Der Stimulierungsfonds Kreativwirtschaft (Creatieve Industrie) vergibt Subventionen an Projekte des Kreativsektors zur Erhöhung der inhaltlichen Qualität, zur Förderung von Innovationen und sektorübergreifender Zusammenarbeit sowie zur nationalen wie auch internationalen Professionalisierung der Unternehmenstätigkeit.

Der Stimulierungsfonds stellt auch selbst Verbindungen zwischen Kultur, Gesellschaft und Wirtschaft her. Er organisiert dazu Aktivitäten und

Wettbewerbe, setzt bestimmte Themen auf die Tagesordnung und initiiert Debatten über u.a. die Stärkung der internationalen Position des Designsektors.

www.stimuleringsfonds.nl

Het Nieuwe Instituut

Das Nieuwe Instituut will in Netzwerkform – mit u.a. Architekten, Entwerfern, Künstlern, Herstellern und Unternehmern, Wissenseinrichtungen und kulturellen Organisationen – unsere sich schnell verändernde Welt erfassen, sichtbar machen, zur Diskussion stellen und teilen.

www.hetnieuweinstituut.nl

Federatie Dutch Creative Industries

Die Federatie Dutch Creative Industries (FDI) ist die Dachorganisation von acht Branchen- und Berufsverbänden aus dem Bereich kreative Geschäftsdienstleistungen, von BNA, BNI, BNO, DGO, FotografenFöderation, Modint, PIBN und VEA.

www.dutchcreativeindustries.com

Dutch Creative Council

Der Dutch Creative Council besteht aus einem Rat und dem Topteam Kreativwirtschaft. Der Council ist ein unabhängiges strategisches Beratungsgremium der Kreativwirtschaft, die er stimulieren und zu einem national und international maßgeblichen Spitzensektor weiterentwickeln will.

www.creativecouncil.nl

CLICKNL

CLICKNL ist das nationale Wissens- und Innovationsnetzwerk des Kreativsektors. Es besteht aus mehreren Subnetzen: Design, Media & ICT, Cinext, Next

Fashion, Games, Built Environment und Cultural Heritage.

www.clicknl.nl

Nederlandse Organisatie voor Wetenschappelijk Onderzoek

Die Nederlandse Organisatie voor Wetenschappelijk Onderzoek (NWO) ist die nationale niederländische Forschungsorganisation, die die Aufgabe hat, die Qualität der Forschung in den Niederlanden zu fördern, auch auf dem Gebiet der Kreativwirtschaft.

www.nwo.nl

TNO

TNO stellt die Verbindung zwischen Fachleuten und Wissen her, um Innovationen zu ermöglichen, die die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen und die öffentliche Wohlfahrt nachhaltig stärken.

www.tno.nl

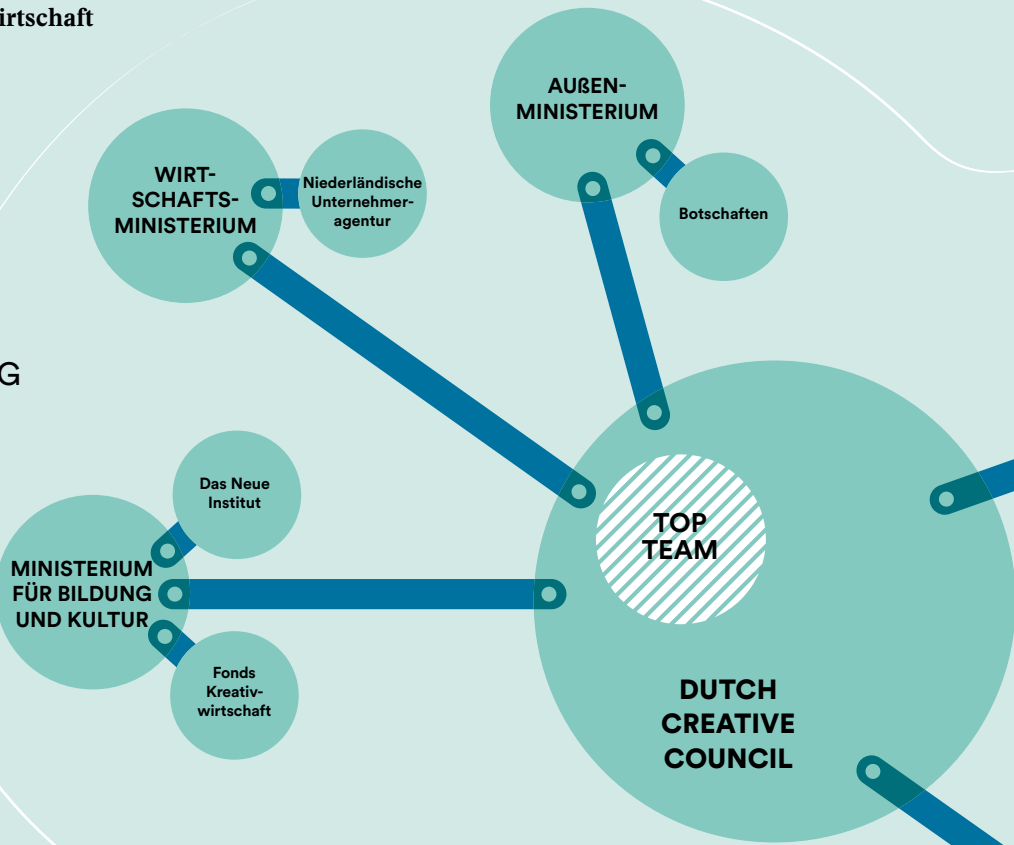
Topteam Creatieve Industrie

Das Topteam Kreativwirtschaft (Creatieve Industrie) berät die Regierung mit dem letztendlichen Ziel, die Niederlande bis 2020 zum Land mit der kreativsten Wirtschaft zu machen. Im Topteam sind Staat, Wissenseinrichtungen und Wirtschaft vertreten, die zusammen das sog. „goldene Dreieck“ bilden. Das Topteam kümmert sich um die Themen Internationalisierung, Wissen & Innovation und Humankapital. Besondere Aufmerksamkeit wird Crossovers zwischen verschiedenen Sektoren geschenkt (siehe auch die Beispiele in dieser Veröffentlichung). Das Topteam Kreativwirtschaft ist im Rahmen des Dutch Creative Council tätig.

