

Zirkulär in die Zukunft

Cross Innovation an der
Schnittstelle von Kultur- und
Kreativwirtschaft und
Kreislaufwirtschaft



Inhalt

1	Intro	S. 4
2	Perspektiven von Expert*innen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft	S. 8
	Kreislaufwirtschaft ist die Antwort, doch was war noch mal die Frage? Lorenz Ottilinger	S. 10
	Was wäre, wenn's gut wird? Festivals und Konzerte als Testräume für zirkuläre Ansätze Sarah Längen	S. 13
	„Die Magie passiert in der Umsetzung“ Interview mit Katrin Oeding	S. 17
	Die Rolle der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Kreislaufwirtschaft	S. 20
3	Creative Lab #7 Kreislaufwirtschaft	S. 24
	Was ist ein Creative Lab?	S. 26
	Die fünf Risky Projects	S. 36
	Das Expert*innen-Netzwerk	S. 58
	Ein Appell für Cross Innovation	S. 62
	Erkenntnisse aus dem Lab	S. 68
4	Outro	S. 70
	Von der Idee zur Skalierung: Kreativwirtschaftliche Impulse für die Kreislaufwirtschaft Fachgespräch mit Dr. Marianne Kuhlmann & Florian Pfeffer	S. 72
	Fazit	S. 78

Intro

1

Wir brauchen eine kreislauffähige Wirtschaft und Gesellschaft. Daran führt kein Weg vorbei. Dieser Schluss lässt sich aus dem „Transformationsbericht Kreislaufwirtschaft“ ziehen, den die Bundesregierung im Frühling 2024 veröffentlicht hat. Er zeigt auf, welche Bedeutung ein Wandel hin zu einer Kreislaufwirtschaft vor dem Hintergrund der Dreifachkrise aus Klimawandel, Biodiversitätsverlust und Verschmutzung der Ökosysteme hat.

Die Umgestaltung von einer Wegwerfwirtschaft hin zu einem kreislaufwirtschaftlichen System stellt eine gesamtgesellschaftliche Herausforderung dar, der es sich zu stellen lohnt, da sie auf vielfältige Weise gewinnbringend sein wird: Neben den offensichtlichen Vorteilen hinsichtlich Klima- und Umwelt- und Ressourcenschutz kann der zirkuläre Ansatz vielmehr eine grundlegende Transformation der Wirtschaft bewirken, was Materialeinsparungen und die Schaffung neuer Arbeitsplätze inkludiert.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft bringt an vielen Stellen bereits Lösungen und Impulse für konkrete Transformationsprozesse ein. Das Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes hat den Auftrag, diese Potenziale für branchenübergreifende Innovation (Cross Innovation) sichtbar zu machen. Es hat

sich daher intensiv mit Fragen wie „Wie kann die Kultur- und Kreativwirtschaft zur Transformation beitragen?“ und „Wie kann die Kultur- und Kreativwirtschaft selbst kreislauffähig werden?“ beschäftigt. Das Kompetenzzentrum setzte bei der Beantwortung dieser Fragen verstärkt auf branchenübergreifenden Austausch, Cross Innovation und Prototyping.

ALLE AN EINEN TISCH BRINGEN

Als erste größere Veranstaltung zu dem Thema fand Ende 2023 ein Kreislaufwirtschaftskongress statt. Neben dem Bühnenprogramm mit Speaker*innen wie dem Parlamentarischen Staatssekretär Michael Kellner (Ansprechpartner der Bundesregierung für die Kultur- und Kreativwirtschaft, Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz – BMWK), Parlamentarische Staatssekretärin Dr. Bettina Hoffmann), Nora Griefahn (Cradle to Cradle) oder Natascha von Hirschhausen fanden auch Workshops statt, die den Themen Nachhaltiges Gründen, Co-Creation und Suffizienzstrategien auf den Grund gingen. Zusätzlich setzten sich über dreißig Teilnehmer*innen aus Politik, Verwaltung, Wissenschaft sowie der Kultur- und Kreativwirtschaft an einem Round Table zusammen, um zu diskutieren, wie Impulse aus der Kultur- und Kreativwirtschaft über



die Branche hinaus mehr Wirkung erzielen könnten. Denn die Ideen seien da, da waren sich die Teilnehmer*innen einig.

CROSS INNOVATION ALS SCHLÜSSEL FÜR MEHR WIRKUNG

Aufbauend auf den Erkenntnissen des Kongresses wurde ein Creative Lab konzipiert. Als Projekt mit starkem Fokus auf Cross Innovation, Prototyping und ergebnisoffene Innovation sollte erprobt werden, wie Ideen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft verstetigt werden und ihre Wirkung möglichst breit entfalten können. Denn die Ideen sind da: Ganze 150 Projekte bewarben sich beim Open Call für die Teilnahme am Creative Lab. Diese Zahl zeigt außerdem, wie groß der Bedarf an finanzieller Unterstützung und Mentoring ist.

Eine hochkarätige Jury von über dreißig Expert*innen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik gab schließlich ihre Empfehlung für die Auswahl der 5 Projektteams, die für drei Monate ihre Produkte, Services und zirkulären Geschäftsmodelle im Creative Lab weiterentwickelten.

IN DER PRAXIS SIND BEDARFE UNÜBERSEHBAR

Während in der Theorie viele Aspekte zur Umgestaltung der Wirtschaft grundsätzlich machbar erscheinen, werden die konkreten und vielfältigen Herausforderungen in der Praxis umso deutlicher. Worauf sollten Gründer*innen von Beginn an achten? Wie können cross-innovative Kooperationen funktionieren? Und was ist überhaupt der Vorteil solcher Kooperationen? Das Creative Lab hat während der Laufzeit reichlich Praxiserfahrung sammeln und Lösungsansätze ausprobieren können.

Dieses Heft fasst die Erkenntnisse des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes der Beschäftigung mit dem Thema Kreislaufwirtschaft in den Jahren 2023/2024 zusammen.

GLOBALE ZUSAMMENHÄNGE IM BLICK BEHALTEN

Es gibt viele Hebel, um zirkuläres Wirtschaften voranzubringen. Das Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft setzt insbesondere mit Prototyping, Analyse und Vernetzung an, um dort voranzukommen. Dabei darf aber nicht außer Acht gelassen werden, dass es noch viele Baustellen mehr gibt, insbesondere die Auseinandersetzung mit Lieferketten und der Verant-

wortung des Globalen Nordens gegenüber dem Globalen Süden. Es ist also noch viel Arbeit nötig. Klar ist aber auch: Kreislaufwirtschaft und Kultur- und Kreativwirtschaft sollten langfristig zusammen gedacht werden.

„Es geht dabei nicht nur um ein wirtschaftspolitisches Thema, sondern um einen globalen Paradigmenwechsel“, hielt Kreislaufwirtschaftsexpertin Eveline Lemke im Rahmen des Creative Labs fest. Was das bedeutet, wie es gestaltet werden kann und welche Erkenntnisse des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes bei der Beschäftigung mit dem Thema Kreislaufwirtschaft in den Jahren 2023/2024 gewonnen wurden, fasst dieses Heft zusammen.

Über das Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes

Das Kompetenzzentrum ist die zentrale Anlaufstelle für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland und ihr nahestehende Institutionen (z.B. Verbände).

Es informiert über die neusten Entwicklungen der vielfältigen Branche, zeigt den Mehrwert innovativer Denkweisen und Methoden aus der Kultur- und Kreativwirtschaft für andere Bereiche auf und stößt die Entwicklung von zukunftsweisenden unternehmerischen Lösungen und innovativem Handeln für aktuelle gesellschaftliche Herausforderungen wie Fachkräftemangel, Klimakrise oder Digitalisierung an.

Das Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes ist Teil der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf den Klein- und Kleinstunternehmer*innen, die über 95% der Branche ausmachen und vergleichsweise wenig Repräsentationsmöglichkeiten auf politischer Ebene haben. Dafür entwickelt das Kompetenzzentrum neue Konzepte und Impulse, initiiert Projekte, beobachtet Trends, setzt Veranstaltungen um und führt kontinuierlich Analysen zur Branche durch.



2

Perspektiven von
Expert*innen
aus der
Kultur- und
Kreativwirtschaft

Kreislaufwirtschaft ist die Antwort, doch was war noch mal die Frage? – Annäherung an eine Haltung

Gastbeitrag von Lorenz Ottilinger, Identitätsstiftung

Lorenz Ottilinger, Identitätsstiftung

Als Projektpartner des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes im Rahmen des Creative Labs #7 Kreislaufwirtschaft hatten Lorenz Ottilinger und Max Woelert von der Identitätsstiftung die Aufgabe, die fünf Gewinner*innenteams über den gesamten Zeitraum des Labs als Mentoren zu begleiten und hilfreiche Kontakte an der Schnittstelle zu mittelständischen Firmen und der Industrie herzustellen. Sowohl im Rahmen des „Schulterblicks“ als auch des Finales hatten die Teams so die Möglichkeit, mit Vertreter*innen aus Unternehmen, Forschung und Politik in den Austausch zu treten und Transfer-Potenziale zu erschließen. Ausgehend von dem oben skizzierten Kontext wurden im Verlauf des Labs immer wieder Impulse für das Thema des wertorientierten Unternehmer*innentums gegeben – von Übungen zur Unternehmensethik bis hin zur wertorientierten Organisationsentwicklung. Die Teams konnten sich so ihres eigenen unternehmerischen Handelns bewusst werden und ihren Kompass als zukünftige Unternehmer*innen und Organisationsgestalter*innen ausrichten.

