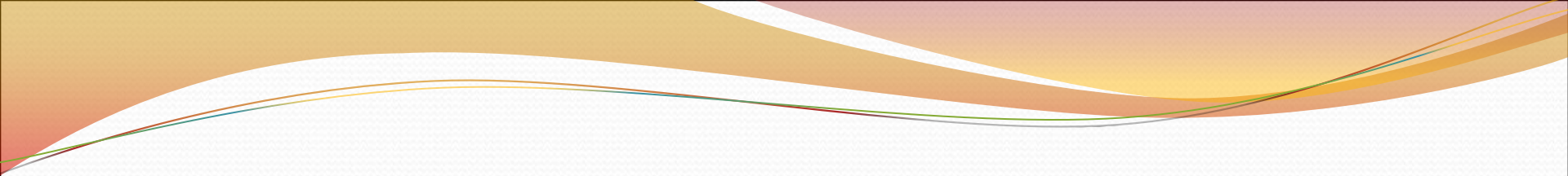


- 
- *"The only thing we know about the future is that it will be different.*
 - *Trying to predict the future is like trying to drive down a country road at night with no lights while looking out the back window.*
 - *The best way to predict the future is to create it."*
 - Peter Drucker (führender amerikanischer Managementberater)

Übergang von der Industriegesellschaft des 20. Jahrhunderts zur Kreativitätswirtschaft und –gesellschaft des 21. Jahrhunderts

- Studie der Universität Oxford: welche von 700 Berufen in kommenden zwei Jahrzehnten durch neue Technologien potentiell ersetzt werden könnten:

- Ergebnis: 47 Prozent der heutigen Jobs könnten in 2 Jahrzehnten verschwinden.

Quelle: <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/automatisierung-nehmen-roboter-den-menschen-die-arbeit-weg-13986337.html>

- Die neue knappe Ressource, sowohl im globalen Wettbewerb als auch für die durch neue Technologie freigesetzten Menschen ist:

• **Kreativität**

Kreativität als zentrale Zukunftsressource

- **z.B. „Kreativwirtschaft“**

aber dies ist nur ein Aspekt der übergreifenden

**Kreativitätswirtschaft
und -gesellschaft**

Kreative Klasse (Creative class)

- vom amerikanischen Professor [Richard Florida](#) entdeckt
- Florida geht davon aus, dass kreativer Output schon immer der wichtigste Faktor für Wirtschaftswachstum und regionale Prosperität ist.
- doch seit 1990 starkes Wachstum der Kreativen Klasse
- jeder Mensch hat ein kreatives Potential, jedoch muss er auch innerhalb eines Systems leben, das diese Kreativität fördert und zur Entfaltung bringt
- Richard Florida, *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure, Community, and Everyday Life* [2000], New York 2005.

Attraktivität und Potential einer Region für die Kreative Klasse hängt von mehreren Indikatoren ab:

- **Technologie** steht für Innovationen und Konzentration der Wissensbranchen in einer Region
- **Talent** stellt das kreative Potenzial dar, bestimmt durch die Anzahl der Angestellten in kreativen Berufen in der Region.
- **Toleranz** steht für ein großes Spektrum an verschiedenen Persönlichkeiten, was zu intensiven Austausch an neuen Ideen führt.
- **Kreativitätsdispositiv** ist eine allgemeine Erwartung, kreativ sein zu dürfen und zu sollen

- Die Orientierung an Kreativität betrifft jedoch nicht nur
- die Arbeitspraktiken, sondern auch die Organisationen und Institutionen, sowie die gesamte Lebenspraxis.
- (Andreas Reckwitz: "Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung"; Suhrkamp 2012)

- Die „alten“ Strukturen der Industriegesellschaft verstehen dies kaum, doch die junge 18-25-jährige Generation „Facebook“ „riecht“ es und „schwärmt“ trotz aller gutgemeinten Gegen-Demografie-Projekte zum Leben und Arbeiten dorthin,

- wo Ko-Kreative Milieus und Atmosphären vorhanden sind:
- New York, Berlin, Leipzig ...





