

Duitsers kijken bij creatieve economie graag naar Nederland



Het thema 'creatieve economie' is nu ook in Duitsland flink losgebarsten. Er wordt beleid gemaakt in Berlijn, diverse Duitse steden zijn met hun cultuur en economie aan de gang en her en der krijgen sectoren als de film- of gamingindustrie financiële steun voor innovatie. Maar, voor een land als Duitsland, dat door zijn diepgewortelde industriële traditie gewend is om bij bedrijvigheid automatisch in termen van 10.000 medewerkers of meer te denken, is het een mindshift om innovatie ineens te moeten zien in termen van kleine bedrijfjes die interdisciplinair samenwerken. Veel Duitsers beschouwen Nederland hierin als gidsland.

Dat de *Kultur- und Kreativwirtschaft* in Duitsland een heftig politiek thema is, bleek wel uit het feit dat ministers, bankiers en belangrijke Bondsdagleden allen graag hun zegje wilden komen doen op de vijfde jaarlijkse Cultuur & Economiedag. Deze werd medio oktober in Berlijn gehouden in het huis van de Dresdner bank, pal naast de Brandenburger Tor. Behalve de bank en onder meer UNESCO was ook de Nederlandse ambassade gevraagd om een bijdrage te leveren. De redactie van socialeinnovatie.nu was een van de genodigde sprekers om het thema creativiteit en innovatie vanuit Nederlands perspectief toe te komen lichten. In de Duitse hoofdstad, die zichzelf afficheert als *arm aber sexy*, werden twee zaken duidelijk. Ten eerste dat Duitsland over een enorm creatief potentieel beschikt dat steeds meer boven komt drijven. En ten tweede dat er nog zoveel institutioneel silo-denken in Duitsland heerst, dat dwarsverbindingen moeilijk tot stand komen.

Duitse situatie

In Europa zijn naar berekening onderhand 4,7 miljoen mensen in de creatieve industrie werkzaam. 1 miljoen daarvan werken er alleen al in Duitsland. De Duitse cultuur- en creatieve industriesector is goed voor een omzet van 124 miljard euro. De Duitse minister voor Cultuur en Media, Bernd Neumann, gaf als goed voorbeeld de Duitse filmindustrie. Die heeft met een overheidssteun van 111 miljoen euro inmiddels 179 films opgeleverd en zes keer zoveel private investeringen als er publiek geld in zit. Daarnaast is in Duitsland voor het eerst de Duitse computergame prijs uitgereikt en is er een stichting ter stimulering van interactieve media in het leven geroepen.

Dat de creatieve economie bij onze oosterburen ook sociale cohesie componenten heeft, blijkt uit een nationaal programma voor talentvolle bands. Van de veertig bands in Duitsland die stimuleringssteun van de overheid ontvangen, heeft de helft van alle leden een migrantenachtergrond. Neumann: "Zo is cultuur en mediabeleid ook sociaal beleid."

Die laatste constatering legt direct bloot waar het beleid voor de creatieve economie in Berlijn momenteel zetelt, namelijk bij het ministerie voor cultuur. In het Verenigd Koninkrijk is dat allang een thema van Economische Zaken geworden, waar het uiteindelijk ook thuis hoort. In Nederland wil men die beleidsswitch ook maken, maar echt duidelijkheid is daar niet over. In Duitsland is de cultuur- en creatieve economie nog een touwtrekdoosje tussen beide departementen.

Creatief Wirtschaftswunder

Uit de discussie die de Nederlandse sprekers met het publiek in Berlijn hadden, bleek gaandeweg dat de blokkade van economische vernieuwing en van vernieuwing van arbeidsorganisaties in Duitsland te maken heeft met een angst om te bewegen en nieuwe dingen te proberen. Technologie en wetenschap, cultuur en creativiteit, hoger onderwijs, ondernemerschap en design: het zijn aparte werelden in Duitsland. “De scheiding van disciplines breekt Duitsland op,” constateerde Heinz-Jürgen Gerdes, directeur van het Design Centrum Bremen. Het ogenschijnlijke gemak waarmee Nederlanders in netwerken dwarsverbanden aangaan wekt bewondering in Duitsland. “Jullie gaan veel levendiger en beweeglijker met het thema om,” merkte iemand in de zaal op. Wat een van de Nederlandse pannellleden het tegencompliment ontlokte dat het heerlijk was om discussie te voeren in een land als Duitsland, waar discussies tenminste nog ergens over gaan.

De hamvraag in Duitsland op het gebied van innovatie gaat momenteel steeds meer in de richting van de vraag of de creatieven de Duitse economie gaan redden. Aan kritische massa, vernieuwingsdrang en daadkracht van creatieve ondernemers bestaat bij onze Oosterburen geen enkel gebrek. De werkelijke blokkade in Duitsland is het silo-denken van vastgeroeste instituties die ieder voor zich een onneembaar bastion van bureaucratie en belangen geworden zijn. Ze verdedigen hun domein tegen de anderen en out of the box denken van medewerkers is goed, zolang dat maar binnen de eigen doos blijft.

Het creëren van vertrouwen als randvoorwaarde voor mensen om buiten de box om nieuwe combinaties aan te gaan, wordt als grootste opgave gezien. Als dat lukt, zo menen de Duitsers, dan zal sprake zijn van een Kreativwirtschaftswunder. Tot die tijd strijden in Duitsland twee opvattingen tegen elkaar. De ene is de Duitse moeder die tegen haar dochter zegt: “Wil jij media gaan studeren? Waarom ga je niet iets verstandigs doen?” en de ander is de creatieve ondernemer die zegt: “Voor ons creatieven bestaat er geen recessie. We zitten vol ideeën en we maken dingen.”