Das Creative Lab #7 hat sich ganz dem Thema Kreislaufwirtschaft gewidmet. Die Erwartungen an diesen Ansatz sind hoch und durch die ökologische Notwendigkeit gegeben. Wir wollen und müssen in Zukunft zirkulär statt linear wirtschaften, Ressourcen solange es geht im Kreislauf halten und die Wertschöpfungsprozesse naturverträglicher gestalten. Es geht um Prozessoptimierungen und intelligentere Wertstoffkreisläufe. Das klingt alles sehr technisch. Aber eine technische Betrachtung reicht nicht, wenn wir über Wirtschaft sprechen.

Muss konsequente Kreislaufwirtschaft auch eine neue unternehmerische Haltung mit sich bringen?



Zum gemeinsamen Kick-Off in das Creative Lab stellten wir den fünf teilnehmenden Teams diese Frage. Was motiviert sie, ihre Unternehmensideen, die sie im Rahmen des Labs ausbauen wollen, am Prinzip der Kreislauffähigkeit auszurichten? In welchem größeren gesellschaftspolitischen Rahmen bewegen sie sich mit ihren Unternehmensideen? Der Dialograum spannte sich zwischen den folgenden drei Positionen auf:

1 KREISLAUFWIRTSCHAFT ALS ANSATZ FÜR RESSOURCEN- UND KOSTENEFFIZIENTES HANDELN

Die Entscheidung, das unternehmerische Handeln im Sinne der Kreislaufwirtschaft auszurichten, kann beispielsweise überwiegend ökonomisch motiviert sein. So können durch die Optimierung von Prozessen in der Herstellung eines Produkts Ressourcen eingespart und Kosten reduziert werden. Ressourceneffizienz ist verbunden mit Kosteneffizienz und legt nahe, dass das Prinzip der Kreislaufwirtschaft sich auch aus rein ökonomischer Perspektive lohnt.

2 KREISLAUFWIRTSCHAFT ALS ANSATZ DER PROZESSINNOVATION (KONSISTENZ VON WERTSCHÖPFUNGSPROZESSEN)

Bei diesem Aspekt der Kreislaufwirtschaft geht es um das konkrete Design von Prozessen. Biologische Prozesse und technische Innovationen sollen hierbei eine fruchtbare Symbiose eingehen. Die sogenannte Konsistenz beschreibt die Harmonisierung von Natur und Technik mit dem Ziel, die Wirtschaft insgesamt naturverträglicher zu gestalten. Ein wesentlicher Aspekt für Unternehmen ist hier ebenso die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit durch Innovationen.

3 KREISLAUFWIRTSCHAFT ALS ANSATZ EINES NACHHALTIGEN LEBENSSTILS (SUFFIZIENZ)

Auch die Suffizienz, also die Frage nach dem richtigen Maß, kann ein Antrieb sein. Sie stellt die Frage, wie durch eine Veränderung des Lebensstils und der Motive zu wirtschaften ein gutes Leben für alle möglich werden kann. Anders als bei den Prinzipien von Effizienz und Konsistenz liegt der Fokus hier also nicht auf technischen Innovationen, sondern auf der

Veränderung menschlichen Verhaltens und der Ausrichtung an einem nachhaltigen Lebensstil. Dafür braucht es eine neue Denkweise.



Was bedeutet es, wirtschaftlich neu zu denken?

Im Gegensatz zur Effizienz der Ressourcennutzung und Konsistenz von Wertschöpfungsprozessen wird Suffizienz seltener mit dem Prinzip der Kreislaufwirtschaft in Verbindung gebracht. Ein einfacher Grund hierfür ist, dass sie weniger kompatibel ist mit der gegenwärtigen Art zu wirtschaften, die sich überwiegend an rein quantitativem, ökonomischem Gewinninteresse ausrichtet. Der Ansatz der Suffizienz erfordert am stärksten von den dreien eine neue Werteorientierung, stellt einen auf Konsum orientierten Lebensstil infrage und verlangt, Sinn und Zweck des Unternehmerischen radikal neu zu denken.

Wenn Kreislaufwirtschaft also die Antwort ist, so könnte man sagen, dass in Frage ein überholtes ökonomisches Denken und Handeln steht, das soziale und ökologische Kosten sehr lange

externalisiert hat und durch die Ausrichtung an linearen Prozessen in einer zirkulären Welt sehr viel Schaden angerichtet hat.

Wenn die Kreislaufwirtschaft hierauf eine gute Antwort sein will, so muss sie neben naturverträglicheren technischen Neuerungen gleichermaßen mit einer Abkehr von unserem auf Konsum ausgerichteten Lebensstil und einer stärkeren Gemeinwohlorientierung des Unternehmerischen einhergehen.

An guten Beispielen für ein solches Unternehmer*innenverständnis mangelt es wohl kaum, das haben allein die vielfältigen Bewerbungen auf das Creative Lab #7 Kreislaufwirtschaft gezeigt. Die Arbeit mit den teilnehmenden Teams im Lab hat deutlich werden lassen, dass konsequente Kreislaufwirtschaft ein unkonventionelles unternehmerisches Denken sowohl im Inneren gegenüber den eigenen Mitarbeitenden als auch nach Außen gegenüber Partner*innen und Kund*innen erfordert. Themen waren hier zum Beispiel neue Inhaber*innenformen, solidarische Preismodelle oder eine konsequente Gemeinwohlorientierung in der Unternehmensstrategie.

Woran es also mangelt, sind nicht die Ideen und bereits erfolgreiche Praxisbeispiele, es ist vor allem deren Sichtbarkeit und der Brückenschlag dieser Ansätze in Branchen mittelständischer und industrieller Unternehmen. Das Format des Creative Labs bietet die Möglichkeit, diesen Transfer zu fördern.

Was wäre, wenn's gut wird? Festivals und Konzerte als Testräume für zirkuläre Ansätze

Gastbeitrag von Sarah Längen,
The Chagency

Sarah Längen, The Chagency

Das Thema Nachhaltigkeit spielt seit vielen Jahren eine große Rolle in Sarah Längens Leben. Die Diplom-Biologin begleitete bereits 2012 Nachhaltigkeitsstrategien von Festivals wie Melt! oder Splash! in Ferropolis. Bei den unterschiedlichen Stationen in der Musikbranche lag ihr beruflicher Fokus zudem auf Kommunikationskampagnen und der Pressearbeit von Events. Mit The Chagency setzt sie sich für den Wandel hin zu einer klimafreundlichen und nachhaltigen Musikindustrie ein.

Sarah Längen war Teil der Jury im Creative Lab #7 Kreislaufwirtschaft.

Stecken wir nach dem kurzzeitigen „Fridays For Future-Hoch“ 2019 derzeit in einer Art Krise der Klimakrise? Wo ist die Zuversicht geblieben? Die Klimakrise geht häufig Hand in Hand mit Schuldgefühlen, Überforderung oder zuckenden Schultern, und die Akzeptanz für das Thema in der Gesellschaft schwindet.

Doch wie schaffen wir es, für Themen wie Nachhaltigkeit oder Zirkularität wieder Akzeptanz und Aufmerksamkeit zu bekommen? Denn klar ist: Es ist und bleibt ein Krisenthema, daher müssen Köpfe und Herzen gleichermaßen erreicht werden. Es braucht ein neues Narrativ – eines, das Hoffnung gibt und Mut macht. Denn eine zirkuläre, neu gestaltete Zukunft kann eine gerechtere Welt für alle bringen. Wer hätte schon Einwände gegen eine bessere Luftqualität, mehr Erholungs- und Gemeinschaftsräume, faire Löhne und sichere Fahrradwege? Eben! Eine besondere Rolle als Katalysator für die Akzeptanz und das Vorleben dieser „neuen Welt“ kann und sollte die Kultur- und Kreativwirtschaft einnehmen.



DIE KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT ALS KATALYSATOR

Die Kultur- und Kreativwirtschaft spielt eine Schlüsselrolle bei der Förderung nachhaltiger Praktiken und der Implementierung zirkulärer Wirtschaftsmodelle. Festivals und Konzerte sind dabei besonders prädestiniert, als Testfelder für Innovationen und Utopien zu dienen. Solche Testfelder sind wichtig, denn die Implementation von zirkulären Ansätzen in einem komplexen linearen Wirtschaftssystem, wie es heute existiert, stellt eine große Herausforderung dar, obwohl viele Ansätze an sich sinnvoll und zukunftsorientiert sind. Das schwierige Zusammenbringen von zirkulären Ideen in ein lineares System ist einer der Gründe, weshalb die Transformation zu einem zirkulären Wirtschaftssystem ein Prozess ist, der viel Zeit benötigt.

Veranstaltungen wie Festivals und Konzerte können nicht nur nachhaltige Lösungen im kleinen Rahmen ausprobieren, sondern auch große gesellschaftliche Veränderungen anstoßen, indem sie Millionen von Menschen inspirieren und mobilisieren.

FESTIVALS ALS LABORE FÜR NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Festivals und Konzerte sind temporäre Mikrokosmen, die vielfältige Möglichkeiten bieten, neue Ideen und Technologien in einer kontrollierten Umgebung zu testen. Durch ihre begrenzte Dauer und räumliche Abgrenzung können sie als Labore für nachhaltige Innovationen fungieren. Hier können Veranstalter*innen, Künstler*innen und innovative Unternehmen zusammenarbeiten, um neue Konzepte der Ressourcennutzung, Abfallvermeidung oder Energieversorgung zu erproben.

