

De kracht van verborgen *innovators*

De redactie van socialeinnovatie.nu was als deelnemer en spreker uitgenodigd op het Creativity World Forum (www.cwf2009) in Stuttgart-Ludwigsburg. Ruim 1.100 deelnemers en sprekers wisselden hun ervaringen uit op het gebied van creatieve industrie, technologie, innovatie en regionale ontwikkeling.



Het Creativity World Forum is een jaarlijks terugkerend evenement dat in 2004 door Vlaanderen werd opgestart. Het Flanders DC (district of creativity) werd begin 2004 door de Vlaamse regering opgezet om creatieve regio's met elkaar te verbinden. Het gaat daarbij vooral om gezamenlijk strategieën te ontwikkelen en innovatieprojecten op te zetten. Het DC netwerk telt inmiddels dertien regio's van Quebec en Tampere tot Shanghai. Dit jaar viel DC Baden-Württemberg de eer ten deel om de gasten te ontvangen.

De creatieve industrie is inmiddels mainstream geworden als onderdeel van de economische ontwikkeling waar ook ter wereld. In de meeste stedelijke regio's zal het aandeel creatieve industrie in de werkgelegenheid echter verhoudingsgewijs bescheiden blijven. Dat heeft te maken met het feit dat de sector percentueel weinig grote bedrijven telt. De groei zit in de ZZP-ers. Olaf Arndt, die onderzoek deed naar de creatieve industrie in Duitsland, liet zien dat 94% van deze bedrijven in feitelijk bestaat uit kleine tot micro-ondernemingen. Niettemin is het aantal werkenden in de sector in Duitsland gestegen van 938.00 in 2006 tot bijna 1 miljoen in 2008. Inmiddels is de creatieve industrie in Duitsland wel de derde sector qua omzet (€ 61 mrd) na de ICT (€ 91 mrd) en de auto-industrie (€ 71 mrd). De Duitsers hebben de sector ingedeeld in elf subsectoren. De grootste groei zit in de Duitse designsector, met een omzetstijging van 8,4%.

Aanjagers

Simone Kimpeler, onderzoeker bij het Fraunhofer instituut, liet zien dat veel toegevoegde waarde bij de creatieve industrie zit het aanjagen van innovatie in andere sectoren. Kimpeler: "Het zijn hidden innovators. Zij zijn zware gebruikers van ICT toepassingen en dragen enorm bij aan innovatie binnen de ICT. Anderzijds leveren zij een grote bijdrage aan de innovatie van hun klanten." Kimpeler vindt het dan ook belangrijk om vooral te kijken naar de indirecte bijdrage van de creatieve industrie. Die is vele malen groter dan hun waarde gebaseerd op de omzet binnen hun eigen sectoren.

Ondernemerschap blijft een probleem voor veel creatieven. Hun opleidingen besteden er nog steeds niet of nauwelijks aandacht aan. Dat onderwerp werd aangestipt door Gertraud Leimüller, directeur van Creativ Wirtschaft Austria. De aanpak die de Oostenrijkers volgen is die van Creative Community Coaching. Leimüller: "Creatieven hebben weinig tot geen ondernemersvaardigheden, maar je moet ze die niet bijbrengen met lessen en tekstboeken. Zij leren in het gesprek in groepen en worden daarbij geholpen met on the job training in personal branding, time management, recht, accounting en marketing, maar ook in werk-privé balans."

De Oostenrijkse training on the job aanpak, werpt zijn vruchten af. De werkgelegenheidsgroei van de creatieve industrie in Oostenrijk ligt op de 5% - twee keer zo hoog als het Oostenrijkse gemiddelde. Opvallende constatering van Leimüller: 50% van de nieuwe creatieve ondernemers in Oostenrijk bestaat inmiddels uit vrouwen.