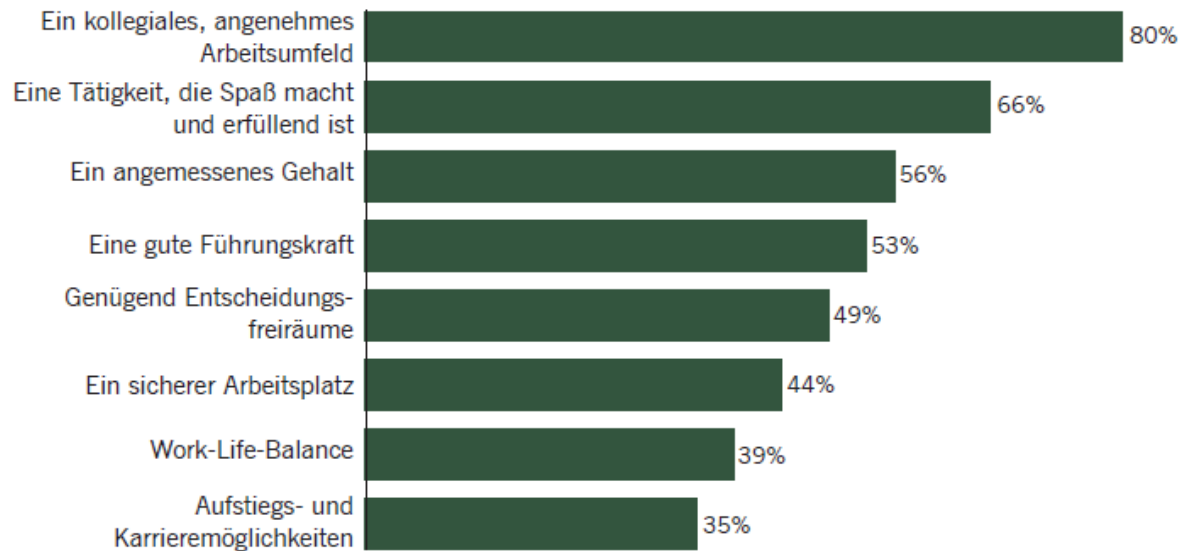
Qualitäten der Kreativitätswelt:

Megatrend New Work

:zukunfts|institut

INTRINSISCHE MOTIVATION IST NICHT KÄUFLICH

Was Fach- und Führungskräfte in Deutschland motiviert (Zustimmung in Prozent)



Quelle: Stepstone, Hay Group 2011

Megatrend Sinnmärkte

- Simpler Gebrauchswert ist out - wer in Zukunft sein Produkt an den Mann bringen will, muss dem Konsumenten mehr bieten können: Die Märkte der Zukunft sind Sinnmärkte, in denen weitere Dimensionen wichtig sind.
- **Werthaltigkeit:** Produkt muss ideellen Charakter besitzen.
- **Share-Economy:** Es muss in einem größeren Zusammenhang der Tradition, der Verantwortung und der Zusammengehörigkeit stehen.
- **Ökologie:** Es muss zumindest symbolisch nachhaltig sein.

Megatrend Konnektivität



Megatrend **Coopetition** und **Co-Creativität**

- **Coopetition statt Konkurrenz:**
In Zukunft gewinnen clevere Kooperationen – auch mit der Konkurrenz.
- Der zum **Prosumenten** emanzipierte Kunde ist nicht mehr nur Abnehmer eines Produktes, sondern reift zum MitGestalter.
- Co-Creativität ist wahrscheinlich das zentrale Kapital der Zukunft



Erfolgreiche Beispiele:

- Silicon Valley begann in 1940'igern als „Netzwerk Kreation“ von Stanford-Universität, Unternehmen und Region ...
- Leipzig: startete 2000 eine gezielte kooperative **Initiative für Medien- und Kreativwirtschaft**



Ergebnis: Leipzig gilt heute unter jungen Menschen gleich nach Berlin **die „creativ city“**

The WeWork phenomenon

- Founded in 2010, WeWork started with the mission to disrupt the office space by renting out desks and full offices in hotspots around the world. This office 2.0 provides not only a place for freelancers, entrepreneurs and small businesses to set up shop but also tries to create a community by organizing events like rooftop parties, entrepreneur talks and powerpoint karaokes. There are 101 WeWorks in 29 cities, with 30 locations in New York alone.
- Unlike other fledgling startups, WeWork is actually profitable. Although it doesn't disclose financials, tech news site The Information obtained internal documents and found that WeWork had \$75 million in revenue in 2014, with \$4.2 million in profits.
- The company raised its latest \$430 million round of funding from Chinese investors

- WeWork, the \$16 billion company that's disrupted office life, is trying to do the the same for your apartment in two locations so far: downtown Manhattan and Crystal City, Virginia.
- Manhattan's first-ever location of cocreativ living startup WeLive.
- <http://finance.yahoo.com/news/wework-welive-communal-housing-college-dorm-manhattan-wall-street-185231316.html#prclt-OryJAw1t>

- Megatrends wie Gesundheit und Neo-Ökologie begünstigen ländliche Räume,



- doch nur, wenn dort auch
- **Wissenskultur, Konnektivität, Cooptition, Kreativitätsdispositiv**
- **kurz: CO-create ups** entstehen
- bekommen wir in der Lausitz attraktive Zukunftschancen für junge kreative Menschen

Vorschlag:

- Ko-Kreativitäts-Lab
„Zukunft-Lausitz“