

Berlin, September 2016

## Handlungsempfehlungen des Internationalen Design Zentrums Berlin (IDZ) zur Stärkung des Design- und Kreativwirtschaftsstandorts Berlin

### Design- und Kreativwirtschaft in Berlin

**Kreativität und Innovation** sind **Markenzeichen der deutschen Hauptstadt**. Sie sind auch eine **bedeutende Wirtschaftskraft** und ein **Arbeitsmarktmotor**. Unternehmen der Kreativwirtschaft erwirtschaften rund **8,5%** der gesamten Bruttowertschöpfung des Landes. Ihr Umsatzanteil beträgt **10%** der Wirtschaftsleistung (16,6 Mrd. Euro). Die Umsatzsteigerung liegt seit 2009 bei überdurchschnittlichen **+28%**. **28.200** Unternehmen beschäftigen rund **186.000** Erwerbstätige<sup>1</sup> und über **100.000** selbständig Beschäftigte (Stand: 2013).<sup>2</sup> Bereits **2006** wurde Berlin als eine von **vier ersten Städten weltweit** mit dem Titel **UNESCO City of Design** ausgezeichnet – ein Erfolg, der **politisch ohne Resonanz** blieb und in der **Öffentlichkeit weitgehend unbekannt ist**.

### Herausforderungen

Die Kreativwirtschaft wird dominiert von Klein- und Kleinstunternehmen, die in einer Vielzahl von Teilmärkten mit unterschiedlicher Bedarfslage tätig sind. Übergreifend gilt jedoch:

Die **Arbeits- und Lebensbedingungen** in der Kreativwirtschaft haben sich seit 2011 **verschärft**. Die Branche wird geprägt durch einen **hohen Kostendruck** (wachsende Konkurrenz, Immobilien-, Lebens- und Arbeitskosten) bei **stagnierenden Honoraren und Gehältern**. Prekäre Arbeitsbedingungen, Lohndumping und steigende Mieten setzen **persönliche Einkommen unter Druck**. Im Zuge der **Digitalisierung** wächst der **Fachkräftemangel**, die **Umstrukturierung der Märkte** verändert die bisherigen Absatzmodelle. Unternehmen bewerten das derzeitige **Miet- und Raumangebot negativ**, die **Unterstützung** durch Geldgeber, Politik und Verbände als **unzureichend**. Die Nachfrage nach **Netzwerk- und Austauschmöglichkeiten**, einem wichtigen Faktor für erfolgreiches kreatives Arbeiten, steigt.<sup>3</sup>

**Das IDZ, Partner für politische Institutionen, Verwaltung und Wirtschaft, bietet seine Expertise und fachliche Unterstützung bei der Ausgestaltung der folgenden Empfehlungen an.**

<sup>1</sup> SenWTF: 3. Berliner Kreativwirtschaftsbericht, 2013

<sup>2</sup> SenWTF: Cluster IKT, Medien & Kreativwirtschaft / Auswertung der Berliner Wirtschaftsdaten 2013/2014

<sup>3</sup> House of Research GmbH: Kultur- und Kreativwirtschaftsindex Berlin-Brandenburg, 2015

IDZ  
Internationales Design Zentrum  
Berlin e. V.

Flughafen Tempelhof, Bauteil D2  
Columbiadamm 10  
12101 Berlin

T +49 (0)30 61 62 321-0 | F -19  
idz@idz.de | www.idz.de

Vorstandsvorsitzender:  
Karsten Henze

Stellvertretender  
Vorstandsvorsitzender:  
Oliver Merleker

Direktorin:  
Cornelia Horsch

Amtsgericht Charlottenburg  
VR 4034 B



## Handlungsempfehlungen des IDZ Fünf Kernthesen

### I. Verständnis der Kreativwirtschaft

#### Innovationsbegriff definieren

Innovation ist nicht auf den technischen Bereich beschränkt. Unternehmen und Verwaltungen müssen für wichtige Innovationsbereiche sensibilisiert werden, die für erfolgreiche Kundenbindung entscheidend sind: Prozesse/Dienstleistungen (Service Design), Interaktion mit Nutzern (Usability, User Experience), Mitarbeiter/Gesellschaft (Social Innovation).