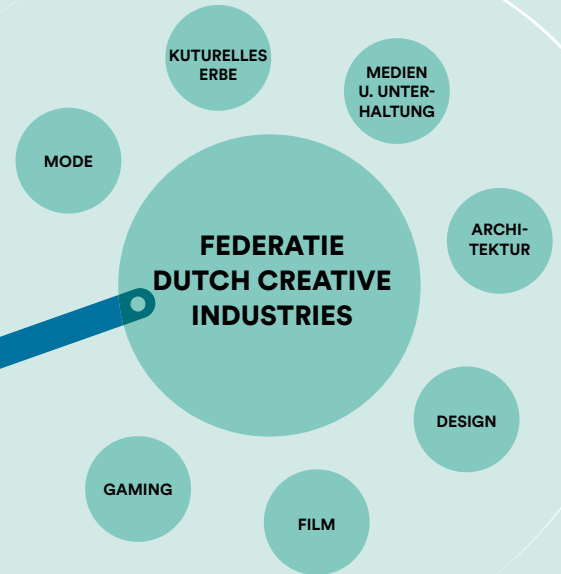
www.topsectoren.nl/creatieve-industrie/topteam

**Spitzensektor
Kreativwirtschaft
Struktur**

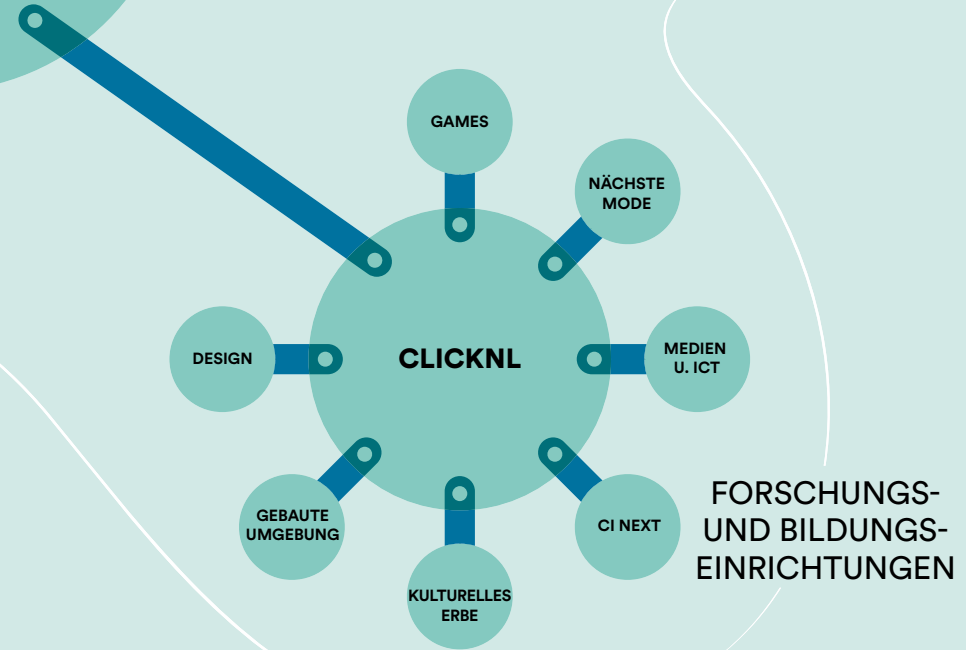
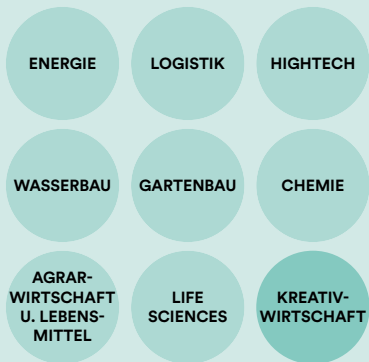
REGIERUNG



KREATIV-SEKTOR



**Die Spitzensektoren
der Niederlande**



**FORSCHUNGS-
UND BILDUNGS-
EINRICHTUNGEN**



Crossover Beispiel 1

Bei laparoskopischen Operationen führt der Arzt über kleine Öffnungen in der Bauchhöhle mithilfe von Kamerabildern Eingriffe durch. Um die erforderlichen praktischen Kenntnisse dieser Technik abwechslungsreicher zu vermitteln und die Schwellenangst zu reduzieren, haben das LIMIS-Institut, das Universitätsklinikum Groningen und Grendel Games ein Trainingsspiel entwickelt, das bequem zu Hause auf einem Game-Computer gespielt werden kann. Entstanden ist letztendlich ein Unterhaltungsspiel für den Nintendo Wii U mit angepasster Hardware. Es kostet nur den Bruchteil dessen, was für einen Simulator zu bezahlen wäre.

Chirurgie-Game

Trainingsspiel für laparoskopische Operationen für Nintendo Wii-U

Bei diesem ungewöhnlichen Crossover vertieften sich Fachärzte in die Welt der Game-Entwicklung, während sich die Game-Entwickler ihrerseits mit laparoskopischen Operationen vertraut machten. Sie wohnten Operationen bei, arbeiteten sich durch viele Stunden Videoaufzeichnungen und nahmen am umfangreichen Training an Simulatoren teil.

Das Trainingsspiel sollte aber auch unterhaltsam sein, damit die Spieler motiviert bleiben. Somit hatte Grendel Games die Chance, dem Projekt einen echten Mehrwert hinzuzufügen. Andererseits galt es, kritisch zu evaluieren, welche praktischen medizinischen Fähigkeiten durch das

Spielen des Game tatsächlich erworben werden konnten. Indem Fachärzte gewonnen wurden, ihr berufliches Wissen in die Welt der Computerspiele einzubringen, entstand ein dynamischer Prozess, bei dem jede Seite die Ziele der anderen verstehen lernte.

