

# Sie nennen es Kreativität

Warum die Kreativwirtschaft in Luxemburg Konjunktur hat

VON LAURENT SCHMIT  
UND POL SCHICKEL

Das 1535<sup>e</sup>, das Technopop oder Initiativen wie Banhaus – seit einiger Zeit ist der Begriff der Kreativwirtschaft en vogue. Auch das Wirtschaftswörterbuch sieht darin großes Potenzial. Das Kreative wird zur Arbeit und die Kunst zum Beruf.

Wenn Ben Burleigh und Jonathan Moro über ihr Projekt Banhaus sprechen, benutzen sie Begriffe wie „Co-working Space“, „Plattform“, „Netzwerk“ oder „Inkubator“. Neumodische Termini, die den smarten Geist des Unternehmens unterstreichen. Ihre Initiative Banhaus haben sie 2010 im Leben gerufen. Es ist ein Ort in alten Industriegebäude von Arcoletta in Dommeldingen, wo mittlerweile 18 Künstler aus den Bereichen Musik, Film, Design und Kommunikation arbeiten. „Es läuft“, resümieren die beiden zufrieden die Entwicklung.

## Die Künstler des 21. Jahrhunderts werden zu Dienstleistern.

Design, Film oder sonstigen Kunstnern aus den Arbeitsmarkt drängen. Und sie haben den nötigen Pragmatismus, ihre eigene kreative Schaffenskraft, unternehmerisch umzusetzen und den Weg in die Selbstständigkeit zu beschreiten. Sie, die Künstler des 21. Jahrhunderts, werden zu Unternehmern – zu Dienstleistern.

Diese neue Form des Künstlers ist eine radikale Abkehr vom Künstlerideal des 20. Jahrhunderts. Der Künstlerbohémien bewegte sich am Rande der Gesellschaft und erschuf sich neue Räume, die auf die Gesellschaft rückwirkte. Der „Cultural Entrepreneur“ hingegen befindet sich in der Mitte der Gesellschaft.

Richtig in ihrem Element sind sie jedoch, wenn sie von den schwärmen, was sie für „langfristige Visionen eines „Quarter Circulaire“ machen. Das Banhaus soll zu einem kreativen Zentrum der Stadt Luxemburg werden. Es geht um nichts weniger als um ein innovatives Gesamtkonzept von nachhaltigen Zukunftsperspektiven für strukturelle Herausforderungen von heute.“

### Der neue Pragmatismus

Es ist wohl kein Zufall, dass die Kreativwirtschaft nun auch in Luxemburg zum Thema wird. Im vergangenen Jahr erhielten 120 Kunst- und Kulturschaffende eine Studienhilfe. Das sind immerhin ein Viertel mehr als in den Metropolen Berlin, Amsterdam, London oder Zürich bereits besteht.

Beide Kreative entsprechen einem neuen Typus, der sich seit Ende der 1990er-Jahre im urbanen Bereich ausbreitet. Eine Mischung aus Unternehmer und Künstler – an der Schnittstelle von Kultur und Ökonomie. Sozialer sprechen von „Cultural Entrepreneur“. Es sind Menschen, die geschulte Vertreter der Mittelklasse, die nach einem Studium in

rem Buch „Wir nennen es Arbeit“ formulieren. Doch es ist nicht nur ein hipper Lebensstil, sondern es ist auch ein handfester Wirtschaftsfaktor.

„Es geht bei der Kreativwirtschaft nicht darum, etwas schön zu machen. Das Ziel ist über intellektuelle, kreative Arbeit einen Mehrwert zu schaffen“, erklärt der Designer Jan Glas. Diesen Mehrwert braucht jedes Unternehmen, etwa um Produkte gestalten zu lassen oder bei der Vermarktung“, so Glas weiter.

