



## Newsletter Kreative Ökonomie | NRW Januar 2009

### Themenfokus: Kreativ durch die Krise

I. Editorial

II. Dossier: Kreativ durch die Krise

III. Interview mit Wolf Lotter, Autor des Buches "Die kreative Revolution"

IV. Kolumne

IV. Die Top-News im Januar 2009

V. Die Top-Termine im Februar 2009

---

## Editorial

Liebe Leserinnen und Leser,

die Krise ist da. Und es ist noch nicht absehbar, wie lange sie bleibt. Wie aber bei jedem unerwünschten Gast, verlässt uns auch die Krise – früher oder später. Bis dahin gilt es, geeignete Strategien zum Durchhalten zu entwickeln. Neben der Kopf-in-den-Sand-Methode gibt es auch noch die ein oder andere kreative Lösung mit den veränderten Rahmenbedingungen umzugehen...

Wir wünschen Ihnen eine spannende Lektüre.

Ihr Redaktionsteam

[www.kreativeoekonomie.de](http://www.kreativeoekonomie.de)

---

# Dossier: Kreativ aus der Krise



**www.dawanda.de - virtueller Marktplatz für Selbstgemachtes**

Innovationen bezeichnet werden, die den langfristigen Erfolg von Unternehmen ermöglichen. Disruptive Innovationen, Produkte oder Dienstleistungen sind anfangs gegenüber den etablierten Produkten unterlegen, verdrängen dann aber dominierende Technologie oder schaffen ganz neue Einsatzbereiche. So sind sie meist am unteren Ende des Marktes und in neuen Märkten zu finden – Märkte bzw. Marktnischen, die von kleinen und mittleren Unternehmen besetzt und von den „Majors“ ignoriert werden. Aufgrund des großen Erfolgs in den neuen Märkten setzen zwei Entwicklungen zugunsten der disruptiven Technologie ein: Die Absatzzahlen steigen, wodurch die Preise fallen und sich die neuen Technologien etablieren und mit dem Durchbruch springen auch die Großen auf den neuen Markt.

Clayton Christensen hat den Begriff der disruptiven Innovation als erster geprägt und verdeutlicht in seinem Buch "The Innovator's Solution", warum es gerade die kleinen Firmen sind, die diese gewaltigen Innovationen hervorbringen: „Die Firma mit der Durchbruchinnovation versucht nicht gegen die etablierten Wettbewerber anzugehen, weil das in der Regel einem Kamikaze-Unternehmen gleichkommt. Stattdessen dringt die Firma in ein schwaches Marktsegment, welches typischerweise von den großen Wettbewerbern wenig bedient wird, weil es unprofitabel ist. Das macht es sturmreif für technische Innovationen oder neue Marktmodelle.“ Entsprechend wurden praktisch alle bahnbrechenden Technologiesprünge – ob von der Schreibmaschine zur Textverarbeitung oder von der Petroleumlampe zum elektrischen Licht – von den Branchenführern verpasst.

Zerstörerische Innovationen nennt man sie aber auch deshalb, weil sie mit hoher marktbezogener und technologischer Unsicherheit verbunden sind. Ob mit dem Durchbruch ganz neue Regeln im Wettbewerb einer Branche aufgestellt werden oder ob das Unternehmen selbst ins Wanken gerät: KMUs mit Innovationsanspruch bewegen sich in einem hoch geladenen Spannungsfeld. Radikale Innovationen entstehen weniger in definierten, aufeinanderfolgenden Phasenschritten, als vielmehr im Ergebnis eines langwierigen trial-and-error-Prozesses. Dazu ist eine hohe Fehlertoleranz innerhalb der Unternehmen zwingend notwendig. Fehlertoleranz nicht bezogen auf die Fertigung zulasten der Produktqualität, sondern in Bezug auf Forschung und Entwicklung. Fehlertoleranz auch verstanden als Mut, in Krisen Neues zu wagen und gegen den Strom zu schwimmen.