Ein Beispiel dafür ist die Nutzung erneuerbarer Energien. Festivals wie das „We Love Green“ in Paris oder das „DGTL“ in Amsterdam setzen verstärkt auf Solar- und Windenergie, um ihren Energiebedarf zu decken. Sie testen dabei nicht nur die technische Machbarkeit, sondern auch die Akzeptanz solcher Lösungen bei einem breiten Publikum. Der Einsatz von Biotoiletten, Mehrwegbechersystemen und kompostierbarem Geschirr sind weitere Maßnahmen, die auf Festivals oder Konzerten ausprobiert und perfektioniert werden können.

NACHHALTIGE MATERIALIEN UND KREISLAUFWIRTSCHAFT

Ein wichtiger Aspekt des zirkulären Wirtschaftens ist die Nutzung nachhaltiger Materialien und die Minimierung von Abfall. Festivals und Konzerte bieten eine ideale Plattform, um innovative Materialien wie biologisch abbaubare Kunststoffe, recycelte Textilien oder modulare Bauten zu testen. Diese Materialien können nach der Veranstaltung entweder wiederverwendet oder umweltfreundlich entsorgt werden.

Beispielsweise hat das „Boom Festival“ in Portugal umfassende Maßnahmen zur Reduzierung seines ökologischen Fußabdrucks ergriffen. Es nutzt recycelte Materialien für Bühnenbauten und Dekorationen und fördert die Wiederverwendung von Ressourcen durch Upcycling-Projekte. Solche Ansätze können langfristig in die breite Bau- und Eventindustrie integriert werden, wodurch die Nachfrage nach nachhaltigen Materialien steigt und die Produktion im Sinne der Kreislaufwirtschaft gefördert wird.

FESTIVALS ALS INSPIRATION: DER NACHHALTIGE HANDABDRUCK

Neben dem direkten ökologischen Fußabdruck haben Festivals und Konzerte einen wichtigen „Handabdruck“, da sie Menschen inspirieren und sensibilisieren. Durch kreative und interaktive Formate können sie komplexe Themen wie Klimakrise, Ressourcenschonung und soziale Gerechtigkeit anschaulich und greifbar machen. Dieser Handabdruck beschreibt die positiven sozialen und ökologischen Auswirkungen, die durch das inspirierte Verhalten der Teilnehmer*innen langfristig entstehen können. Eine ungeahnte „Superpower“, die bislang von Politik und Wirtschaft kaum genutzt oder wahrgenommen wird.

Kunst und Musik sprechen unsere Herzen an und können tiefgreifende Veränderungen im Bewusstsein und Verhalten der Menschen bewirken. Ein Konzert, bei dem auf die Dringlichkeit des Klimaschutzes hingewiesen wird, oder ein Festival, das nachhaltige Praktiken vorlebt, können die Besucher*innen dazu motivieren, auch in ihrem Alltag nachhaltiger zu handeln. Es ist nicht zu unterschätzen, welche Kraft auch in der Vorbildfunktion von Musiker*innen oder anderen Künstler*innen steckt. Allein wenn wir an das Woodstock Festival zurückdenken, erkennen wir, was

Die Magie passiert in der Umsetzung

die Gemeinschaft vor Ort langfristig in den Köpfen der Besucher*innen bewirken kann.

BILDUNG UND ENGAGEMENT

Festivals und andere Kulturorte können zudem Bildungsorte sein, an denen Besucher*innen lernen, wie sie selbst zu einem nachhaltigeren Lebensstil beitragen. Workshops, Diskussionsrunden und interaktive Ausstellungen zu Themen wie Zero Waste, erneuerbare Energien oder nachhaltiger Konsum bieten wertvolles Wissen und praktische Tipps. Dadurch werden nicht nur kurzfristige Verhaltensänderungen angestoßen, sondern auch langfristige Bewusstseinsbildung und Engagement gefördert.

Das „Roskilde Festival“ in Dänemark beispielsweise ist ein Vorreiter in diesem Bereich. Es bietet nicht nur Musik und Unterhaltung, sondern auch eine Vielzahl von Bildungsangeboten rund um Nachhaltigkeit und Kreislauffähigkeit. Durch Kooperationen mit NGOs und Umweltinitiativen können die Besucher*innen direkt in die Themen eingebunden werden und lernen, wie sie in ihrem Alltag einen Beitrag zum Umweltschutz leisten können.

NETZWERKE UND KOOPERATIONEN

Die Lösung der Klimakrise, zum Beispiel durch zirkuläres Wirtschaften, gelingt uns nur gemeinsam. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist daher die Netzwerkbildung und Kooperation innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft. Festivals und Konzerte bringen verschiedene Akteur*innen zusammen, darunter Künstler*innen, Veranstalter*innen, NGOs, Unternehmen und das Publikum. Diese Netzwerke können genutzt werden, um Wissen auszutauschen, gemeinsame Projekte zu initiieren, innovative Lösungen zu entwickeln und ein „Wir-Gefühl“ zu schaffen.

Initiativen und Plattformen, die den Austausch von Best Practices fördern, sind entscheidend, um die Reichweite und den Einfluss nachhaltiger Innovationen zu maximieren und die gesamte Branche in Richtung Nachhaltigkeit zu transformieren.

Interview mit Katrin Oeding, Studio Oeding

Katrin Oeding, Studio Oeding

Katrin Oeding ist Gründerin und CEO der internationalen Designagentur Studio Oeding. Ihre Philosophie: Design ist eine strategische Unternehmensaufgabe, ein grenzenloser Erfolgsfaktor und muss immer einem ganzheitlichen Konzept im kompletten Entwicklungsprozess folgen – von der Idee bis zur Markteinführung. Mit ihrem Label WILDPLASTIC® führt sie „wildes Plastik“ zurück in den Kreislauf. „Wildes Plastik“ sind jene Kunststoffprodukte, die nach der Benutzung nicht in einem Recyclingkreislauf landen, sondern in der Umwelt entsorgt werden. Das wilde Plastik liegt sowohl auf illegalen Mülldeponien als auch im Stadtbild und in der Natur. In der Regel landet es zuerst auf dem Festland und gelangt von dort aus in Gewässer. Katrin Oedings Label hat Wege gefunden, dieses wertvolle Material mehrfach nutzen zu können.

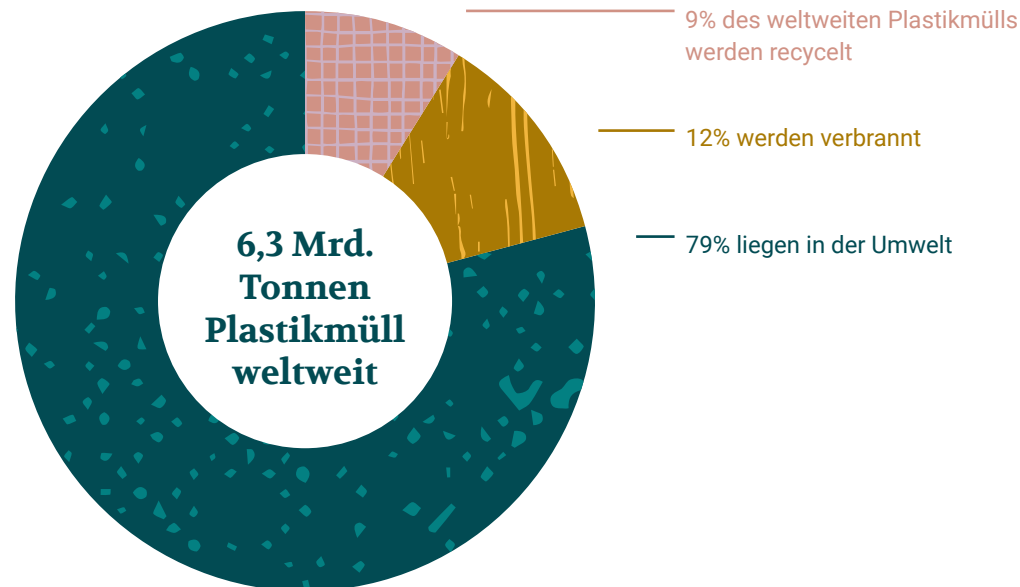
Katrin Oeding war Teil der Jury im Creative Lab #7 Kreislaufwirtschaft.

Katrin, wie holt ihr „wildes Plastik“ zurück in den Kreislauf?

Katrin Oeding

Wir haben die weltweit einzige Lieferkette für wildes Plastik aufgebaut und holen gemeinsam mit unseren lokalen Partner*innen kontinuierlich wildes Plastik aus der Umwelt zurück in den Recyclingkreislauf. Wir sind derzeit in Indien, Indonesien, Thailand und dem Senegal aktiv. In der Zusammenarbeit achten wir darauf, dass die Arbeitsbedingungen von Sammler*innen verbessert werden. Weiterverarbeitet wird das wilde Plastik anschließend in Europa. Unter unserem Label gibt es mittlerweile neben unseren Mülltüten, den sogenannten Wildbags, auch Versandtaschen. Mit Otto, Hermes Germany oder dem BVB haben wir dafür bereits große Unternehmen als Kund*innen gefunden und es werden immer mehr.

Gerade im Designbereich finden sich viele Vorreiter*innen bei der Umsetzung der Kreislaufwirtschaft. Dennoch ist auch hier noch viel zu tun. Was sind deiner Meinung nach die größten Hindernisse, die andere Kreative davon abhalten, zir-



kuläre Produkte oder Dienstleistungen zu entwickeln?