Das Game (genannt „Underground“) hat in der ganzen Welt Aufmerksamkeit erzielt und gewann mehrere Preise. Der größte Erfolg ist, dass es dem Team gelang – wahrscheinlich als weltweit erstes – ein medizinisches Serious Game für einen Game-Computer zu entwickeln, das wissenschaftliche Anerkennung gefunden hat (veröffentlicht in u.a. der Fachzeitschrift *The Lancet*).



Crossover Beispiel 2

Im Rotterdamer Stadtzentrum ist ein auffallendes neues Bauwerk zu besichtigen: ein Komplex von drei schwimmenden Halbkugeln, die mit einem ebenfalls schwimmenden Platz verbunden sind. Dieses Pilotprojekt kam mithilfe der neuesten Techniken zustande, die es auf dem Gebiet von Wasserbau und Nachhaltigkeit gibt, und stellt einen wichtigen Schritt in Richtung klimafestes urbanes Leben auf dem Wasser dar. Rotterdam übernimmt damit international eine Vorreiterrolle.

Schwimmender Pavillon in Rotterdam

Klimafeste urbane Bauten auf dem Wasser

Der Entwurf der kooperierenden Architektenbüros DeltaSync und Public Domain Architecten besteht aus drei aneinandergeschlossenen schwimmenden Kuppeln, deren größte einen Durchmesser von 24 Metern hat. Die überbaute Fläche beträgt 46 mal 24 Meter. Der Pavillon wurde von Dura Vermeer gebaut und dient als Ausstellungs- und Empfangssaal. Die nächsten fünf Jahre soll der futuristische Pavillon im Rotterdamer Rheinhafen vor Anker liegen. Später kann er übers Wasser an einen anderen Ort geschleppt werden.

Den hohen Nachhaltigkeitswert verdankt der Pavillon den verwendeten

Materialien, seiner Flexibilität und auch seiner Einrichtung. So wird das Gebäude mit Solarenergie und Oberflächenwasser beheizt bzw. gekühlt. Energetisch ist der Pavillon hochgradig selbstversorgend. Das von DWA ausgearbeitete Klimakonzept teilt das Gebäude in mehrere Klimazonen auf. Energie wird nur verbraucht, wo und wann nötig. Das Toilettenwasser wird vor Ort gereinigt. Das Restwasser kann ins Oberflächenwasser abgelassen werden. Bemerkenswert ist auch die ETFE-Folie, die die Kuppeln abdeckt. Sie ist etwa 100 Mal leichter als Glas und deshalb für schwimmende Bauten besonders gut geeignet.



Crossover Beispiel 3

Temstem ist eine App für Menschen, die im Kopf Stimmen hören. Bei großem Stress können sie so mithilfe eines Spiels auf dem iPhone viel Leid vermeiden. Das Gesundheitswesen ist begeistert:

Die kostenlose App scheint eine gute Alternative für teure therapeutische Behandlungen zu sein. .

Temstem

Temstem hält Stimmen in Schach

Es begann mit einem Auftrag von Dozentin Nynke Tromp in einem Industriedesign-Seminar an der TU Delft: Wie kann man als Formgeber zur Heilung von Psychosen beitragen?

Das psycho-medizinische Zentrum Parnassia ließ sich von den studentischen Ideen inspirieren und bat Reframing Studio, das Designerbüro, in dem auch Tromp tätig ist, um die Weiterentwicklung der Idee. Psychotherapeuten, Wissenschaftler, Designer und potenzielle Nutzer arbeiteten dann gemeinsam an einer App für Menschen, die im Kopf Stimmen hören, genannt Temstem („Stimmenzähler“). Die Patienten werden in Augenblicken, in denen sie darunter leiden, durch zwei kleine Spiele von den störenden Stimmen abgelenkt, beispielsweise indem sie die Silben einer Reihe von Wörtern mit dem Finger mittippen. Je mehr korrekte Tastenbetätigungen, je höher die Punktzahl. „Der Heureka-Moment war, als wir entdeckten, dass das Tippen – weil nicht allzu schwierig – genau das Richtige ist, um das Gehirn zur Aufmerksamkeit zu zwingen“,

sagt Tromp. „Es geht darum, das Sprachproduktionszentrum in ähnlicher Weise zu aktivieren. Dann haben die Stimmen keine Chance.“

Die Hauptaufgabe bei der Entwicklung bestand darin, ein Gleichgewicht zwischen Hilfsmittel und Spiel zu finden. Das Spiel musste einerseits so reizvoll sein, dass man es gern spielen will, aber es musste andererseits einfach genug sein, um es auch noch bei Panikanfällen spielen zu können.

Je höher das gewählte Level ist, je besser die therapeutische Wirkung. Während des Spiels erhält der Patient positives Feedback: Temstem verstärkt gerade das, was die Stimmen zu stören versuchen.

Das Crossover zwischen Industriedesign und Therapie ist damit gelungen. Nach der erfolgreichen Testphase – einer der Spieler hörte sogar überhaupt keine Stimmen mehr – ist die App inzwischen für iPhone-Benutzer kostenlos erhältlich. Jetzt wird an einer Android-Variante gearbeitet.



Crossover Beispiel 4

Sich für eine bessere Welt einsetzen, ohne auf Luxus verzichten zu müssen, wer will das nicht? Für mindestens 25.000 Menschen war der Gedanke so reizvoll, dass sie bereits ihr Fairphone bezahlten, bevor die Produktion anlief.

Fairphone

Blitzstart für Fairphone

Sie brauchten 5.000 Bestellungen, damit die Fabrik die Produktion aufnehmen konnte. Das Interesse war fünfmal so groß. „Offenbar besteht enormer Bedarf an Prozessinnovation“, meint Roos van de Weerd von Fairphone. Der Lebenszyklus eines Mobiltelefons lässt sich von Anfang bis Ende ehrlicher und nachhaltiger gestalten, behauptet das frisch gegründete Amsterdamer Unternehmen, das beschlossen hatte, es anders als der Rest anzupacken.