## Marke Eigenbau – eine neue Nische für den Kleinunternehmer

An der Schwelle zur voll digitalisierten Gesellschaft ist die qualifizierte Handarbeit ein weiteres Modell, kreativ aus der Krise zu finden. Individuelle Produkte zu fairen Preisen von kleinen Anbietern – die Renaissance der Manufakturen und des Selbstmachens – eröffnen neue Märkte und krepeln bestehende um. Denn die Massenproduktion trifft immer weniger den Geschmack und die Bedürfnisse souveräner Kunden, die sich längst nicht mehr nur in der Rolle des Endverbrauchers sehen. Die Wünsche und Bedürfnisse des Kunden in jedem einzelnen Produkt umzusetzen, das können nur die Wenigsten leisten. Dabei sind die individuellen Ansprüche eine Art durchgängige Inspiration. Der Impuls für etwas grundlegend Neues kommt von außen – vom Kunden – und wird durch ihn und mit ihm zusammen in eine originelle Lösung umgesetzt. Vom selbst gestalteten T-Shirt über originelle Wohnaccessoires bis hin zu individuellen Müslikompositionen. Der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt. Über Portal wie dawanda.de und etsy.com nutzen Selbstmacher die digitalisierte Welt als Absatzmarkt. Doch die Do-it-yourself-Methode beschränkt sich auf designlastige und technikarme Produkte, denn Bohrmaschinen, Kohlefaserwalzen und hochkomplexe medizinische Geräte wirken in Marke Eigenbau eher kontraproduktiv. Der Trend zum Selbstmachen ist dennoch eine Nische für die Kreativen und den anspruchsvollen Kunden.

[nach oben](#)

## Krisenzeiten

Eines steht bereits heute fest: Das gerade begonnene Jahr 2009 wird als Krisenjahr und Zäsur in die Geschichte eingehen. Aber die weltweite Rezession stellt für ein Land wie Nordrhein-Westfalen auch eine Chance dar. Insbesondere die kleinen und mittleren Unternehmen und Familienbetriebe können andere Wege gehen. Denn in Krisenzeiten verhalten sie sich antizyklischer und risikobereiter als große Unternehmen. Zeit also, sich mit kreativen Ideen in krisengeschüttelten Zeiten zu befassen. Wir nehmen zwei Konzepte unter die Lupe.

## Disruption als Chance

Innovationen sind das Ergebnis kreativer Prozesse. Doch sie folgen selten einer linearen Entwicklung, sondern werden durch Irritationen – meist störende Impulse von außen – angestoßen. Zum Durchbruch gehören daher oft gravierende Umbrüche oder einschneidende Marktveränderungen. Es sind die echten Durchbruchinnovationen, die in der Innovationsforschung auch als disruptive also zerstörerische

---

## Interview: Wolf Lotter, Autor des Buches “Die kreative Revolution“



### **Herr Lotter, wann hatten Sie ihre letzte kreative Idee?**

Die letzte kreative Idee hatte ich heute Morgen. Ich habe mir vorgestellt, wie ich den kaputten Lattenrost meines Betts repariere. Die Lösung war ein Stück Blech, das ich angebohrt habe. Es funktioniert ganz großartig.

### **In Ihrem aktuell erschienenen Buch „Die Kreative Revolution“ fragten Sie verschiedene Gastautoren: Was ist Ihnen wichtig, wenn sie Ideenwirtschaft definieren? Nun stellen wir Ihnen dieselbe Frage.**

Kreativwirtschaft, oder auch Ideenwirtschaft, ist umfassend und nicht auf Kunst oder Kulturwirtschaft zu beschränken. Sie steht für mehr Freiräume in den Arbeits- und Schaffenswelten und die Fähigkeit, aus dem Vorhandenen mit selbstständigem Denken etwas Neues

aufzubauen. Die Kreative Ökonomie ist eine fehlertolerante und flexible, auf den Menschen bezogene Wirtschaft. Sie verlangt nach Menschen, die weitgehend selbstständig sein wollen – und damit die Möglichkeiten und Grenzen des Machbaren erweitern. Und was heute ja besonders wichtig ist: Sie ist fehlertoleranter als der Industriekapitalismus. Sie führt nicht zu globalen Krisen.