Katrin Oeding

Die Magie passiert für mich in der Umsetzung. Ein konsequentes und konsistentes nachhaltiges Design eines Produktes ist für mich nur gelungen, wenn es sowohl in der Theorie (also als Konzept) als auch in der Praxis (also in Hinblick auf Produktion und Logistik) wirklich funktioniert. Ich bin manchmal überrascht, wie sehr Designer*innen die beiden Bereiche trennen. Design ist für mich eine strategische Unternehmensaufgabe, die in alle Bereiche eines Unternehmens hineinwirkt.

Ich beispielsweise entwickle kreislauffähige Produkte für Unternehmen. Bevor ich ein Scribble oder Layout entwerfen kann, muss ich diese Unternehmen verstehen. Das bedeutet, es kommen eine Million zusätzlicher Fragen auf mich zu, mit denen ich mich auseinandersetzen muss. Das kann gegebenenfalls von Designer*innen als weiteres Hindernis wahrgenommen werden. Fragen sind zum Beispiel: Wer arbeitet innerhalb der Lieferkette des Unternehmens mit wem und warum

zusammen? Auf welchen Anlagen werden welche Produkte produziert? Wie werde ich bei der Verpackung den Anforderungen an Ästhetik, Kommunikation und Logistik gerecht? Wie viel Verpackung bedarf es?

Daneben ist es auch wichtig zu wissen, wie veränderungsbereit und -fähig die Unternehmen sind. Denn auch wenn ich transformationsbereit bin, bedeutet es nicht, dass sie es gleichermaßen sind. Und natürlich ist auch die Frage: Mit welchem Unternehmen habe ich es zu tun? Handelt es sich um ein fortschrittliches Unternehmen, das die Prinzipien und Prozesse der Kreislaufwirtschaft verinnerlicht hat und kontinuierlich daran arbeitet, das bestmögliche Ergebnis zu erzielen? Oder erleben meine Kund*innen (die Unternehmen) so viel Druck vom Markt und den End-Konsument*innen, dass sie deshalb Veränderung anstreben? Ist eher ihre Motivation, durch Produkte mit innovativen Inhaltsstoffen und Verpackungen, gerechten Arbeitsbedingungen und durchdachter Logistik wirklich Teil der Kreislaufwirtschaft zu werden und so markentreue End-Konsument*innen begeistern zu können? Danach richtet sich natürlich der Startpunkt und die Struktur



der Zusammenarbeit zwischen mir als Designerin und den Unternehmen aus.

Um die Transformation der Branche weiter voranzutreiben, bräuchte es meiner Ansicht nach mehr Menschen, die Design lieben und sich – angetrieben von Neugier und einem entsprechenden Bewusstsein – für eine nachhaltige Welt einsetzen. Es braucht mehr Menschen, die es schaffen, Unternehmen aus tiefer Überzeugung für die Notwendigkeit der Veränderung zu begeistern, aber auch Lösungen, Ideen, Kontakte und Erfahrungen mitbringen, um Ideen zu realisieren. Gesetze und Regularien sind viele vorhanden, doch wir brauchen in unserer Branche mehr Aufklärung, mehr Anwender*innen und Best Practices, die zeigen, dass es gehen kann, um die Hemmschwelle auch bei weiteren Designer*innen zu senken und sie ebenfalls zu motivieren, loszulegen.

Abgesehen von den gesellschaftlichen und ökologischen Vorteilen – siehst du noch andere Potenziale, die die Kreislaufwirtschaftstransformation für die Kultur- und Kreativwirtschaft (oder explizit die Designwirtschaft) bietet?

Katrin Oeding

Der Vorteil der Transformation in Richtung Kreislaufwirtschaft liegt in der Standardisierung und Harmonisierung. Wenn sich alle Unternehmen der Branche auf einen Standard an Maßnahmen für mehr Kreislaufwirtschaft einigen und sich zur Umset-

Nur gemeinsam geht es vorwärts

Erkenntnisse aus den Fachgesprächen im Rahmen des Kreislaufwirtschaftskongresses des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes

Der Creative Impact der Kultur- und Kreativwirtschaft nimmt viele Formen an. Die Branche hat längst innovative Ansätze für zirkuläres Wirtschaften entwickelt, die weit über die Designperspektive hinausgehen, etwa in der Prozessentwicklung, bei zukunftsweisenden Geschäftsmodellen und Produkten. Diese Ansätze sind auch auf andere Branchen übertragbar und spielen eine entscheidende Rolle bei der Förderung eines Wertewandels hin zu einer zirkulären Gesellschaft. Das waren die zentralen Erkenntnisse, die Besucher*innen aus dem Kreislaufwirtschaftskongress der Kultur- und Kreativwirtschaft „Zirkulär in die Zukunft“ am 7. November 2023 mit nach Hause nahmen, der die Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft für die Transformation zu einer zirkulären Gesellschaft beleuchtete.

Der Kongress fokussierte sich auf drei Hauptthemen: 1. die Kreislauffähigkeit der Kultur- und Kreativwirtschaft, 2. die Branche als Probelabor für Lösungsentwicklung und deren Transfer in andere Wirtschaftszweige sowie 3. der Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Nationalen Kreislaufwirtschaftsstrategie (NKWS).

Ein Gedanke, der sich in allen Themenbereichen wiederfand, war, dass cross-sektorale Vernetzung und kontinuierliche Zusammenarbeit wichtige Impulse setzen, um notwendige Veränderungsprozesse in Unternehmen anzustoßen. Expert*innen und Stakeholder*innen betonten bei dem Kongress die Notwendigkeit struktureller Veränderungen wie flexibler finanzieller Anreize und verstärkter Interessenvertretung, um das Potenzial der Kultur- und Kreativwirtschaft voll auszuschöpfen und ein innovationsförderndes Ökosystem zu schaffen.

Die zweite zentrale Erkenntnis war, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft im Verbund mit anderen Branchen und der Wissenschaft (als Probelabor?) ihren Impact und ihr Innovationspotenzial vergrößern kann – sowohl als Impulsgeberin als auch durch die Skalierung vorhandener Lösungen. Durch ihre Fähigkeit, nachhaltige Lösungen zu entwickeln, gesellschaftliche Veränderungen zu fördern und Innovationen hervorzubringen, kann die Kultur- und Kreativwirtschaft eine Schlüsselrolle bei der Umsetzung der Nationalen Kreislaufwirtschaftsstrategie spielen. Doch wie kann der Creative Impact der Branche noch vergrößert werden?

DIE KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT ALS TRANSFORMATIONSTREIBERIN BRAUCHT MEHR POLITISCHEN WILLEN

Die Teilnehmenden des Kongresses aus Wirtschaft und Wissenschaft betonten nicht nur das Potenzial der Kultur- und Kreativwirtschaft für die Erreichung der Ziele. Sie machten auch klar, dass politische Unterstützung und geeignete Rahmenbedingungen notwendig sind, um sowohl die Kreislauffähigkeit innerhalb der Branche selbst als auch den Impact der Kultur- und Kreativwirtschaft für das zirkuläre Wirtschaften zu fördern. Finanzierungsschwierigkeiten sowie bestehende Regularien stünden oft innovativen Ideen im Wege. Initiativen wie das geplante Reallaborgesetz (englisch: „regulatory sandboxes“), so etwa der Parlamentarische Staatssekretär Michael Kellner (Ansprechpartner der Bundesregierung für die Kultur- und Kreativwirtschaft, BMWK), sollen zukünftig regulatorische Freiräume schaffen und die Umsetzung von Innovationen erleichtern. Gleichzeitig benötige die Kultur- und Kreativwirtschaft weiterhin politische Aufmerksamkeit, zum Beispiel in Form besserer Rahmenbedingungen, um ein Innovationsökosystem zu schaffen, das Kreativunternehmer*innen die nötigen Anreize bietet.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft bietet nicht nur innovative Lösungen, sondern hat eine impulsgebende Rolle, so die Parlamentarische Staatssekretärin Dr. Bettina Hoffmann (Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz – BMUV). Sie betonte die Dringlichkeit eines Perspektivwechsels in der Art und Weise, wie wir wirtschaften, und die Notwendigkeit wirkungsvoller Ideen, die aktiv verbreitet werden müssen, um den Weg zur Zirkularität zu erleichtern. Kreative Ansätze können Veränderungen anstoßen, die auch in anderen Branchen adaptiert werden können und somit zur umfassenden Umsetzung der Kreislaufwirtschaft beitragen. Die Parlamentarische Staatssekretärin Dr. Hoffmann hob die Innovationskraft der Kultur- und Kreativwirtschaft als bedeutendes branchenübergreifendes Instrument hervor und forderte die Akteur*innen der Branche dezidiert auf, sich bei der Entwicklung und Umsetzung der Nationalen Kreislaufwirtschaftsstrategie einzubringen. Das Thema müsse interdisziplinär betrachtet werden und nach der Einbindung von hunderten Verbänden und Expert*innen solle auch die Kultur- und Kreativwirtschaft eine Stimme bekommen. Dafür sind politische Rahmenbedingungen und gemeinsame Standards notwendig. Die Kultur- und Kreativwirtschaft könne Entscheidungsträger*innen anschauliche Beispiele und greifbare Geschichten

liefern, die notwendig sind, um Veränderungsprozesse anzustoßen.

