



## Pressemitteilung mit Bitte um Veröffentlichung

Berlin, 20. September 2016

### Wenn der Berg nicht zum Bus kommt...

... kommt der Prophet zum Bundestag.

Mit diesem Motto besuchte das Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes am Dienstag, 20. September 2016, den Deutschen Bundestag: Gemeinsam mit Abgeordneten und Unternehmern der Kultur- und Kreativwirtschaft initiierte das Kompetenzzentrum den Dialog über die Wirkungsmöglichkeit der Kultur- und Kreativwirtschaft. Im mobilen Showroom – einem Oldtimer-Doppeldeckerbus – direkt vor dem Bundestag, erlebten die geladenen Abgeordneten einen ungewöhnlichen Mittagsevent an einer besonderen Location.

„Politiker fordern, dass vor allem im Mittelstand branchenübergreifend Kultur- und Kreativwirtschaft als Innovationsmotor wahrgenommen und genutzt werden soll“, erläutert Christoph Backes, Projektleiter des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes: „Wir glauben, es ist wichtig, dass die Politik als Vorreiter zeigt, wie das funktionieren kann.“ Für modernes Campaigning, innovative Vermittlungsformate und zeitgemäße Kommunikationsstrukturen bieten Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft effektive Lösungen und flexible Wege der Umsetzung an. „In der politischen Arbeit gibt es zahlreiche Anknüpfungspunkte, um sich die Unterstützung von Akteuren der Kultur- und Kreativbranche zu holen“, betont Christoph Backes weiter.

Vier Akteure der Kultur- und Kreativbranche zeigten anhand der mitgebrachten Exponate Wirkungsräume und skizzierten spannende Zukunftsvisionen. Die Abgeordneten begrüßten den Impuls und waren von den Potenzialen begeistert: „Eine tolle Aktion und viele sehr interessante Impulse“, lobte Johannes Kahrs die Veranstaltung. „Lasst uns ein Projekt in Hamburg starten“, sicherte er zu. Auch Ekin Deligös war von den Ideen der Kreativunternehmer begeistert: „Politik braucht neue Kommunikationswege. Dafür brauchen wir Leute wie euch.“

Gezeigt wurden sehr unterschiedliche Projekte, die spielerisch neue Entwicklungsverfahren, TechDesigns und nichttechnologische Innovationen präsentierten: „Es macht Spaß, seine Ideen mal einem Publikum präsentieren zu können, das wir sonst nicht so einfach erreichen würden“, erklärt Stephan Wirth von Gentlymad seine Motivation. Fablabs, GameScience und Virtual Reality sind keine Zukunftsvision, sondern werden täglich von Kleinstunternehmern und Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft angewandt und effektiv genutzt. „Für Interessierte ist vor allem die Vielseitigkeit der Themen- und Wirkungsfelder, die von der Kultur- und Kreativwirtschaft aufgegriffen werden, faszinierend“, betont Christoph Backes. Dabei überrascht oftmals auch die direkte Anwendbarkeit der Ideen: „Unser Ziel ist es, diese Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft in allen Bereichen von Gesellschaft, Wirtschaft und Politik dauerhaft zu etablieren, um klar zu machen, dass Kultur- und Kreativwirtschaft nicht nach Förderung verlangt, sondern bereit ist mitzumachen, zu wirken und zu unterstützen.“