Völlig neu ist das nicht. Auch ein Handwerker ist kreativ, wenn er seinem Kunden ein Produkt anbietet, das sowohl funktionell als auch ästhetisch ist“, betont Marc Gross von der Handwerkskammer. In Luxemburg gibt es 185 Betriebe, die im Kunsthandwerk tätig sind und insgesamt 550 Mitarbeiter beschäftigen. „Der Trend geht Richtung Gestaltung und individualisierte Produkte – als Gegenbewegung zur Isek-Welt“, meint Gross. Gerade für Handwerksbetriebe ist die Zusammenarbeit mit Designern eine Chance. Die Handwerkskammer will verstärkt helfen, beide Seiten zusammenzubringen.

Ein Netzwerk der Kreativen zu schaffen ist auch das Hauptziel des „Cluster Kreativindustrie“, das die Staatssekretärin Françoise Glesener Mitte Juni ankündigte. Anfang 2017 wird ein „Kreativcluster“ gegründet, um die Kreativwirtschaft zu unterstützen und sie als ein Wirtschaftsmotivator – Nibers will man noch sehen.

Die grundlegenden Hürden Mit einem eigenen Cluster erhöht die Kreativwirtschaft im Grunde die gleiche Barriere wie die Logistik, die ICT-Branche oder die Biomedizin. Doch der Vergleich lohnt sich. Die Sozialökonomie spricht von Wirtschaftswachstum – wenn man hilft es aus dem Wirtschaftsministerium – Nibers will man noch sehen.



Man-Notebook, ein Latte Macchiato und ein hipbes Lokal im Industriegebiet.

## Die Illustratorin: Kumiyo

Was machen Sie?

Ich bin selbstständige Illustratorin und Comicautorin. Daneben zeichne ich Pakete.

Sehen Sie sich als Künstlerin?

Ja, durchaus. Ich versuche immer, so schöpferisch zu arbeiten, dass niemand das in dieser Weise imitieren kann. Dann ist es für mich Kunst, auch wenn es kommerziell ist. Meine Identität und meine Philosophie fließen in die Arbeit ein.

Es ist in der Kreativwirtschaft wichtig, sein eigener Chef zu sein?

Ich liebe es zu zeichnen. Es ist ein Glück, wenn ich diese Passion leben kann. Aber die Selbstständigkeit ist schwierig, auch weil ich vorher in Japan angestellt war. Die Zahl der Aufgaben ist sehr wechselhaft. Doch auch in schlechten Zeiten sind die hohen Sozialbeiträge und die Miete fällig.

Ist Luxemburg ein guter Standort für die Kreativwirtschaft?

Ich bin aus privaten Gründen aus Japan nach Luxemburg gekommen.



Über eine Kinderbuchmesse in 1503 entstand ein Kontakt zum Bologneser. Das Umfeld im 1535 hilft, Infos auszutauschen. Dennoch gibt es kaum Illustratoren im Land, und oft ist es schwierig, das richtige Material zu finden. Ich möchte mehr Kunden in Luxemburg finden, um die direkte Kontakt ist mir sehr wichtig.

Look – Jungunternehmer der Kreativwirtschaft bevorzugen Orte wie das 1535 in Differdingen. FOTO ANA KOPAR LINDSTADT

Was machen Sie?

Ich bin gelernter Tontechniker und Musiker und habe 2009 ein Tonstudio gegründet. Meine Kunden sind hauptsächlich Musiker.

„Amateurmusik, die Demos oder ganze Alben aufnehmen wollen, aber auch professionelle Musiker. Die Sozialökonomie spricht von Wirtschaftswachstum – wenn man hilft es aus dem Wirtschaftsministerium – Nibers will man noch sehen.“

Sehen Sie sich als Künstler?

Ich denke schon, auch wenn ich mich mit dem Begriff schwer tue. Künstler sein, bedeutet nicht nur Noten zu spielen, Skulpturen zu designen oder Bilder zu malen, sondern auch einen kreativen Businessplan zu erstellen oder Marketingstrategien zu entwickeln. Kurz: Auch ein Schulfachlehrer muss heute kreativ sein, um sein Produkt zu vermarkten.