BEST PRACTICES UND BEISPIELE

Auf dem Kongress wurden zahlreiche konkrete Beispiele für zirkuläres Wirtschaften in der Kultur- und Kreativwirtschaft vorgestellt. In der Veranstaltungsbranche wurden nachhaltige Maßnahmen wie die Nutzung von Ökostrom, nachhaltiges Catering und an Veranstaltungstickets gekoppelte ÖPNV-Angebote diskutiert. In der Modebranche wurden Ansätze wie Zero-Waste-Kollektionen und die Wiederverwendung von Stoffen präsentiert. Im Produktdesign wurden innovative Materialien und nachhaltige Geschäftsmodelle vorgestellt und deren Weiterentwicklung und Potenziale diskutiert.

MEHR KOOPERATION ZWISCHEN MITTELSTAND UND KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

Wie groß das Interesse unterschiedlichster Akteur*innen und Stakeholder*innen ist, die wirtschaftliche Entwicklung hin zu einer ressourcensparenden und klimaneutralen Kreislaufwirtschaft zu fördern, zeigte sich auch am großen Engagement der Teilnehmenden des Kongresses, die aus sehr unterschiedlichen Bereichen zusam-

mengekommen waren. Im Rahmen des Kongresses fand der Round Table „Kooperationen zwischen Kreativwirtschaft und Mittelstand auf dem Weg zur Kreislaufökonomie“ statt, bei dem sich über dreißig Unternehmer*innen und Expert*innen aus Wirtschaft, Politik, Verwaltung und Wissenschaft einfanden, um über Erkenntnisse, Bedarfe und konkrete Empfehlungen zu diskutieren.

Dabei wurde betont, dass es nicht an Wissen über Kreislaufwirtschaft fehlt, sondern daran, dieses Wissen in die praktische Umsetzung zu bringen. Trotz zahlreicher Strategien auf Bundesebene mangle es an konkreten Handlungen. Kontinuierlicher Austausch und interdisziplinäre Vernetzung unter Stakeholder*innen verschiedener Sektoren seien daher unerlässlich. Neue Netzwerke und Diskussionsräume mit Nähe zur Politik – wie der Round Table beim Kongress – würden helfen, diese Verbindungen zu stärken und Wissen sektorenübergreifend auszutauschen. Sie können ganz konkret wichtige neue Synergien für die Konzeption von Reallaboren und Innovationsbündnissen anstoßen und bieten für die Vielseitigkeit und Komplexität des Themas die notwendige professionelle Breite.

Dossier „Kreislaufwirtschaft in der Kultur- und Kreativwirtschaft“ (2023)

Die Kultur- und Kreativwirtschaft nimmt in der Kreislaufwirtschaft drei verschiedene Rollen ein:

1. Anwenderin

Die Kultur- und Kreativwirtschaft erschafft Produkte und Dienstleistungen, die mit den Prinzipien der Kreislaufwirtschaft übereinstimmen und stellt Geschäftsmodelle auf zirkuläres Wirtschaften um.

2. Enablerin

Die Kultur- und Kreativwirtschaft befähigt andere Branchen dazu, zirkuläres Wirtschaften anzuwenden. Der Designwirtschaft kommt an dieser Stelle eine besonders wichtige Rolle zu.

3. Multiplikatorin

Viele Teilmärkte (unter anderem Games-, Presse-, Werbe-, Film- oder Buchmarkt) haben eine Multiplikatoren- und Vermittlerfunktion und sorgen dafür, dass die Kreislaufwirtschaft auch in anderen Bereichen breitere Anwendung findet.

Auch wenn die Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft bei der Umsetzung der Kreislaufwirtschaft unterschiedlich weit sind, gibt es doch in allen Teilmärkten Kreativschaffende und Kultur- und Kreativwirtschaftsunternehmen, die einen Beitrag zu den drei Grundprinzipien der Kreislaufwirtschaft „Vermeiden“, „Intensivieren“ und „Wiederverwenden“ leisten. Welche Auswirkungen neue rechtliche Standards wie der Circular economy action plan (CEAP) auf die Kreislauffähigkeit der Kultur- und Kreativwirtschaft haben und welche Förderungen es gibt, beleuchtet unser wissenschaftliches Themendossier.

Zum Dossier





3

Creative Lab #7

Kreislaufwirt- schaft

Was ist ein Creative Lab?

Die Creative Labs sind temporäre Innovationsorte, die das Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes mehrmals im Jahr einrichtet. In den Creative Labs arbeiten vier bis sechs ausgewählte Teams mehrere Monate an ihren **Innovationsprojekten** (den „Risky Projects“). Alle beschäftigen sich mit einem bestimmten Thema, das mit gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und/oder politischen Herausforderungen verknüpft ist, zum Beispiel Strukturwandel, Klimakrise, strukturelle Diskriminierung oder Digitalisierung.

Das Kompetenzzentrum gibt den Teams mit den Creative Labs einen **Experimentierraum** für die Neu- und Weiterentwicklung ihrer innovativen Produkt- oder Geschäftsideen und unterstützt sie mit Workshops, Mentoring, einem interdisziplinären Netzwerk und Budget. Dabei verfolgt das Kompetenzzentrum – neben der Unterstützung der Risky Projects – das Ziel, Erkenntnisse darüber zu erhalten, wie **branchenübergreifende Innovationsprozesse** (Cross Innovation) mit der Kultur- und Kreativwirtschaft funktionieren können und welche Rahmenbedingungen kreative Projekte benötigen, um eine **nachhaltig innovative Wirkung** zu zeigen. Auf diese Weise setzt das Kompetenzzentrum seit 2020 Impulse für ergebnisoffene Innovationen mit der Kultur- und

Kreativwirtschaft.

Herzstück der Creative Labs sind die Risky Projects. Der Begriff *Risky Project* steht wörtlich für riskantes Projekt und beschreibt die Innovationsprojekte innerhalb des Creative Labs. Mit Methoden und Akteur*innen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft werden neue Ansätze, Services und Prototypen entwickelt, die sich mit den aktuellen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Herausforderungen des jeweiligen Labs auseinandersetzen. Riskant sind sie deshalb, weil der Innovationsprozess ergebnisoffen gestaltet ist. Die Creative Labs schaffen den Rahmen und die Struktur für Tests, Anpassungen und Neuausrichtung der Risky Projects. Die Creative Labs bringen so nicht nur ein interdisziplinäres Netzwerk zusammen, sondern bieten auch Experimentierräume für wünschenswerte Zukünfte mit der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Das Creative Lab #7 Kreislaufwirtschaft

Das Creative Lab das CL #7 ist eng verknüpft mit dem aktuellen Entstehungsprozess der Entstehungsprozesses der Nationalen Kreislaufwirtschaftsstrategie (NKWS). Es baut auf den Erkenntnissen des Kreislaufwirtschaftskongresses auf, den das Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft am 7. November 2023 veranstaltet hat und der sich mit der Frage beschäftigte, welchen Beitrag die Kultur- und Kreativwirtschaft zur Transformation hin zu einem zirkulären System leisten kann. Mit dem Creative Lab #7 schaffte das Kompetenzzentrum nun einen konkreten Erfahrungs- und Erprobungsraum.

Der Fokus lag dabei auf dem Prototyping unternehmerischer Ideen: Fünf Projektteams arbeiteten drei Monate lang daran, ihre Produkte, Services und zirkulären Geschäftsmodelle im Creative Lab weiterzuentwickeln. Dabei erhielten sie finanzielle Unterstützung und wurden von erfahrenen Mentor*innen begleitet. Im Mittelpunkt standen kreativwirtschaftliche Ansätze wie Farbstoffe aus Pilzen oder zirkuläre Raumsysteme. Zuvor wurden die Teams von einer dreißigköpfigen, hochkarätig besetzten Jury aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Verwaltung aus 150 Bewerbungen ausgewählt.

Akteur*innen der Kultur- und Kreativwirtschaft sind Übersetzer*innen aktueller

gesellschaftlicher, politischer und wirtschaftlicher Herausforderungen. Mit Methoden wie Design Thinking, Storytelling, Gamification oder Co-Creation entwickeln sie neue Lösungen für komplexe Sachverhalte. Das Creative Lab #7 hatte zum Ziel, einen interdisziplinären Gestaltungsraum zu schaffen, in dem die Projektteams ihre kreislaufwirtschaftlichen Ideen weiterentwickeln und skalieren konnten. Gleichzeitig wurde auf diese Weise das Potenzial der Branche sichtbar gemacht und ein Nährboden für die Positionierung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Nationalen Kreislaufwirtschaftsstrategie geschaffen.

Die Umsetzungspartner*innen

Das Creative Lab #7 wurde vom Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz konzipiert und umgesetzt. Als Umsetzungspartnerin begleitet NEW STANDARD.STUDIO GmbH das Kompetenzzentrum bei der Durchführung des Creative Labs. Im Mentoring wurde das Creative Lab #7 Kreislaufwirtschaft von der Identitätsstiftung GmbH begleitet.

NEW STANDARD.S

NEW STANDARD.S ist eine Agentur für Nachhaltigkeitsberatung und -kommunikation und hat sich auf die Kreislaufwirtschaft und ihre vielfältige Akteur*innenlandschaft spezialisiert. Die große Gemeinschaftsaufgabe – ein neues Wirtschaften – und das damit verbundene Neudenken und Andersmachen von Produktion bis Kommunikation begeistert das Team aus Nachhaltigkeitsberater*innen, Strateg*innen und Designer*innen.