Die Idee, dem Verbraucher die oft wenig schöne Produktionsgeschichte seiner Elektronik bewusster zu machen, hatte die Waag Society. Bas van Abel, Designer und Tüftler, zog daraus den Schluss: ein Smartphone konstruieren, das für Mensch und Umwelt besser ist. Die benötigten Komponenten werden unter möglichst ehrlichen Bedingungen beschafft, montiert und möglichst auch wieder recycelt. „Bei dem Projekt geht es um die Neugestaltung festgefahrener Systeme“, sagt Van de Weerd. „So etwas

ist nicht schlagartig möglich. Weil die Käufer in den Umstellungsprozess für den Bau ehrlicherer Telefone investieren, können wir jetzt beispielsweise garantieren, dass Zinn und Coltan aus kongolesischen Minen kommen, die sich nicht in Händen bewaffneter Milizen befinden. Der nächste Schritt betrifft das Gold. Und in China haben wir eine Fabrik gefunden, die ein offenes Ohr für die Verbesserung der Arbeitsbedingungen hat.“

Das Plastikgehäuse besteht aus wiederaufbereitetem Material. Außerdem lässt sich das Fairphone aufgrund seiner austauschbaren Teile reparieren. „Wir müssen weg von diesen hermetischen Blackboxes“, meint Van de Weerd. „Das ist Design for the Dump. Für die gleichen Kosten kann man etwas herstellen, das nachhaltiger und sozialer ist. Und den Gewinn investieren wir wieder in den nächsten Schritt. Das Fairphone wird immer ehrlicher.“



Crossover Beispiel 5

Auf den Philippinen wird jetzt ein neues WC getestet: Die erste ‚Smart Toilet‘ von Unesco-IHE, die nicht nur hygienisch, sicher und kostengünstig ist, sondern die auch Sanitärprobleme signalisieren kann.

Emergency Sanitation Operating System

Intelligente WCs für Notlagen

In Katastrophengebieten, in denen viele Menschen unter schlechten Bedingungen zusammenleben, herrscht hohe Seuchengefahr. Die sanitären Einrichtungen spielen dabei eine Schlüsselrolle. Ein Loch im Boden oder eine überlaufende Nottoilette sind Brutstätten von Bakterien und Viren. Wenn mit den Abfallströmen besser umgegangen wird, vermindert sich diese Gefahr und steigt die Lebensqualität beträchtlich. Professor Damir Brdjanovic von Unesco-IHE führte dazu eine Studie durch und ging noch einen Schritt weiter. Seine Idee war eine intelligente Toilette, die nicht nur hygienisch, sicher und bezahlbar ist, sondern die auch Informationen über die momentane Lage in einem bestimmten Gebiet erfasst.

Das erste Ergebnis der Studie wird jetzt auf den Philippinen ausprobiert: das Emergency Sanitation Operating System, kurz eSOS. Es wird auf Funktionalität und Akzeptanz getestet. Die pflegeleichte Leichtgewichtstoilette besitzt Sensoren, die relevante Daten sammeln. Anhand der Daten können

die separaten Urin- und Fäkalientanks genau zum richtigen Zeitpunkt zwecks Verarbeitung zu Wasser, Dünger und Brennstoff geleert werden. Indem gleichzeitig das durchschnittliche Körpergewicht und das Verhältnis zwischen Urin und Fäkalien erfasst werden, lassen sich schon in einem Frühstadium Aussagen über eine eventuell sich anbahnende Unterernährung oder Austrocknung treffen.

Brdjanovic betont, dass es um ein interdisziplinäres Projekt geht. Bedarf dafür hat die Unesco. Die moderne Software liefert das bosnische Unternehmen Systech. Der Entwurf stammt vom Delfter Büro FLEX/the INNOVATIONLAB. „Wir haben daraus ein Kompaktpaket gemacht, das leicht zu transportieren ist“, berichtet Konstrukteur Ronald Lewerissa. „Die Palette, auf der alles steht, wird bei der Installation zum Fundament. Die Wassertanks sind in die Wände eingelassen und der Urintank ist Teil der kleinen Treppe. Wir wollten eine Toilette mit möglichst hoher Funktionalität zu einem möglichst niedrigen Preis entwickeln.“



Crossover Beispiel 6

Es bedurfte einiger Überzeugungskraft, aber inzwischen sind die niederländischen und belgischen Verleger gewonnen. Blendle vertreibt journalistische Produkte auf ganz neue Weise gegen Bezahlung, und zwar nicht ganze Zeitungen oder Zeitschriften, sondern einzelne Artikel.

Blendle

Das Beste aus Zeitungen und Zeitschriften

Vor vier Jahren stand er vor dem Zeitschriftenregal seines Supermarkts. Welches Heft sollte er kaufen? In jedem Blatt stand etwas Interessantes, aber kein Exemplar bot alles, was er wünschte. Frustriert fand sich Marten Blankesteyn wenig später ohne Zeitschrift auf der Straße wieder. Damit hatte sich ein Gedanke in seinem Kopf eingenistet, der sich mithilfe von Internetunternehmer Alexander Klöpping zu Blendle auswuchs: einer Plattform, auf der man für wenige Cent Zeitungs- und Zeitschriftenartikel einzeln kaufen, lesen und mit Freunden teilen kann.

Technisch war die Plattform recht schnell erstellt. Die schwierigere Aufgabe war es, die Verleger zu überzeugen, sich an der ersten Suchmaschine zu beteiligen, die durch die Druckmedien blättert. „NRC war die erste Zeitung, die mitmachte“, blickt Strategie Thomas Smolders zurück. „Danach wollte der Rest nicht den Anschluss verpassen.“ Mittlerweile vertritt der neue digitale Kiosk

insgesamt 52 Titel, überwiegend aus den Niederlanden und Belgien.