### **Ist die Finanzkrise nicht ein idealer Ausgangspunkt, um die leise dahin schleichende kreative Revolution zu beschleunigen?**

Ja, es ist ein optimaler Zeitpunkt. In Zeiten der Veränderung gibt es immer zwei Möglichkeiten: Entweder man bleibt bei dem was man hat – aus Mutlosigkeit meist – oder aber man nutzt die Krise als Wendepunkt. Ein Großteil der aktuellen Krise ist dem Umstand geschuldet, dass in fast allen Bereichen der Wirtschaft nach monotonen Plänen, Standards und Normen gearbeitet wird. Man kopiert einander. Dieses Imitationsverhalten führt dazu, dass sich heute Fehlverhalten epidemisch ausbreiten kann, die Subprime Krise ist ein schönes Beispiel dafür. Es gibt zu wenige Leute, die mit ihrem eigenen Kopf denken und das umsetzen.

### **Wirkt die Kreative Ökonomie also als wirtschaftlicher Stabilisator?**

Ein Flächenbrand, wie ihn die Krise momentan aufweist, kann in den Strukturen der Kreativen Ökonomie nicht entstehen. Statt eines aufs Engste verknüpften Systems greift die Kreativwirtschaft auf Strukturen vieler Millionen unabhängiger Knoten zurück. Eine Struktur, bei der Ausfälle und Fehler wieder ausgeglichen werden können – wie im Internet.

### **Ist Deutschland denn schon bereit für die kreative Revolution?**

Deutschland ist wesentlich besser aufgestellt, als viele Kritiker meinen. Dies sieht man auch in der pragmatischen und besonnenen Reaktion von Unternehmern und Verbrauchern. Die medial hochgejagte Finanzkrise trifft die Bürger zumindest mental nicht so sehr wie immer behauptet wird. Die Leute sind durchaus optimistisch.

Ich habe den Eindruck, dass all die Debatten der letzten Jahre über die Frage „Wie können wir uns verändern?“ dazu geführt haben, dass viele vor allem junge Menschen ihre Vorstellungen von einem selbstständigen Leben auch in der Ökonomie praktisch umsetzen. Auch bei Unternehmern sehe ich bereits sehr pragmatische Schritte, die in Richtung Freiräume und Selbstständigkeit gehen. Flexiblere Arbeitsmodelle wie beispielsweise die Abkehr vom 8-Stunden-Tag gehören zu dem neuen Verständnis von Arbeit und Leben.

Ich bin davon überzeugt, dass Deutschland im Vergleich zu anderen großen Staaten hier ungeheure Chancen hat und, dass diese auch begriffen werden.

### **Wenn der Kreativarbeiter, wie sie schreiben, Anreize und Ruhezeiten braucht, wie muss sich der Mittelständler organisieren, um die Kreativität seiner Mitarbeiter effektiv zu fördern?**

Eine der Grundregeln ist, dass es keine Grundregel gibt. Das wichtigste für kreatives Wirtschaften ist, sich nicht an der alten Welt der Konzerne und ihrer Organisations- und Kommunikationsstrukturen zu orientieren. Das gilt eben auch für Arbeitszeiten. Optimalerweise arbeitet man als Kreativer nach Bedarf, das kann mal mehr sein, aber auch mal deutlich weniger. Gut wäre also ein Nachdenken über abgleichende Strukturen zwischen Freizeit und Arbeit.

### Geht das auch im Kleinen?

Es geht eigentlich nur im Kleinen. Kreative sind Leistungsträger, und wenn das kein hohler Begriff sein soll, muss man überschauen können, wie die Leistung tatsächlich ist. Kreative Arbeit bemisst sich am Ergebnis, aber nicht an der Anwesenheit der Kreativarbeiter. Die Dienstleistungsorganisation von heute ist eigentlich eine Imitation der alten Fabrik, das heißt sie muss 24 Stunden am Tag laufen. Eine solche Umstellung der Arbeitsorganisation lässt sich in kleinen Strukturen wesentlich besser umsetzen als in großen.

### Ist dann nur derjenige kreativ, der frei arbeitet?

In Deutschland ist der Begriff der freien Mitarbeit eigentlich ein negativer Begriff und hier liegt ein großes psychologisches wie auch ökonomisches Problem. Es gibt eine hierarchische, scheinbar qualitative Trennung zwischen Angestellten und freien Mitarbeitern. Selbstständige werden von der Politik nach wie vor nicht wahrgenommen, was ich sehr bedauere. Es gibt eine Haltung der Ignoranz und der Ablehnung gegenüber diesen Modellen, da sie schwerer zu verwalten sind. Doch auch die sozial interessanten Modelle einer Grundversorgung beispielsweise sollten auch und gerade für selbstständige Menschen gültig sein. Ich glaube, das würde auch die Freiräume der Angestellten fördern – sie würden kreativer werden.