Mehr erfahren: www.newstandard.studio

Identitätsstiftung

Die Identitätsstiftung entwickelt Organisationen in die Welt von morgen. Sie begleitet, berät und befähigt Organisationen im Wandel, gestaltet Prozesse und Kommunikation und liefert Impulse und Denkanstöße. Von Berlin und Hannover aus arbeitet die Identitätsstiftung bundesweit mit einem festen Team von Expert*innen aus unterschiedlichen Fachrichtungen sowie einem großen Netzwerk an Kooperationspartner*innen.

Mehr erfahren: www.identitaetsstiftung.de



Maximilian Mauracher
Geschäftsführer
NEW STANDARD.S

„Als Designer weiß ich um die Innovationskraft der Kultur- und Kreativwirtschaft. Das Creative Lab #7 und seine fünf Risky Projects, aber auch die vielen spannenden Ideen im Open Call, haben gezeigt, dass unsere Welt von morgen an ganz vielen kleinen Stellen schon heute Realität ist. Die Risky Projects an den Herausforderungen des aktuellen Systems wachsen zu sehen, hat unser ganzes Team inspiriert.“



Lorenz Ottilinger
Wirtschaftsethiker
& Organisationsbegleiter
Identitätsstiftung

„Als Mentoren hatten wir die Gelegenheit, die Teams aus nächster Nähe zu begleiten. Besonders spannend war dabei zweierlei: Einerseits der Brückenschlag zwischen den Methoden und Prinzipien der systemischen Organisationsentwicklung und den zirkulären Geschäftsmodellen der Teams; andererseits der Aufbau nützlicher Beziehungen zwischen den Teams und Unternehmen unterschiedlicher Branchen.“

OKTOBER

Startpunkt

Analyse & Netzwerkaufbau

NOVEMBER

Deep Dive

Auftakt „Kreislaufwirtschaftskongress der Kultur- und Kreativwirtschaft“

NOVEMBER
- JANUAR

Open Call

Bewerbungsphase
Projektpitches
Auswahl der Team

FEBRUAR

Kick-Off

mit Themeninputs &
Awareness-Training

FEBRUAR
- JUNI

Prototyping

Arbeit an den Projektideen
Mentoring

JULI

Finale

Präsentation der
Ergebnisse

AUGUST

Doku

Dokumentation der Learnings
& des Creative Impacts

Kick-Off

am 21.02.2024
im Kompetenzzentrum Kultur- und
Kreativwirtschaft des Bundes, Berlin

Beim Kick-off im Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes kamen die Teams erstmalig zusammen, diskutierten ihre Pläne und Ziele und steckten den Rahmen für die nächsten drei Monate. Lorenz Ottilinger (Identitätsstiftung) setzte dafür einen passenden inhaltlichen Impuls: Mit einem Workshop unter dem Titel „Kreislaufwirtschaft ist die Antwort, aber was war nochmal die Frage?“ konnten sich die Teams im Raum verorten und für sich identifizieren, welche der drei Aspekte Innovation, Nachhaltigkeit und Kosteneinsparung sie am Thema Kreislaufwirtschaft besonders antreiben und interessieren. Im Anschluss brachte jedes Team mit Bildern und Materialien ihre Organisation zum Ausdruck. Die entstandenen aufschlussreichen Figuren, Collagen und Zeichnungen, die viel über die Ambitionen der Teams und ihren Status Quo verrieten, verdeutlichten, wie der Workshop ihnen geholfen hatte, das Bild der eigenen Unternehmung zu schärfen.





Schulterblick

am 05.04.2024
im Impact Hub, Berlin

Im Rahmen der Dialogwerkstatt beim Schulterblick des Creative Lab #7 Kreislaufwirtschaft erhielten Gäste aus dem Netzwerk des Creative Labs, Expert*innen aus der Kreislaufwirtschaft und der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie die interessierte Öffentlichkeit exklusive Einblicke in die Arbeit der fünf Projektteams. Neben dem Blick zurück auf die erste Hälfte des Creative Labs schauten die Risky Projects und Teilnehmenden des Schulterblicks auch nach vorne – und konnten erfahren, warum zirkuläres Wirtschaften vor allem zirkuläres Denken braucht.

Am Vormittag setzten sich die Projektteams im Peer-Learning intensiv mit ihren aktuellen organisatorischen Herausforderungen und der effektiven Kommunikation ihres Creative Impacts auseinander. Zum Einklang auf das komplexe Thema Kreislaufwirtschaft forderte am Abend Eveline Lemke, CEO von Thinking Circular und Stellvertretende Ministerpräsidentin von

Rheinland-Pfalz a. D., die Gäste zu einem „etwas anderen Schulterblick“ auf und betonte neben der wichtigen Funktion von Innovation auch Werte und Prinzipien als Leitplanken für die Transformation und zirkuläres Wirtschaften. In ihrer Keynote ging es nicht nur um Hebel und Anreize für die Veränderung, sondern darum, was es ganz konkret von allen braucht, um auf künftige Herausforderungen – und auch Risiken – vorbereitet zu sein.

Die fünf cross-innovativen Teams präsentierten im Anschluss die Ansätze ihrer eigenen Projekte und einen Zwischenstand nach einem Monat im Creative Lab #7, bevor sie mit den Gäst*innen zu ganz spezifischen Fragestellungen rund um ihre Prototypen in den Austausch gingen. So erhielten sie wertvolles Feedback und Input verschiedenster Expert*innen, um ihre Risky Projects in den kommenden Wochen weiter voranzutreiben.





Finale

am 11.07.2024
im silent green Kulturquartier, Berlin

Mitte Juli fand das Creative Lab #7 seinen Abschluss. An fünf Round Tables am Nachmittag tauschten sich die Teams mit Expert*innen über die Weiterentwicklung ihrer Produkte, Prozesse und Geschäftsmodelle aus. Hier wurde die Erkenntnis aus dem Kreislaufwirtschaftskongress erneut angewendet, dass der interdisziplinäre Austausch, ermöglicht durch Perspektiven aus Kultur- und Kreativwirtschaft, Entsorgungswirtschaft, Industrie, Wissenschaft, Politik und Verwaltung, ganz besonders fruchtbar ist.

Am Abend berichteten die Teams in ihren Abschlusspräsentationen von einem erheblichen Schub in ihrer Sichtbarkeit, der Anbahnung von Kooperationen und ihrer persönlichen Weiterentwicklung durch das Creative Lab. Beim entspannten Ausklang hatten die Besucher*innen die Gelegenheit, die Prototypen kennenzulernen, die in einem vom Projektteam ZIRKULAAR entworfenen und umgesetzten zirkulären Ausstellungssystem präsentiert wurden, und mit den Teams ins Gespräch zu kommen.



Die fünf Risky Projects

ZIRKULÄRE STRATEGIEN STEHEN IM FOKUS DES CREATIVE LAB #7

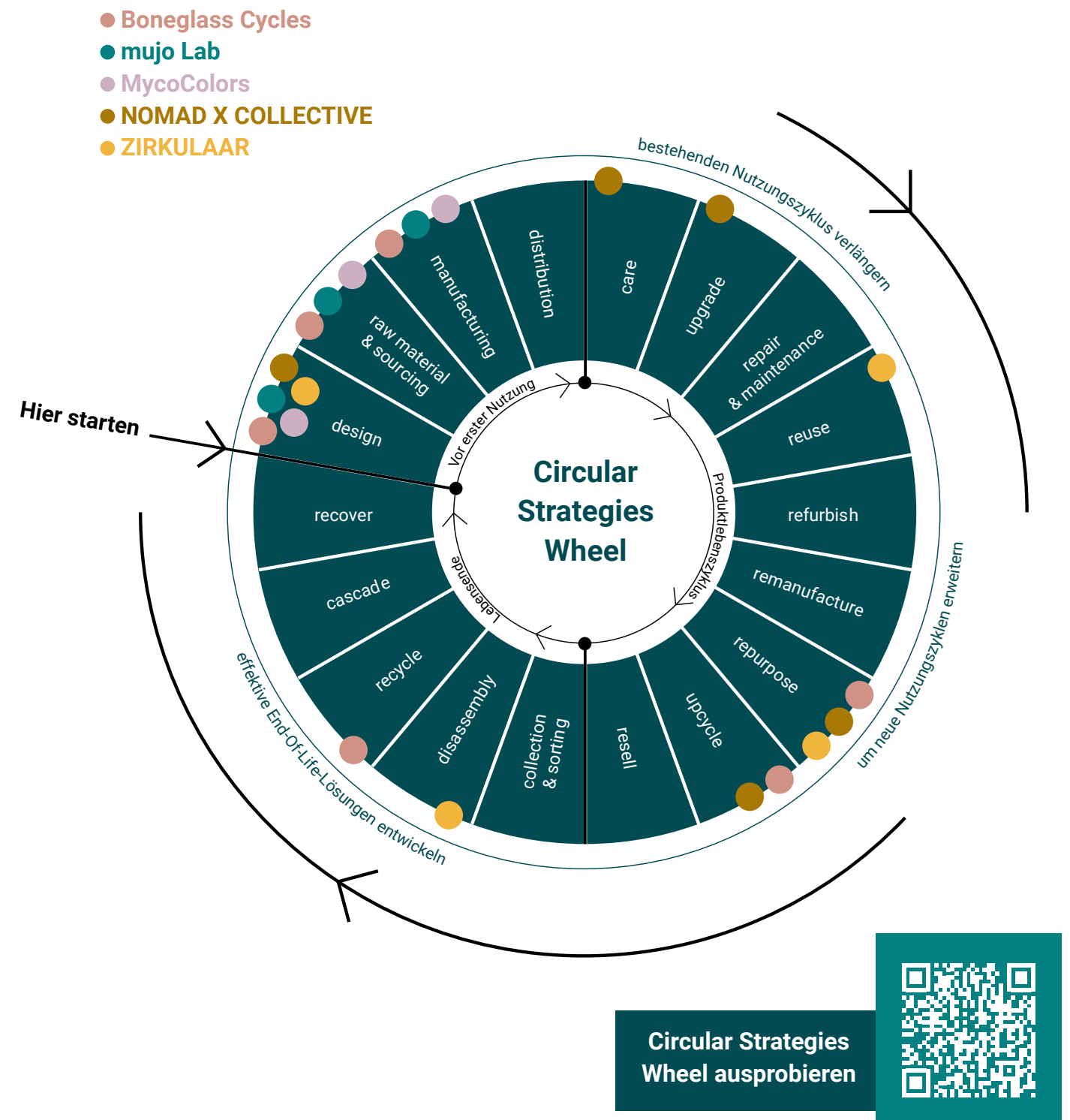
Das deutsche Wort Kreislaufwirtschaft bezieht sich vor allem auf das Trennen, die Entsorgung und das Recycling von Abfällen. Im Creative Lab #7 wurde dieser Begriff in Anlehnung an den englischen Begriff ‚Circular Economy‘, also zirkuläres Wirtschaften, weiter gefasst. Dadurch wird nicht nur der Abfallkreislauf berücksichtigt, sondern das gesamte Produktsystem einbezogen. Darüber hinaus wurden im Creative Lab auch Creative Impact-Ansätze einbezogen, die ein notwendiges Umdenken im Wirtschaften in Richtung Werteorientierung und Gemeinwohl fördern. Im Mittelpunkt stehen durchdachte Kreisläufe, die mit dem Design von Produkten, Services oder Geschäftsmodellen beginnen. Der Innovationsprozess konzentriert sich dabei auf die Frage nach den Nutzungsszenarien der Idee sowie auf die Entwicklung eines zirkulären und gleichzeitig nachhaltigen Modells.