- Mehrwert von Cross Innovation vermitteln
- Design als Querschnittsdisziplin und wichtigen Wirtschaftsfaktor begreifen
- Verbindung von Design und technischer Innovation als „High Potentials“ erkennen

#### Sichtbarkeit der Kreativwirtschaft stärken

Der Wert der Design- und Kreativwirtschaft muss nach innen (Verwaltung, Wirtschaft, Verbände) als auch nach außen (Standortpromotion, Öffentlichkeitsarbeit, Internationalisierung) kommuniziert werden.

- Alleinstellungsmerkmal Berlins erkennen: Innovationsorientiertes Ökosystem aus Technologie, Design und Entrepreneurship
- Sichtbarkeit von Leuchtturmveranstaltungen fördern (Branchen-Veranstaltungen, Awards usw.)
- Titel „UNESCO City of Design“ nutzen (z.B. [www.graz-cityofdesign.at](http://www.graz-cityofdesign.at))
- Ausbau von Branchenplattformen fördern (z.B. [www.designszeneberlin.de](http://www.designszeneberlin.de))

### II. Raumplanung

#### Geeignete Räume entwickeln und erhalten

Die Kreativwirtschaft benötigt Austausch und Netzwerke zur Entwicklung erfolgreicher Geschäftsmodelle. Notwendig sind Standorte in zentraler Lage und gemischte Nutzungskonzepte (Arbeiten, Wohnen, Gewerbe, Gastronomie, Veranstaltungen). Mischkonzepte bereichern Nachbarschaften, werten Stadtteile auf und ermöglichen die Koexistenz von Wohnraum und Gewerbe.

- Kreativwirtschaft steht nicht in Konkurrenz zu Wohnraum oder dem spezifischen Raumbedarf anderer Branchen
- Kreativwirtschaft und Mischnutzung müssen feste Bestandteile innerstädtischer Planung werden
- Gesamtlösungen entwickeln: Raum- und Nutzungskonzepte statt isolierter Einzelflächen
- Entwicklungspläne und Planfeststellungsverfahren für frühzeitige Beteiligung öffnen
- Nachhaltige Kapital- und Wertentwicklung fördern (z.B. Genossenschafts- und Eigentumsmodelle)

### III. Fachkräfte

#### Cross-Innovation in Bildung und Ausgründungen fördern

Innovation wird erschwert durch unterschiedliche Lösungsansätze in den Bereichen Management, Design und technische Entwicklung. Interdisziplinäre Kooperationen im Bildungsbereich unterstützen die Entstehung innovationsoffener Unternehmenskulturen und unternehmerischen Denkens im Kreativbereich.

- Kooperationen zwischen Hochschulen einführen (z.B. Design-, Wirtschafts- und technischen Studiengängen)
- Kooperationen zwischen Hochschulen und Unternehmen unterstützen
- Interdisziplinäre Ausgründungen fördern

#### Branchenübergreifendes Wissen in Aus- und Fortbildung

Schnittstellen-Fähigkeiten für innovationsorientierte Zusammenarbeit benötigen kreatives, technisches und ökonomisches Wissen. Daher muss die Ausbildung kreativer Berufe um wirtschaftsorientierte Inhalte erweitert werden. In technischen und ökonomischen Studiengängen müssen zusätzlich Methoden für interdisziplinäre Zusammenarbeit und -Lösungsfindung vermittelt werden.

- Kreative Berufe benötigen z.B.: Betriebswissen, Management- und Soft Skills, Design Management
- Technische/wirtschaftliche Berufe benötigen z.B.: Interdisziplinäre Methoden der Prozessgestaltung (Design Thinking, Service Design), Design Management
- Wandel der Berufsfelder: Durch Fortbildung kontinuierliche Entwicklung von Fachwissen fördern
- Fortbildungskooperationen zwischen Hochschulen, Unternehmen, Wissenschaft und Netzwerken fördern
- Berufseinstieg und Fortbildung in Unternehmen fördern

### IV. Verwaltung

#### Verwaltung für Innovationen öffnen

Die Verwaltung stellt für Bürger und Unternehmen eine wichtige Schnittstelle dar. Sie muss den Anforderungen einer innovativen Metropole gerecht werden.