### Stichwort Headhunting für die Ideenwirtschaft: Wo findet ein Unternehmer seine Kreativarbeiter?

Im Unternehmen durch Ausprobieren. Die naive Vorstellung man könne sich alles mit einem guten Plan und einer guten Methode backen, ist falsch. Ideen hat man nicht, weil sie auf dem Stundenplan stehen, sondern weil man die Möglichkeit hat, etwas auszuprobieren. Also an Headhunting für die Ideenwirtschaft glaube ich nicht. Es kommt nicht auf Ideen im klassischen Sinne an. Es geht um Schöpferisches, im Sinne der Anwendung eigenen Wissens und eigener Erfahrung bei der Lösung von Problemen. Das ist Kreativität und das kann eine Krankenschwester genauso wie ein Buchhalter, im Rahmen der Gesetze verständlicher Weise. Dafür braucht es einen Vertrauens- und Mutschub in der deutschen Wirtschaft und im deutschen Alltag.

### Stehen wir also noch ganz am Anfang?

Ich glaube, das Glas ist halbvoll – es gibt viele Unternehmen, in denen man Freiräume und damit die Voraussetzung für gute Ideenarbeit geschaffen hat. Der Rest muss seine Ängste überwinden. Wir stecken in einer Wendezeit – ein Bein ist in der alten, das andere in der neuen Gesellschaft und Wirtschaft. All die, die einen Schritt weitergegangen sind, sollten nun den anderen durch ihre Erfolge zeigen, dass es sich lohnt, das zweite Bein nachzuholen.

[nach oben](#)

---

## Kolumne Kreative Ökonomie



Unser Kolumnist Thomas Ramge geht diesen Monat der Frage nach, ob eher gut oder schlecht gelaunte Menschen kreativer sind. [Lesen Sie mehr nach oben](#)

---

## Top-News im Januar 2009

Jeden Monat stellen wir im Newsletter für Sie die wichtigsten News auf [www.kreativeoekonomie.de](http://www.kreativeoekonomie.de) zusammen. Im Januar berichteten wir über:

- **Top-News Alltag – Selbstheilung bei Rost**

An der [University of Illinois](#) wurde ein Zusatzstoff für Lacke und Farben entwickelt, der, um vor Rost zu schützen, Risse und Kratzer von allein wieder schließt. Der Zusatzstoff wird in Mikrokapseln unter die Farbe gemischt, die bei Beschädigung der Farbfläche aufreißen. [Lesen Sie mehr](#)

- **Top-News Kommunikation – Handys und Pullover aus Plastikflaschen**

Das auf der Consumer Electronics Show ([CES](#)) in Las Vegas vorgestellte Handy [Moto W233 Renew](#) ist eine Neuheit im Programm des Herstellers Motorola. Sein gesamtes Gehäuse wurde aus recycelten Plastikflaschen hergestellt. Ähnlich verhält es sich mit manch einem Fleece-Pullover aus China. [Lesen Sie mehr](#)

- **Top-News Energie – Gedruckte Schaltkreise**

Die Welt der elektrischen Bauteile wird immer filigraner und miniaturhafter. Die Bildschirme sind flach und die Handys winzig. Elektronik ist in allen Lebensbereichen präsent. Nun soll es noch eine Dimension weiter gehen. [Lesen Sie mehr](#)

- **Top-News Gesundheit – Heilung durch eigene Körperzellen**

Ein Traum der Medizin ist es, lokal begrenzte Schäden im Körper mit Hilfe gesunder Zellen zu beheben. Doch wie lässt sich verhindern, dass die Zellen nicht gleich vom Blutstrom fortgespült werden, bevor sie in das Gewebe einwachsen?

