

KREATIVWIRTSCHAFT

Die Kreativen wollen Problemlöser sein

Der Verein Forum Kultur- und Kreativwirtschaft Regensburg möchte den nächsten Schritt in der Etablierung der Kreativbranche in Regensburg gehen.

Von Thorsten Retta

REGENSBURG. Im Degginger in der Regensburger Innenstadt wächst zusammen, was trotz gewisser Unterschiede zusammengehört: die relativ heterogene Branche der Kulturschaffenden und Kreativen in und um Regensburg. Hier wurde im Dezember 2016 der Verein Forum Kultur- und Kreativwirtschaft Regensburg gegründet, der im Degginger – einem Treffpunkt für Austausch und Vernetzung – regelmäßig zusammenkommt, um die ökonomischen Interessen der Kultur- und Kreativwirtschaft zu bündeln und Kooperationen mit anderen Wirtschaftsbranchen, Kammern oder der Stadt zu unterstützen. Der Verein fördert außerdem den Aufbau des Clusters Kultur- und Kreativwirtschaft in Regensburg. Aus Sicht der Verantwortlichen und Initiatoren hat dies für den wirtschaftlichen Erfolg der Branche enor-



Hat eine Schlüsselrolle in der Etablierung der Kulturwirtschaft: das Kreativzentrum Degginger. Foto: Berli Berlinski

me Bedeutung. „Wir haben in Regensburg zahlreiche erfolgreiche Cluster als Vorbilder“, sagt etwa Christian Omonsky, Pressesprecher des Vereins. „Da möchten wir mittelfristig auch hin.“ Omonsky ist zuversichtlich, dass das auch möglich ist. „Die kritische Masse an Unternehmen und Freiberuflern ist vorhanden.“ Um diese Masse auch sichtbar zu machen, kommen die Kreativen im Verein einmal pro Monat im Degginger zusammen und tauschen sich aus – gerade über Themen, die, wie Omonsky sagt, nicht zu

den Spezifika der Kreativen zählen. „Wenn es um BWL, IT oder juristische Fragestellungen geht, brauchen wir branchenfremde Unterstützung und Austausch. „Deshalb entwickeln wir Formate wie die regelmäßigen Netzwerktreffen oder bieten Seminare an, um in diesen Bereichen weiterzubilden und zu sensibilisieren.“ Die Gründung des Vereins sei auch aus versicherungstechnischen Gründen wichtig gewesen. „Wir konnten aufgrund der Haftungsthematik nichts unterschreiben.“

Die größte Herausforderung für die Kreativbranche sieht Carola Kupfer, zweite Vorsitzende des Vereins, ganz pragmatisch allerdings an anderer Stelle: „Es ist grundlegend, dass gute Geschäfte gemacht werden. Wir müssen Kontakte zu branchenfremden Unternehmen in der Region aufbauen“, fordert die freie Schriftstellerin. „Die großen Arbeitgeber sollten bei Problemen Lösungsansätze gezielt noch stärker in der Kreativbranche suchen.“ Um das zu bewerkstelligen, sei eine solide und verantwortungsvolle

Herangehensweise nötig. Hier nimmt Kupfer ihre Branchenkollegen in die Pflicht: „Wir müssen gewohnte Herangehensweisen hinterfragen.“ Damit meint sie etwa die Arbeitszeiten. „Ich kenne viele aus der Branche, die morgens später beginnen, weil sie abends kreativer sind und bis spät in die Nacht arbeiten. Das passt nicht zwingend zu den Arbeitszeiten in klassischen Unternehmen.“ Auch der inhaltliche Unterschied sei ein Punkt. „Etablierte Firmen nähern sich einem Problem oft technisch oder betriebswirtschaftlich an. Kreative verfolgen dagegen meist einen offeneren Ansatz. Lassen sich beide Seiten aufeinander ein, können neue und frische Lösungen entstehen. Fehlt die nötige Offenheit, kann es auch Konflikte geben.“

In die Zukunft blicken die Verantwortlichen trotz der Herausforderungen zuversichtlich: „Wir haben viele Ideen, die wir sukzessive umsetzen“, verspricht Omonsky. Das Degginger nimmt für ihn dabei eine Schlüsselrolle ein. „Ich kann mich nicht erinnern, jemals ins Degginger gekommen zu sein und keine Leute getroffen zu haben, mit denen ich mich über berufsrelevante Themen austauschen konnte“, erzählt er. Überhaupt sei das Ökosystem Regensburg mit seinen Hochschulen und dem TechCampus ein „außergewöhnlich fruchtbarer Acker, den wir auch bestellen möchten“.