- Innovationsbereitschaft der Verwaltung entwickeln (z.B. städtisches Service Design Lab)
- z.B. „Mind Lab“ in Dänemark (<http://mind-lab.dk/en>)
- z.B. „Policy Lab“ der EU-Kommission (<http://blogs.ec.europa.eu/eupolicylab>)
- Verbesserung interner Abläufe und der Interaktion zwischen Verwaltung, Gesellschaft und Unternehmen mit interdisziplinären Experten und Prozessgestaltern
- z.B. „Policy Lab“ im Vereinten Königreich (<https://openpolicy.blog.gov.uk/about>)

### Informationen zugänglich machen

Datenbanken, Verzeichnisse und Informationen sollten zusammengeführt werden, um dynamische Open Communities, Wissens- und Technologieaustausch zu ermöglichen.

- Transparenz fördern: Open Data, Open Source und Open Innovation einsetzen und fördern
- Cross-Innovation stärken
- Zusammenführung von Datensätzen aus unabhängigen und institutionellen Quellen
- Aktive Weiterentwicklung und Ausbau durch Nutzer ermöglichen

### Landesvergaben neu ausrichten

Das Land kann eine Rolle als Best Practice Beispiel für innovative Lösungen einnehmen. Es besteht großer Optimierungsbedarf für städtische Prozesse, räumliche Gestaltung, visuelle und interaktive Kommunikation.

- Ausschreibungs- und Entscheidungsprozesse verbessern
- Designmethoden als Entscheidungskriterium integrieren
- Klare Positionen, Kriterien und Auftragsvorgaben für Design- und Kreativdienstleistungen einführen
- Fachliche Beratung durch unabhängige Verbände zulassen (z.B. Vermittlung von Methodenkompetenz in Ausschreibungsprozessen)

## V. Förderpolitik

### Visionen fördern

Die heterogene Design-/Kreativwirtschaft mit vielen Teilbranchen benötigt eine nachhaltige, strategische Förderung, die koordiniert auf unterschiedlichen Ebenen wirkt (z.B. Bayern, Hamburg, NRW).

- Initiativen und Visionen fördern
- Sichtbarkeit von Innovationen unterstützen
- Übergreifende Visionen und Ziele entwickeln
- Nachhaltig handeln: Querschnittsförderung statt punktueller Leuchtturm-Maßnahmen

### Aktivierende Projektförderung einführen, Innovationsförderung erhalten

Statt punktuell wirkender Preise für bereits vorhandene Lösungen sollten Wettbewerbe („Call for Projects“) zur Entwicklung neuer Projekte eingeführt werden. Erfolgreiche Cross-Innovation Förderinstrumente (z.B. Designtransferbonus) sollten ausgebaut werden.

- Aktivierungspotential für neue Lösungen und Kooperationen schaffen
- Wettbewerbe mit Förderprogrammen kombinieren (z.B. Anschub von Kooperationen, Innovationsförderung)
- Förderung mit übergreifenden Entwicklungszielen verbinden (z.B. Raumentwicklung, Cross-Innovation, Branchenvernetzung, Social Innovation)
- Designtransferbonus als enorm erfolgreiches Förderprogramm entwickeln und ausbauen

### **Innovation in KMU stärken**

**In Berlin fehlt herstellende Industrie als ein wichtiger Auftraggeber für Designdienstleistungen. Diese Schwäche kann durch Programme für Kooperationsanbahnung zwischen Berliner KMU und der Kreativwirtschaft teilweise ausgeglichen werden.**

- Branchen-Netzwerken fördern, um Mentoring-Formate und Coaching-Angebote mit Querschnittszielen zu entwickeln
- Beratungsgutscheine für fachbezogene, projektspezifische Beratung/Coaching