Als „Game Changer“ in der Verlagswelt wird Blendle oft mit iTunes verglichen. Das Konzept ist auf Menschen zugeschnitten, die kein festes Abonnement mit dem zugehörigen Altpapierstapel wünschen, die aber Wert auf gut geschriebene Beiträge legen und bereit sind, dafür zu bezahlen. Das Zahlen hat übrigens auch noch eine angenehme Seite. Wenn einem ein Artikel nicht gefällt, bekommt man sein Geld zurück. Das Konzept kommt offenbar an, denn vier Monate nach Start der Plattform hatten sich schon mehr als 100.000 Nutzer angemeldet, wovon 20 Prozent ihren Anfangssaldo schon wenigstens einmal erhöht haben. Nachdem nun der niederländische Markt erobert ist, blickt Blendle begehrlisch über die Grenzen. Smolders: „Wir prüfen die Chancen in mehreren Ländern. Ich hoffe, dass wir in fünf Jahren auch eine deutsche und französische Blendle-Plattform haben.“

Die Lage unterhalb des Meeresspiegels hat die Niederländer auf dem Gebiet des Wassermanagements erfinderisch gemacht. Der „Dutch Approach“ zur Bezwingung der Hochwassergefahr ist international erfolgreich. Niederländische Entwerfer und Ingenieure sind mit ihren Projekten beim Wettbewerb „Rebuild by Design“, mit dem Orkanschäden eingedämmt werden sollen, sehr erfolgreich. Damit eröffnen sich neue Chancen für die niederländischen Spitzensektoren Kreativwirtschaft und Wasserbau.

Die Niederlande – Land des Wassers und der intelligenten Entwürfe

Henk Ovink

Vor anderthalb Jahren habe ich die Niederlande verlassen und arbeite seitdem für die US-Regierung am Wiederaufbau der Region New York nach dem verheerenden Hurrikan Sandy Ende 2012. Jedes Mal, wenn ich dort sage, wer ich bin und woher ich komme, erzählen mir die Amerikaner meine Geschichte. Sie haben es dann über die Polder und Niederungen unter Meeresspiegelhöhe, über unsere Deiche und den Sturm von 1953, über unsere jahrhundertealte regionale Zusammenarbeit und die große Bedeutung des Wassers für unsere starke Position in der Weltwirtschaft. Sie erzählen mir auch, wie wir die Niederlande geschaffen, geplant und gestaltet haben und was es eigentlich heißt, ein Land zu entwerfen.

Diese eingängige Geschichte stimmt auch noch. Wir sind schon jahrhundertlang Vorreiter bei Raumplanung, Projektierung und Wassermanagement. Die Niederlande wurden aus Land und Wasser erschaffen. Uns hat groß gemacht, dass wir Gefahren und Unsicherheiten durch eine intelligent entworfene Bedeichung im Zaum halten konnten. Diese Herangehensweise haben wir zur Meisterschaft, zur Kunst erhoben. Wir haben sie wissenschaftlich untermauert und sind mit unseren kreativen Entwürfen und Innovationen führend in der Welt.



Dutch Approach

Das "Wasserland" Niederlande wurde groß durch die Planung und den Bau unserer Städte an den Knotenpunkten eines internationalen Wasserstraßennetzes. Noch immer sind die Niederlande in Europa in der Binnenschifffahrt Marktführer und besitzen das am besten geschützte Flussdelta der Welt. Und wir investieren weiterhin unterhalb des Meeresspiegels. Aufgrund des Klimawandels, des steigenden Meeresspiegels, der Nordseestürme und der Überschwemmungen in Deutschland und Frankreich wissen wir, dass wir allein mit den heutigen Schutzmaßnahmen nicht ins 22. Jahrhundert kommen. Wassermanagement, Raumplanung und der Entwurf von Schutzmaßnahmen muss fester Bestandteil unserer Politik, unserer Debatten und der künftigen Prioritätensetzung bleiben. Wir sind völlig von einer guten Wasserbewirtschaftung, einem sicheren Delta und sauberem Trinkwasser abhängig. Unsere Städte würden ohne das Wasser nicht existieren. Das Wasser gehört zur Kultur der Niederlande. Darauf können wir zu Recht stolz sein.

Wir in den Niederlanden denken an die Zukunft und führen deshalb mithilfe unserer Spitzensektoren Wasserbau und Kreativwirtschaft Innovationen durch. Dabei arbeiten Behörden, Wissenseinrichtungen, Wirtschaft und Kreativindustrie eng zusammen, national und international. Kennzeichnend für diesen „Dutch Approach“ ist die Bildung von Allianzen zur Ermöglichung komplexer Veränderungen. Gemeinsam wird „entwurfsorientierte Forschung“ betrieben. Große öffentliche Aufträge – die Amerikaner würden es Leadership nennen – sind unverzichtbar, um die Entwürfe in konkrete physische Ergebnisse umzusetzen und so wirkliche Reformen zu erreichen.

Rebuild by Design

Der Hurrikan Sandy, der im Oktober 2012 über die Nordostküste der USA raste, hinterließ in der Region New York nicht nur eine Spur der Verwüstung und einen Schaden von gut 70 Milliarden Dollar. Sandy zeigte auch, dass an den gefährdetsten Stellen vor allem sozial Schwache wohnen. Der Sturm verstärkte den Eindruck einer gespaltenen Region. Nach Sandy wurde laut nach adäquaten Maßnahmen gerufen. Der gesellschaftliche Druck auf die Politiker, schnell zu handeln und das wiederherzustellen, was vor dem Hurrikan hier stand, war riesengroß. Den Menschen und Unternehmen sollten möglichst schnell Mittel zur Verfügung gestellt werden, um die Region von unten auf wieder aufzubauen. Es gelang gerade noch, eine etwas höhere Schutznorm für die Hochwassergefahr an die Wiederaufbausubventionen zu koppeln, aber mehr geschah nicht. Es gab keine regionale Koordination, keine Rücksichtnahme auf bzw. Erkenntnisse über neue Standards, keine langfristige Planung. Die Frage war, wie lässt sich bei dieser „Machermentalität“, bei der die Rechte des Einzelnen und die Kraft der Gemeinschaft im Zuge der jährlichen bzw.

zweijährlichen Wahlzyklen ständig gestärkt werden, ein langfristigerer Planungsprozess verwirklichen, so dass zusammenhängende Planungen für einen nachhaltigen, stabilen Wiederaufbau ausgearbeitet werden können? Es ging nicht um Planungen, die den Sturm von gestern bewältigten sollten, sondern um Projekte, die auf dem aktuellen Wissen und den Zielen für übermorgen beruhten. Wie konnten Entwurfsverfahren eingesetzt werden, die Menschen zusammenbrachte, um die Risiken und Chancen auf der Ebene der eigenen Straße, des Wohnviertels greifbar zu machen, um Verständnis für die Auswirkungen des künftigen Klimawandels, der sozialen Ungleichheit und wirtschaftlichen Instabilität zu erzeugen?