Das Circular Strategies Wheel des Danish Design Center geht über die Punkte „Refuse“, „Rethink“, „Reduce“ & Co. der 10-stufigen R-Leiter, auf die sich der erste Entwurf der Nationalen Kreislaufwirtschaftsstrategie (Juni 2024) bezieht, hinaus und veranschaulicht zirkuläre Strategien entlang des gesamten Lebenszyklus eines Produkts oder einer Dienstleistung.

In drei Phasen gegliedert zeigt das Rad, an welcher Stelle Geschäftsmodelle oder Innovationen ansetzen können, um Kreisläufe zu schließen.

- Der Lebenszyklus beginnt mit dem Design, gefolgt von der Auswahl und dem Einkauf von Rohstoffen sowie der Produktion. In all diesen Schritten liegt bereits erhebliches Potenzial, zirkuläre Ansätze zu integrieren, wobei das Design den größten Einfluss auf die Kreislauffähigkeit hat.
- Über den Produktlebenszyklus hinweg reduziert sich zwar grundsätzlich der Wert des Produktes, aber mithilfe von kreislauffördernden Strategien wie Reparatur, Upcycling oder Weiterverkauf kann zusätzliche oder neue Wertschöpfung kreiert werden.
- Am Ende des Lebenszyklus steht bisher häufig nur das Recycling – um jedoch eine echte Kreislaufwirtschaft zu verwirklichen, sind vorgelagerte Schritte erforderlich, um die Materialien im Kreislauf zu halten. Zentrale Maßnahmen hierfür sind Erfassung, Sortierung und Demontage von Abfällen / Produkten.

Die fünf Risky Projects kommen an verschiedenen Punkten von Produktlebenszyklen ins Spiel und gestalten so die Umsetzung einer zukunftsfähigen und nachhaltigen Kreislaufwirtschaft mit.





Boneglass Cycles

BESCHREIBUNG

Das „Boneglass“ ist ein ästhetisch anspruchsvolles, zu 100 Prozent recyceltes Material und kann in der Bauindustrie und Designbranche eingesetzt werden. Es besteht aus Glasschleifschlamm aus der Fensterglas-Industrie und ungenutzten Tierknochen aus der Fleischindustrie. Das Verfahren zur Nutzung dieser Abfallressourcen hat lange Tradition und wurde vom Projektteam wiederentdeckt. Ziel ist es, es für die heutige Zeit anzupassen, um Produktionsstrukturen in der Glasindustrie kreislauffähig und energieärmer zu gestalten.

TEAM

Ella Einhell (sie/ihr)

MEIN GRÖSSTES LEARNING

Ein klarer Fokus ist der Schlüssel

MEIN INSIGHT AUS DEM ROUNDTABLE

Jedes Produkt und Material muss am Ende einen klaren Kundennutzen erfüllen. Die Nutzung von Abfallmaterialien ist in Anbetracht der Ressourcenknappheit entscheidend, aber es reicht nicht immer aus, einfach Abfälle zu verwenden. Insbesondere bei innovativen Materialien ist es wichtig, die besonderen Eigenschaften klar zu definieren und zu kommunizieren. Das Material muss nicht nur funktional, sondern auch wirtschaftlich konkurrenzfähig sein. Zudem müssen die potenziellen Vorteile und Alleinstellungsmerkmale deutlich gemacht werden, um Vertrauen bei Investor*innen und Nutzer*innen zu schaffen und die komplexen Zulassungsprozesse zu rechtfertigen.

MEIN WUNSCH AN DIE POLITIK

Dass Regularien überarbeitet werden, um sicherzustellen, dass auch klein- und mittelständische Unternehmen bei der Kreislaufwirtschaft eine große Rolle spielen können.

MEIN NÄCHSTER SCHRITT

Ganz viele kleine organisatorische Schritte!

Inwiefern konntest du dich und dein Projekt durch deine Teilnahme am Creative Lab #7 anders aufstellen?

Das Creative Lab #7 habe ich genutzt, um ein unvergleichliches Netzwerk aufzubauen. Besonders als allein arbeitende Unternehmerin war der Austausch mit anderen Teams unglaublich wertvoll. Die Mentor*innen und Events, bei denen Expert*innen und andere Unternehmer*innen aus der Kreativwirtschaft und anderen Branchen zu verschiedenen Themen eingeladen wurden, waren ebenfalls sehr hilfreich. Die Gespräche an meinem Round Table mit Expert*innen beim Finale haben mir weitergeholfen, da ich diese Kontakte anderweitig nie hätte knüpfen können.

Du als Unternehmerin aus der Kultur- und Kreativwirtschaft – hat sich dieses Bild von dir selbst für dich in den letzten Monaten verändert? Wo bist du auf Herausforderungen gestoßen oder hast Fortschritte gemacht?

In den letzten Monaten hat sich mein Bild von mir als Unternehmerin absolut verändert. Ich muss vor allem meine Rolle für die nächsten Jahre überdenken. Meine nächsten Schritte sind jetzt viel strategischer ausgerichtet und auf ein klares Ziel fokussiert – das hat mir vor dem Creative Lab gefehlt!

Dein Risky Project hat im Verlauf auch ethische Fragen aufgeworfen – wie ist es für dich, mit deinem Projekt so unterschiedliche Reaktionen hervorzurufen?

Ich versuche, die ethische Thematik so oft wie möglich anzusprechen. Viele raten mir dazu, das Projekt umzubenennen und nicht jedem offen zu sagen, dass es Knochen enthält. Das finde ich aber falsch. Nur mit allen Karten offen auf dem Tisch kann man diese wichtige Problematik der Fleischindustrie angehen. Ich würde mich noch mehr freuen, wenn Leute mit anderer Meinung den Mut hätten, mit mir in den Dialog zu treten. Es gibt so viele Aspekte zu beachten, und auch ich lerne immer dazu.



mujō lab

BESCHREIBUNG

Das mujō lab stellt innovative Verpackungen aus Braunalgen her. Hier verbinden sich Chemie- und Verfahrenstechnik mit Materialdesign für mehr Zirkularität: Da die Braunalgen im Meer wachsen, brauchen sie keine Ackerfläche und binden dabei sogar noch CO₂. Gleichzeitig lassen sie sich zu transparenten Materialien verarbeiten, die auch visuell Geschichten erzählen und nach Gebrauch direkt biologisch abgebaut werden.

TEAM

Annekathrin Grüneberg (sie/ihr)
Juni Neyenhuys (sie/ihr)
Katharina Kremer (sie/ihr)

UNSER GRÖSSTES LEARNING

Der direkte Austausch und die Zusammenarbeit mit Kund*innen ist unfassbar wichtig.

UNSER INSIGHT AUS DEM ROUNDTABLE

Insight aus dem Round Table: Biobasierte Materialien als zirkuläre Lösung sind für die aktuellen Entsorgungslösungen nur bedingt geeignet – dafür braucht es ein großes systemisches Umdenken: bei Produzent*innen, Inverkehrbringenden aber auch Konsument*innen.

UNSER WUNSCH AN DIE POLITIK

Dass Regularien überarbeitet werden, um Die Kunststoffindustrie sollte die externen Kosten, wie Umweltverschmutzung und gesundheitliche Belastungen, die derzeit von der Gesellschaft getragen werden, selbst übernehmen. Denn wenn der Preis für Kunststoff auf diese Weise die tatsächlichen Kosten widerspiegeln würde, wäre er bis zu zehnmal so hoch wie der aktuelle Marktpreis. Dies würde es ermöglichen, dass alternative Materialien wie unsere wettbewerbsfähiger werden. telständige Unternehmen bei der Kreislaufwirtschaft eine große Rolle spielen können.