Zudem ist neben der konventionellen Vorstellung von „Kunst für die Kunst“ auch die Auffassung von „Kunst als Auftragsarbeit“ getreten.

## Der Tonmann: Charel Stoltz



– ein Künstler stellt heute nicht mehr nur seine Werke im Museum zur Schau, sondern ist auch Dienstleister.

Es ist in der Kreativwirtschaft wichtig, sein eigener Chef zu sein?

Das muss jeder für sich selbst herausfinden. Für mich ist es von Vorteil, da ich große Freiheiten genieße, aber gleichzeitig einen gewissen Leistungsdruck verspüre. Das treibt mich an und schüttet sich positiv auf die Qualität meiner Arbeit aus.

Wann habe ich vor kurzem die Firma Realab gegründet – ein Start Up für virtuelle Welten.

Ist Luxemburg ein guter Standort für die Kreativwirtschaft?

Luxemburg ist nicht besser oder schlechter als andere Orte. In der Kreativwirtschaft kommt es sehr viel auf die eigene Einstellung und Überzeugung an. Aber ich verspüre eine große Dynamik in jungen Menschen, die in Metropolen wie Berlin, London oder Paris studiert haben, lehren mit Know-How und Ideen nach Luxemburg zurück zu verschicken, sich im kreativen Bereich zu verwirklichen. Zudem sind Staat und Städte offen für Projekte. Es besteht ein großes Potenzial.

## Die Designerin: Julie Conrad

Was machen Sie?

Ich bin Produktdesignerin und gestalte unter anderem Möbel. Zusätzlich mache ich Grafikdesign.

Sehen Sie sich als Künstlerin?

Nein. Ich bin als Kaufkraft angeordnet. Es ist zwar eine künstlerische Tätigkeit, aber ich arbeite nach Auftrag und in Absprache mit dem Kunden. Das sind andere Bedingungen als die eines Künstlers. Meine Ausbildung in Paris war ganz klar auf die Auftragsarbeit im Design ausgerichtet.

Es ist in der Kreativwirtschaft wichtig, sein eigener Chef zu sein?

Für mich ist die Selbstständigkeit die richtige Wahl. Natürlich sind die Finanzen und die mangelnde Stabilität manchmal schwierig. So sind die hohen Mieten ein Problem. Gibt es denn Designer, die sehr gut und es deutlich entspannter. Ich empfehle es aber jedem, sein eigener Chef zu sein. Wenn es mal nicht klappt, dann ist es in Luxemburg immer noch möglich in den Beruf als Angestellter einzusteigen.

Ist Luxemburg ein guter Standort für die Kreativwirtschaft?

Luxemburg ist der richtige Standort für mich. Ich mag die Lebensqualität und das kulturelle Angebot hier im Land. Leider geht es um andere Problematiken, die ich muss oft erklären, was ich mache.

Was machen Sie?

Ich bin Filmproduzent bei Sama Film. Ich leite die Firma und betreibe Filmprojekte von der Produktion zum Vertrieb. Das heißt, ich schreibe oder analysiere Drehbücher, kümmere mich um Finanzierungen, Castings sowie Marketingstrategien und vieles mehr.

Sehen Sie sich als Künstlerin?

Ich betrachte mich eher als Kreativ-Schaffenden und weniger als Künstler. Die Hälfte meiner Arbeit ist an der Entwicklung von Ideen und Projekten. Doch auch bei der Organisation ist zunehmend Kreativität gefragt – ich denke das zum Beispiel an Finanzierungspläne.

Es ist in der Kreativwirtschaft wichtig, sein eigener Chef zu sein?

Es ist von Vorteil, um sich zu verwirklichen, aber ich könnte auch mit angestellter arbeiten.

Ist Luxemburg ein guter Standort für die Kreativwirtschaft?