So entstand „Rebuild by Design“, ein für die USA völlig neuer Prozess der Zusammenführung von Planern und ingenieurtechnischen Talenten aus der Region: Einwohner, Beamte, Unternehmer, Wissenschaftler und führende Repräsentanten der Gemeinschaft. Es kam zu einem einheitlichen regionalen Studienprozess mit mehr als zweihundert Professionals, die in zehn Teams zusammenarbeiteten. Es wurden Analysen erstellt über die regionalen Schwachstellen und Abhängigkeiten, aber auch über Gebiete, die für Erneuerung und Qualitätsverbesserung chancenreich sind. „Rebuild by Design“ führte dank der engen Kooperation von Projektanten und Betroffenen zu zehn regionalen Strategien, an die konkrete, sofort umsetzbare Vorhaben gekoppelt wurden. „Rebuild by Design“ war kein Planungsvorhaben, sondern ein Prozess der Verhaltensänderung. In den Teams wurde gemeinsam und sektorübergreifend an der Entwicklung eines neuen, in jeder Hinsicht nachhaltigen und von der Gesellschaft akzeptierten Wiederaufbauprozesses gearbeitet. „Rebuild by Design“, das von der Presidential Hurricane Sandy Rebuilding Task Force in die Wege geleitet wurde, bestand aus einer ungewöhnlichen Koalition von Behörden, Forschungs- und Sozialeinrichtungen und wurde von sechs Geldgebern finanziert, u.a. von der Rockefeller Foundation und der JPB Foundation. So war „Rebuild by Design“ eher eine Bewegung als ein Projekt.

Niederländische Erfolge

Der „Dutch Approach“ fand in den USA Nachfolge. Nicht zufällig kooperierten sechs der zehn Teams mit niederländischen Partnern. Von den sechs Wettbewerbssiegern haben vier eine niederländische Vertretung. So schlugen OMA und Royal HaskoningDHV für Hoboken eine Gesamtstrategie unter dem Titel „Resist, Delay, Store, Discharge“ vor. Durch ein robustes Maßnahmenpaket wird Hoboken so wieder zu einer sicheren und attraktiven Stadt. In die Stadtplanung wurden Grüngebiete aufgenommen, Projekte zum Ausbau der Abwasserkanalisierung und zur Schaffung von Wasserspeichern im öffentlichen Raum. Größtes Wasserrückhaltegebiet ist ein neuer Park. Die entscheidenden Hochwasserschutzmaßnahmen sind die „harte“ und die „grüne“ Infrastruktur. BIG, One Architecture und Arcadis gingen



bei ihren Projekten von der Prämisse aus, dass – wie die Stadt New York erklärt hatte – Manhattan geschützt werden müsse. Dieses Team brachte die beiden Gegenpole der New Yorker Stadtplanung an einen Tisch: Robert Moses und Jane Jacobs. Das neue Konzept ist gewissermaßen das Wunschkind beider. Es stellt sich auf dem Papier als ein einziger großer Eingriff in die Infrastruktur dar in Form eines Hochwasserschutzdeichs für den Südtteil von Manhattan, aber dann von Ort zu Ort, von Viertel zu Viertel angepasst, speziell entworfen und ausgeführt. Der Entwurf koppelt die Innovationen auf dem Gebiet von Hochwasserschutz und Ingenieurwissenschaft an ein gemeinschaftliches Vorgehen, wobei das Konzept von und mit den Stadtvierteln, Bewohnern und Betroffenen entwickelt wurde.

MIT, ZUS und De Urbanisten wagten sich an ein wirklich regionales Konzept: Die Meadowlands von New Jersey werden in die New Meadowlands verwandelt. Dieser Teil New Jerseys wird manchmal als Abfallgrube bezeichnet, weil dort die Mafia ihre Leichen begrub. Verschmutzung und Chemikaliendumping bestimmen das Bild. Soziale Verwundbarkeit und physische Schwachstellen gehen hier Hand in Hand. Und gerade darin besteht die Chance. Im Vorschlag des MIT wird die Region schrittweise von einer Abfallgrube in eine Perle umgewandelt. Ein ökologisches Rückhaltegebiet soll bei den meisten Hochwasserlagen das Wasser aufnehmen können. Die Naturgebiete werden auch zu Erholungsgebieten und über den neuen Deich werden Schnellbusverbindungen zwischen den Dörfern eingerichtet. Hier trifft sich der Pragmatismus von New Jersey mit den Konzepten und der Entwurfs- und Planungskreativität der Niederlande.

Zum Schluss entschieden sich Interboro und Team für ein ähnliches regionales Konzept an der Küste von Long Island. Die Nordoststürme sind berüchtigt und stauen das Wasser in den Buchten hinter den Inseln auf. Hier kommt es auch zu Überflutungen ohne einen Hurrikan Sandy. An der Küste von Long Island – und nicht nur dort – gibt es eine Menge senkrecht zur Küste fließender Wasserläufe, die in den urbanen Gebieten oft völlig verwahrlost, einbetoniert oder ganz verschwunden sind. Deren Speicherkapazität und ökologischer Wert ist gleich null. Dieses Netz von Flüssen und Bächen bietet den Städten und Dörfern keine Lebensqualität mehr. Interboro koppelt den Rückbau des Mill River an eine Vergrößerung der Speicherkapazität, verknüpft mit einem Schutzsystem aus Dämmen und kleinen Schleusen, wodurch sogar bei einem neuen Hurrikan der Fluss diesen Teil von Long Island trocken hält. Gleichzeitig wird der Fluss genutzt, um einen Teil des Wassers, das sonst von der Bay-Park-Kläranlage in die Bucht gepumpt wird, zwecks natürlicher Klärung flussaufwärts in das Wassersystem einzuleiten. Qualität und Ökologie, Stadt und Hochwasserschutz der Region werden so verbunden.