### **Netzwerke fördern**

**Netzwerke spielen in der Kreativwirtschaft eine entscheidende Rolle für das Entstehen neuer Ideen und deren Überführung in konkrete Projekte mit hohem Innovationspotenzial.**

- Stärkere Vernetzung von Design, Wirtschaft, Kultur unterstützen
- Projektbezogene Zusammenschlüsse von KMU und Selbständigen fördern
- Branchennetzwerke als Partner und Bindeglieder zwischen Verwaltung und Unternehmen stärken
- Internationalisierungs- und Branchenförderung gemeinsam nachhaltig ausgestalten

### **Wachstum ermöglichen durch Zugang zu Kapital**

**Unternehmen der Kreativwirtschaft benötigen einen bedarfsspezifischen Zugang zu Förderung und Kapital.**

- Stärkere Förderung von Kleinunternehmen
- Förderung in unterschiedlichen Wachstumsphasen (z.B. Zwischenfinanzierung, neue/wachsende Geschäftsmodelle)
- Umsatzschwankungen durch steuerneutrale Rückstellungsmöglichkeiten abfedern
- „Wissensbilanzen“ zur Darstellung des intellektuellen Kapitals als Entscheidungsfaktor für Finanzierungsentscheidungen einführen
- Urheber- und Verwertungsrechte sowie Verwertungssätze fest verankern

### **Internationalisierung fördern**

**Angesichts einer beschränkten Anzahl potentieller Auftraggeber in Berlin und Umland bleibt die Internationalisierung für die Design- und Kreativwirtschaft essenziell. Kreativschaffende benötigen nachhaltige Programme zur Erschließung internationaler Märkte, um die Kosten einer Präsenz im Ausland und fehlende Marktinformationen zu kompensieren.**

- Langfristig angelegte Internationalisierungsprogramme erhalten
- Finanzielle Einschränkung der Messförderung rückgängig machen
- Messen/Plattformen in Berlin in Messförderung einschließen (Standortförderung, Kosteneffizienz)
- Messförderung besser an den Bedarf kreativer Dienstleistungen anpassen

## IDZ

### Internationales Design Zentrum Berlin e. V.

Das Internationale Design Zentrum Berlin (IDZ) ist seit seiner Gründung 1968 eine der führenden Institutionen zur Designförderung in Deutschland.

Zu seinen Mitgliedern zählen über zweihundert designorientierte Unternehmen, Agenturen, Institutionen und Kreative aus Berlin und der gesamten Bundesrepublik.

Neben Veranstaltungen und Formaten zur Vernetzung der Mitglieder führt das IDZ im Austausch mit Akteuren aus Politik, Kultur und Wissenschaft Projekte und Veranstaltungen auf nationaler und internationaler Ebene durch.

### Vorstand

Karsten Henze	Leiter CI/CD und Kreation   Deutsche Bahn AG
Oliver Merleker	Rechtsanwalt und Notar   Kanzlei merlekerpartner
Eberhard Bingel	Geschäftsführer   CB.e Clausecker Bingel AG
Dirk Boll	Geschäftsführer   Koleksiyon Möbel GmbH
Ralf Huss	Gründer   Büro Huss
Marion Kayser	Global R&T Coordinator   Bombardier Transportation
Dietmar Mühr	Geschäftsführer   PLEX GmbH
Helmut Ness	Vorstandsmitglied   Fuenfwerken Design AG
Birgit Weller	Professorin   HTW Berlin; use Identity and Design Network
Peter Wouda	Design Director   Volkswagen Design Center Potsdam

### Ansprechpartner

Karsten Henze    Vorsitzender des Vorstands  
[karsten.henze@idz.de](mailto:karsten.henze@idz.de)

Ake Rudolf        Strategische Leitung  
T +49 30 61 62 321-16  
[ake.rudolf@idz.de](mailto:ake.rudolf@idz.de)

Internationales Design Zentrum Berlin e.V.  
Flughafen Tempelhof, Bauteil D2  
Columbiadamm 10 | 12101 Berlin

—  
[www.idz.de](http://www.idz.de)