Es gibt eine gewisse Professionalität, die durch die große Erprobung der Kulturjahre von 1995 und 2007 wurde. Ich bin sehr zufrieden mit der wirtschaftlichen Lage. Seitdem haben wir uns entfernt von der Idee des Künstlers als Bohémien, der sich nur von Applaus und Anerkennung ernährt. Es gibt eine zunehmende gesellschaftliche Akzeptanz für den Beruf des Künstlers. Kunst gehört zur Mitte der Gesellschaft und wird nicht statisch subventioniert wie etwa die Landwirtschaft oder auch die Finanzindustrie. Mit dem Aufkommen einer Start-Up Szene und Orten wie dem 1535 in Differdingen wird eine junge Künstlerin die Chance haben, ihre Projekte zu verwirklichen. Zudem sind Staat und Städte offen für Projekte. Es besteht ein großes Potenzial.



Anfangs war es teils schwierig. Handwerker zu finden, die die Produktion meiner Möbel übernehmen. Sie hatten keine Erfahrung mit solchen Aufträgen und es erfordert mehrere Prototypen, das Produkt beginnen können. Die Produktion beginnt schnell. Die Produktion ist sehr gut und die Betriebe sind stolz auf das Resultat. Weil es weniger Designer gibt, ist es einfacher, auf sich aufmerksam zu machen. Das Interesse ist hoch, wie sich am Erfolg des Lokalmarkts „1535 go local“ zu sehen ist. Initiativen, 1535 in Differdingen und zum Beispiel in Dommeldingen zeigen, dass sich was bewegt.

## Der Filmmann: Bernard Michaux

Was machen Sie?

Ich bin Filmproduzent bei Sama Film. Ich leite die Firma und betreibe Filmprojekte von der Produktion zum Vertrieb. Das heißt, ich schreibe oder analysiere Drehbücher, kümmere mich um Finanzierungen, Castings sowie Marketingstrategien und vieles mehr.

Sehen Sie sich als Künstlerin?

Ich betrachte mich eher als Kreativ-Schaffenden und weniger als Künstler. Die Hälfte meiner Arbeit ist an der Entwicklung von Ideen und Projekten. Doch auch bei der Organisation ist zunehmend Kreativität gefragt – ich denke das zum Beispiel an Finanzierungspläne.

Es ist in der Kreativwirtschaft wichtig, sein eigener Chef zu sein?

Es ist von Vorteil, um sich zu verwirklichen, aber ich könnte auch mit angestellter arbeiten.

Ist Luxemburg ein guter Standort für die Kreativwirtschaft?

Es gibt eine gewisse Professionalität, die durch die große Erprobung der Kulturjahre von 1995 und 2007 wurde. Ich bin sehr zufrieden mit der wirtschaftlichen Lage. Seitdem haben wir uns entfernt von der Idee des Künstlers als Bohémien, der sich nur von Applaus und Anerkennung ernährt. Es gibt eine zunehmende gesellschaftliche Akzeptanz für den Beruf des Künstlers. Kunst gehört zur Mitte der Gesellschaft und wird nicht statisch subventioniert wie etwa die Landwirtschaft oder auch die Finanzindustrie. Mit dem Aufkommen einer Start-Up Szene und Orten wie dem 1535 in Differdingen wird eine junge Künstlerin die Chance haben, ihre Projekte zu verwirklichen. Zudem sind Staat und Städte offen für Projekte. Es besteht ein großes Potenzial.



des Künstlers als Bohémien, der sich nur von Applaus und Anerkennung ernährt. Es gibt eine zunehmende gesellschaftliche Akzeptanz für den Beruf des Künstlers. Kunst gehört zur Mitte der Gesellschaft und wird nicht statisch subventioniert wie etwa die Landwirtschaft oder auch die Finanzindustrie. Mit dem Aufkommen einer Start-Up Szene und Orten wie dem 1535 in Differdingen wird eine junge Künstlerin die Chance haben, ihre Projekte zu verwirklichen. Zudem sind Staat und Städte offen für Projekte. Es besteht ein großes Potenzial.



Die beiden Jungunternehmer Jonathan Moro und Ben Burleigh haben mit ihrer Initiative Banhaus große Pläne. (FOTO: GERT HENRIK)