Living Lab

„Rebuild by Design“ zeigt, dass der „Dutch Approach“ beim Entwerfen, Innovieren und Investieren tatsächlich zu einem Mehrwert führt. Die Komplexität des weltweiten Wassermanagements bietet den Niederlanden eine große Chance. Wir können dabei als *Living Lab* dienen und mit den vereinten Kräften von Staat, Wirtschaft, Wissenschaft und Kreativsektor unsere führende Position konsolidieren und ausbauen. Ich bin davon überzeugt, dass wir das Konzept, das wir für die USA gewählt haben, weiterverfolgen können und müssen und dass wir es für eigene neue Vorzeigeprojekte und Perspektiven nutzen können – nicht nur, um unser Delta sicher und konkurrenzfähig zu halten, sondern auch, um es kulturell und qualitativ aufzuwerten.

BIO HENK W.J. OVINK

Henk W.J. Ovink ist schon seit vielen Jahren für das niederländische Ministerium für Infrastruktur und Umwelt tätig. Seine letzte Funktion war amtierender Ministerialdirektor Raumplanung und Wasser. Seit 1. April 2014 ist er offiziell abgestellt an die Presidential Hurricane Sandy Rebuilding Taskforce. Er ist Leiter von „Rebuild by Design“, Berater von Shaun Donovan für das Executive Office des Präsidenten und Berater von Julian Castro, dem Minister für Wohnungsbau und Stadtentwicklung.



Ein Strom erzeugendes Kleid, isolierende Feuerwehranzüge, die dennoch atmen, antibakterielle Kuschelbekleidung für Krankenpfleger, eine exklusive, auf dem Mond zu tragende Kollektion oder ein Cradle-to-Cradle-Outfit aus reinem Polyester. Das alles hat die Modetechnologin Marina Toeters sich ausgedacht, erforscht und produziert, aber nie allein. „Ich versuche, eine Brücke zwischen Technikern und Modedesignern zu schlagen, weil sie sich gegenseitig weiterhelfen können.“

Mehr als Mode

Interview mit Marina Toeters

„Mode hat den Anspruch, sehr innovativ zu sein, aber das ist sie nicht“, betont Marina Toeters. Seit der Einführung des Polyester 1953 sei wenig Neues geschehen. „Das Einzige, was sich verändert, sind Rocklängen, Farben und Kragen.“ Toeters ist studierte Modedesignerin, hat aber wenig Affinität mit der jeweils letzten Mode, die sich ja jede Saison ändert und die Wegwerfmentalität fördert. „Mode kann sehr viel mehr sein“, meint sie. Dieses „Mehr“ könne vor allem in extra Funktionen bestehen. Deshalb sind in all ihre Entwürfe zusätzliche Komponenten eingearbeitet, die das Leben bequemer machen und unsere Zukunft im Auge behalten. Der Rohstoffvorrat wird bekanntlich immer knapper und die Erde immer schmutziger. Daran trägt auch die Textilindustrie eine erhebliche Mitschuld. „Das allein schon zwingt zu Innovationen“, sagt Toeters. „Der Herstellungsprozess, die Materialien und die Funktionalität können nachhaltiger, praktischer, effektiver gestaltet werden.“ Um dies zu erreichen, bemüht sie sich um Zusammenarbeit mit anderen Fachgebieten.

Reiner Polyester

Die Schaufensterpuppen in ihrer Firma by-wire.net zeigen die Früchte einer solchen intelligenten Kooperation. Es handelt sich dabei um Projekte im Auftrag von Philips und der Europäischen Raumfahrtagentur, aber auch um eigene Initiativen. Mit ihnen will sie der Welt zeigen, was alles möglich ist, in der Hoffnung, dass die Wissenschaft einsteigt und letztendlich die Industrie zur Fertigung übergeht. Ein Beispiel ist ihre Cradle-to-Cradle-Kollektion, die – weil es um einen sauberen Recyclingprozess geht – komplett aus nur

Foto: Ilco Kemmere



einem Material besteht, nämlich Polyester. Das klingt nach Chemie und wenig Umweltfreundlichkeit. Aber es sei ein Missverständnis, dass Bekleidung aus natürlichen Materialien besser für unsere Erde wäre. „Polyester lässt sich mit wenigen Chemikalien und ohne Qualitätseinbußen endlos wiederverwenden, solange er rein und nicht mit anderen Materialien vermischt ist.“ Die Kleidungsstücke werden nicht vernäht, sondern ultraschallgeschweißt. So lassen sich die Stücke nicht nur leichter wieder trennen, sondern das gebräuchliche Baumwollgarn würde auch noch den Recyclingprozess verunreinigen. Die Herausforderung bestand darin, dem Polyester trotzdem unterschiedliche Strukturen und Oberflächenqualitäten zu verleihen. Dafür hat Toeters gemeinsam mit Textildesignern, Textiltechnologern und einem Strickereibetrieb eine Lösung gefunden. Weich, geschmeidig oder mehrlagig, fest, glänzend, matt oder mit eingelasertem Muster – alles erwies sich als machbar. Und es erspart sehr viel Verunreinigung und Abfall. „Es wäre natürlich phantastisch, wenn H&M eines Tages die ganze Kollektion auf Wiederverwertbarkeit umstellt.“

Sauberer Strom

Man müsse nicht gleich die ganze Welt verbessern, aber ein Mehrwert sollte schon entstehen, relativiert Toeters. Etwa ein Kleid, das Strom erzeugt, um ein Smartphone aufzuladen. Dann hätten wir nicht mehr das Problem mit einem leeren Akku im unpassendsten Augenblick. Intensive Untersuchungen gemeinsam mit einem Team technischer Entwerfer haben in diesem Jahr zu ersten Anwendungen von Solar Fiber geführt. Ein Glasfaserfaden wird in die Bekleidung integriert, etwa in die Schulterbänder eines Kleides. Er nimmt Sonnenlicht auf und leitet es zu einer Solarzelle unter dem Rock. Die Solarzelle soll künftig genügend Energie produzieren, um ein Handy oder Tablet aufzuladen. Diese Eigeninitiative gewann kürzlich den Hauptpreis des Wettbewerbs „Ideas Waiting to Happen“ und wird nun in Zusammenarbeit mit mehreren Partnern weiterentwickelt. „Für Viele ist es ein beängstigender Gedanke, mit der Kleidung, die man trägt, Strom zu erzeugen“, hat Toeters erlebt. „Aber jeder hat ein Handy in der Tasche. Wir laufen schon lange mit Strom am Körper herum. Solar Fiber macht die Elektrizität nur sauberer.“