[Lesen Sie mehr](#)

[nach oben](#)

---

## Top-Termine im Februar 2009

Jeden Monat stellen wir für Sie die wichtigsten Termine des kommenden Monats zusammen. Veranstaltungsüberblick zum Themenschwerpunkt „Kreativ aus der Krise“

- **"Der Heinrich" – Ideenpreis-Verleihung (20.03.2009) - Recklinghausen** Zum fünften Mal vergibt die Heinrich Böll Stiftung NRW ihren Ideen- und Initiativenpreis „Der Heinrich“ an Menschen, die übertragbare gesellschaftliche Hoffnungs-Modelle auf den Weg gebracht haben. Die ehrenamtlichen „Ausbildungspaten im Kreis Recklinghausen“ begleiten orientierungsschwache Jugendliche von der Schule bis zum Lehrabschluss. Die Generationen-Partnerschaft hat sich aus der katholischen Arbeitnehmerschaft heraus ein Netzwerk mit Handwerk, IHK, Schulen, Gewerkschaften und VHS geknüpft. 57 Paten betreuen aktuell 84 Jugendliche. 50 weitere Paten stehen ausgebildet zum Einsatz bereit. Die Teilnahme ist kostenfrei. Um Anmeldung wird gebeten. [Lesen Sie mehr](#)
- **Trendforum 2009 – CeBIT (03.-06.03.2009) – Hannover** Sie faszinieren Menschen, revolutionieren Branchen und treiben Wirtschaft und Gesellschaft voran. Herausragende Köpfe und interessante Querdenker stehen im Mittelpunkt des Trendforums, einer Vortrags-Reihe, die die Deutsche Telekom AG auf der CeBIT vom 3. bis 9. März 2009 zum zweiten Mal präsentiert. Mehrmals täglich werden internationale Topredner, Entrepreneure und Avantgardisten über nichts Geringeres als die Zukunft unserer Gesellschaft sprechen. Gemeinsam mit ihnen wollen wir die Zukunft aus unterschiedlichen Perspektiven diskutieren. [Lesen Sie mehr](#)

Allgemeine Veranstaltungshinweise im Februar

- **EuroCIS 2009 (10. bis 12. Februar 2009) - Düsseldorf** Vom 10. bis 12. Februar 2009 trifft sich die Welt des Handels in Düsseldorf zur EuroCIS, Europas führender Fachmesse für IT und Sicherheit im Handel. In den Hallen 13 und 14 des Düsseldorfer Messegeländes werden auf 16.000 m<sup>2</sup> Bruttoausstellungsfläche über 200 Aussteller aus dem In- und Ausland erwartet. [Lesen Sie mehr](#)
- **E-world energy & water 2009 (10. bis 12. Februar 2009) - Essen** Die Zeichen stehen auf Wachstum bei der neunten E-world energy & water, die vom 10. bis 12. Februar 2009 in der Messe Essen stattfindet. Zur führenden Fachmesse der Energie- und Wasserwirtschaft werden über 450 Aussteller und mehr als 15 000 Fachbesucher erwartet. Der E-world-Kongress informiert über aktuelle Themen der Strom- und Wasserwirtschaft. Zu den 30 hochkarätig besetzten Konferenzen werden über 3 000 Tagesgäste erwartet. [Lesen Sie mehr](#)
- **Patienta 2009 (07.02.2009 bis 08.02.2009) – Essen** Die PATIENTA 2009 wendet sich im Gegensatz zu anderen Veranstaltungen direkt und ohne Umwege an den Patienten selbst, seine Angehörigen und alle an Gesundheit Interessierten. Sie stellt eine einzigartige Kombination aus einer umfassenden und sehr hochrangigen Informationsveranstaltung und einer ausschließlich auf den Patienten zugeschnittenen Messe dar. [Lesen Sie mehr](#)

[nach oben](#)

---

Zum Schluss möchten wir alle Leserinnen und Leser einladen, die kreative Zukunft Nordrhein-Westfalens aktiv mitzugestalten.

Besuchen Sie [www.kreativeoekonomie.de](http://www.kreativeoekonomie.de) und diskutieren Sie mit uns in den Foren über Ihre Vision des Wirtschaftsstandorts NRW.

Mit besten Grüßen!

Ihr Redaktionsteam

Kreative Ökonomie NRW

---

Newsletter Abbestellen: <http://www.kreativeoekonomie.de/de/menu2/newsletter.html?&cmd=edit&aC=595d09ce&rU=8>