Kuschelig

Offiziell ist by-wire.net ein Einzelunternehmen, aber Toeters führt kein Projekt im Alleingang durch. Je nach Produkt werden Techniker, Interaktionsgestalter, Werkzeugbauer, Textiltechnologern und oft auch Mediziner hinzugezogen, etwa beim „BlueTouch Pain Relief Patch“, einem Medizintechnikerzeugnis von Philips, das bei Rückenschmerzen die Haut mit blauem LED-Licht bestrahlt. „Philips war früher vor allem wegen seiner Glühlampen bekannt, aber das ist vorbei. Heute ist das Unternehmen Marktführer bei der Entwicklung von

Anwendungen für die Medizin.“ Toeters entwarf Lichtquellenträger, die als Gürtel oder Weste unter der Bekleidung getragen werden können. Sie erwartet, dass in Zukunft eine Schmerztherapie immer häufiger über die Kleidung erfolgt. Die große Bedeutung dieses Verfahrens erleichtert die Akzeptanz durch den Konsumenten. BlueTouch ist inzwischen in Deutschland zu kaufen.

Ein anderes Produkt für die medizinische Anwendung sind antibakterielle Garne aus Silberfäden, mit denen den steigenden Hygieneanforderungen in Krankenhäusern entsprochen wird. Da Toeters die Fäden in flauschige Polyesterstoffe einarbeitet, sind die Kleidungsstücke viel kuscheliger als die distanziert wirkende weiße Bekleidung, die das medizinische Personal heute trägt. Damit gelingt es ihrer Huggy-Care-Kollektion, zwei Fliegen mit einer Klappe zu schlagen: bakterientötend und dennoch mit angenehm warmer Ausstrahlung.

Überzeugungskraft

Die Prototypen und Muster auf den Kleiderpuppen wirken recht teuer. Toeters kann noch wenig darüber sagen, was so ein Solarkleid einmal im Laden kostet, aber das es nicht unerschwinglich sein darf, stehe fest. „Er werden unglaublich interessante Technologien entwickelt. Mein Ziel ist es, sie kommerziell nutzbar zu machen, damit jeder etwas davon hat.“ Es ist noch viel zu tun, bevor das alles Wirklichkeit wird. Wer muss die Hauptarbeit leisten? Toeters: „Modedesigner können wie niemand sonst kreative Lösungen ersinnen und den Verbraucher davon überzeugen, was ‚in‘ ist. Tüftler können die besten technischen Lösungen ausdenken und diese Schritt für Schritt verbessern. Ich merke übrigens, dass man dort auf kreative Visionäre wirklich wartet. Wenn wir unsere Kräfte bündeln, werden Innovationen möglich.“

Und dann muss auch noch die Bekleidungsindustrie gewonnen werden. Die gegenwärtigen Schwierigkeiten der Branche geben Anlass zur Hoffnung, sagt Toeters: „Gerade in solchen Phasen suchen die Menschen nach neuen Optionen. Dann entstehen interessante Crossovers.“

BIO MARINA TOETERS

Marina Toeters (1982) schloss die Kunsthochschule Utrecht (MaHKU) mit cum laude ab für eine Untersuchung in der Modebranche nach der zwischen Designern und Technikern bestehenden Kluft. Nach ihrem Studium gründete sie ihre Firma by-wire.net. Sie arbeitet als selbständige Modetechnologin und designerin für u.a. Philips Research, Philips Design, Kwintet Workwear und die Europäische Raumfahrtagentur ESA. Toeters ist an mehreren Hochschulen und Universitäten tätig. Sie hat u.a. Lehraufträge an der TU Eindhoven und der Kunsthochschule Utrecht. www.by-wire.net

Über diese Publikation

Redaktion

Jeroen van Erp,
Topteam Kreativwirtschaft

Anita Németh,
Ministerium für Bildung,
Kultur und Wissenschaft

Paul Rutten,
Creating 010,
Hochschule Rotterdam
und Paul Rutten Onderzoek

Ernest Slot,
Ministerium für Bildung,
Kultur und Wissenschaft

Jesse Zuurmond,
Ministerium für Bildung,
Kultur und Wissenschaft

Textbeiträge

Willemijn de Jonge
Henk Ovink
Paul Rutten
Jesse Zuurmond

Gestaltung

HeyHeydeHaas

Produktion

Jesse Zuurmond

Übersetzung

Balance

Herausgeber

Ministerium für Bildung,
Kultur und Wissenschaft

Druck

Drukkerij Snep



Ministerium für Bildung, Kultur und
Wissenschaft

Alle Beschreibungen und Daten der dargestellten Projekte beruhen auf dem uns von den Teilnehmern zugesandten Material. Die Beschreibungen der Projekte wurden bereits in Crossover Works #1, Crossover Works #2 und Crossover Works #3 veröffentlicht (produziert von der Federatie Creatieve Industrie). Die Redaktion ist weder für Unrichtigkeiten noch für die unvollständige Angabe von Projektdaten verantwortlich.

© 2014 Ministerium für Bildung, Kultur und Wissenschaft, Den Haag

Designing a country

Die niederländische Kreativwirtschaft



Heute steht die Weltgesellschaft vor großen Herausforderungen. Die Wirtschaftskrise hat Spuren hinterlassen. Das Bevölkerungswachstum in den Städten belastet überall stark die Infrastruktur, die Lebens- und die Umweltqualität. Aber es gibt auch gute Nachrichten. Die niederländische Kreativwirtschaft trägt aktiv dazu bei, diese globalen Herausforderungen zu bewältigen und Wettbewerbsfähigkeit und Innovationskraft zu steigern.

Diese Broschüre vermittelt einen Eindruck von der niederländischen Kreativwirtschaft. Sie blickt zurück auf die Ursprünge dieses Wirtschaftssektors und geht auf die Rolle des Staates und auf die wichtigsten Akteure ein. Vorgestellt werden auch Kreativunternehmer, die in die Fußstapfen der kreativen niederländischen Industriepioniere aus der Vergangenheit treten.