UNSER NÄCHSTER SCHRITT

Kund*innen finden für die Sichtfensterfamilie



Inwiefern konntet ihr im Creative Lab #7 Neues ausprobieren und experimentieren?

Für die Sichtfensterfamilie haben wir neue Klebstoffe getestet, um Karton und Algenfolie zu verbinden, und Prototypen erstellt. Verschiedene Methoden wurden erprobt, um die Folie weniger empfindlich gegenüber Wasserdampf zu machen und Verzug zu verhindern. In Zusammenarbeit mit B2B-Kund*innen mit Verpackungskonvertern führten wir Tests für die Entsorgungswege durch und verbesserten die Feuchtigkeitsbarriere erheblich – das ist wichtig, damit die Folie schwankenden Luftfeuchtigkeiten trotzen kann. Die Experimente zur Heißsiegelfähigkeit – also dass die Folie später nach dem Erhitzen am Papier hält – zeigten Erfolg, und wir fanden einen Partner für die kontinuierliche Produktion. Zu guter Letzt arbeiteten wir bei einem Round Table mit Stakeholder*innen an einer Entsorgungsinfrastruktur für biobasierte, biologisch abbaubare Materialien.

Ihr habt während des Creative Labs #7 aufgrund äußerer Faktoren euren ursprünglichen Kooperationspartner verloren – wie hat das die restliche Zeit im Creative Lab beeinflusst?

Durch die anfängliche Zusammenarbeit mit unserem Kooperationspartner konnten wir viel lernen und die gesammelten Erkenntnisse für die Sichtfensterfamilie gut nutzen. Dank der Entwicklung der Sichtfensterfamilie sind wir nun offen für viele potenzielle Kund*innen, was uns viel Freiheit gegeben hat. Nach dem Motto: Wo sich eine Tür schließt, öffnet sich eine neue.

Wenn ihr nochmal zurückblickt: Welche Momente und Meilensteine sind euch besonders in Erinnerung geblieben?

Besonders in Erinnerung geblieben sind uns der Schulterblick und die offenen und neugierigen Fragen der Teilnehmer*innen, das Kick-Off-Treffen, bei dem wir alle tollen anderen Projekt-Teams kennengelernt haben und uns über Hürden, Challenges und Learnings austauschen konnten. Zudem beeindruckten uns der offene Umgang des Teams des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes, wenn sich unsere Strategie änderte, sowie das Vertrauen in uns, dass wir die richtigen Entscheidungen treffen.



MycoColors

BESCHREIBUNG

Viele industriell eingesetzte Textilfarben sind synthetischen Ursprungs, basieren auf nicht nachwachsenden Erdölprodukten und wirken mitunter giftig auf Mensch und Natur. MycoColors erforscht pilzbasierte Farbstoffe als nachhaltige, einfach produzierbare und ungiftige Alternative. Das Projektteam verbindet Biochemie und Textildesign, um kreislaforientierte Produktionsmodelle für Farben und Textilien zu erschaffen, die lokal und global anwendbar sind. Dabei beziehen sie auch lokale Materialströme und die Nutzung landwirtschaftlicher Abfälle zur Kultivierung der Pilze ein.

TEAM

Friederike Hoberg (sie/ihr)
Birke Weber (sie/ihr)

UNSER GRÖSSTES LEARNING

Das Team Alignment ist fundamental wichtig!

UNSER INSIGHT AUS DEM ROUNDTABLE

Ohne die Bereitschaft der Industrie ist der Umbau des Systems und die Gestaltung zirkulärer Prozesse nicht möglich – es braucht daher starke Partner*innen oder gute Kontakte zur richtigen Stelle, auch wenn künftige Regularien Veränderungen dringender machen.

UNSER WUNSCH AN DIE POLITIK

Mehr Fördermöglichkeiten für alternative Startup-Modelle

UNSER NÄCHSTER SCHRITT

Eine erste Kleinserie unserer pilzgefärbten Textilien produzieren.

Wie hat das Creative Lab #7 euer Risky Project verändert?

Das Creative Lab hat unser Project maßgeblich beeinflusst und weiterentwickelt. Es hat uns dazu angeregt, bewusst als Team zu agieren und insbesondere die kreativ-unternehmerische Seite unseres Projekts auszuarbeiten. Der Austausch und das Mentoring-Programm haben dabei entscheidend geholfen.

Euer Projekt liegt ja an der Schnittstelle Wissenschaft/Forschung und Design – inwiefern hat euch das Creative Lab nun geholfen, auch eine unternehmerische Perspektive oder Komponente zu finden und zu verfolgen?

Das Creative Lab hat uns dabei geholfen, eine unternehmerische Perspektive für unser Projekt zu entwickeln. Es ist nicht so leicht, in den unterschiedlichen Feldern, in denen wir uns bewegen, einen klaren Durchblick zu behalten. Es gibt für unser Projekt ganz verschiedene Möglichkeiten für zukünftige Geschäftsfelder. Durch das Mentoring, insbesondere die Schulterblick- und Round Table-Workshops, konnten wir eine klare Richtung für ein potenzielles Geschäftsmodell definieren.

Auf welche Herausforderungen seid ihr im Creative Lab gestoßen?

Eine zentrale Herausforderung ist die Kommunikation zwischen Wissenschaft und Design. Um „synchronisiert“ zu bleiben, erfordert es viel Aufmerksamkeit und einen kontinuierlichen Dialog. In einem jungen, noch wachsenden Team müssen die Arbeitsverteilung und das Bewusstsein, dass nicht alles alleine bewältigt werden muss, klar definiert und verstanden werden.





NOMAD X COLLECTIVE

BESCHREIBUNG

NOMAD X COLLECTIVE ist eine Plattform für nachhaltige und ethisch hergestellte Kleidung, die Endverbraucher*innen über die sozialen und die umweltbezogenen Auswirkungen der Textilindustrie aufklärt. Das Angebot reicht von sorgfältig gestalteter Kleidung von lokalen Designer*innen bis hin zu Upcycling-Veranstaltungen.

TEAM

Mauricio Gómez (er/ihm)
Buyandelger Tsogtsaikhan (sie/ihr)
Injin Tsogtsaikhan (sie/ihr)
Sara Zolli (sie/ihr)

UNSER GRÖSSTES LEARNING

Ein erfolgreiches zirkuläres Geschäftsmodell vereint ökologische und soziale Verantwortung und unterstützt kulturelle Vielfalt und traditionelles Handwerk.

UNSER INSIGHT AUS DEM ROUNDTABLE

Dank der neuen Perspektiven sind wir unserem Ziel, unsere Alleinstellungsmerkmale zu finden, einen großen Schritt näher gekommen: die soziale Komponente unseres Geschäftsmodells zu stärken.

UNSER WUNSCH AN DIE POLITIK

Stärkere Unterstützung durch Förderungen und klare gesetzliche Rahmenbedingungen für nachhaltige Geschäftsmodelle

UNSER NÄCHSTER SCHRITT

Eine Plattform entwickeln, die diese Prinzipien integriert, innovative, faire sowie einzigartige Produkte aus verschiedenen Ländern repräsentiert und durch einen digitalen Produktpass Transparenz und Rückverfolgbarkeit gewährleistet.

Ihr seid mit großen Fragen ins Creative Lab gekommen – welche Antworten habt ihr gefunden?

Im Creative Lab haben wir uns intensiv mit dem digitalen Produktpass auseinandergesetzt und dabei sowohl wertvolle Erkenntnisse gewonnen als auch Herausforderungen identifiziert. Wir haben festgestellt, dass ein digitaler Produktpass die Transparenz über die gesamte Lieferkette hinweg erhöhen und die Effizienz in der Verwaltung von Produktdaten steigern kann. Zudem fördert er nachhaltige Praktiken, indem er genaue Informationen über Materialien, Herstellungsprozesse und Recyclingmöglichkeiten bereitstellt. Herausforderungen sind die Integration unterschiedlicher Datenquellen, der Schutz sensibler Daten, fehlende Standards für solche Datenbanken und die Notwendigkeit von Schulungen für Marken und Designer*innen, um die Akzeptanz einer solchen digitalen Lösung zu erhöhen. Trotz dieser Herausforderungen haben wir im Creative Lab wertvolle Einblicke gewonnen, die uns auf dem Weg zur Implementierung eines digitalen Produktpasses weiterbringen.

Zirkularität in der Modebranche ist ein Riesenthema – wie habt ihr für euch den richtigen Ansatz gefunden und wie hat euch das Lab hier unterstützt?

Das Creative Lab hat uns geholfen, zirkuläre Ansätze in unsere Strategie zu integrieren und praktische Lösungen zu entwickeln. Durch Workshops haben wir gelernt, Materialien und Prozesse wiederverwertbar zu gestalten und Strategien zur Rückgabe und Wiederverwertung von Kleidung zu entwickeln.

Besondere Herausforderungen, die wir durch das Lab nun genauer definieren konnten, sind die Integration in bestehende Lieferketten und die Anpassung der Designer*innen, nachhaltige und ästhetische Produkte zu schaffen. Trotz der Schwierigkeiten bietet Zirkularität immense Chancen: effizientere Ressourcennutzung, Abfallreduzierung und für Designer*innen innovative, nachhaltige Kollektionen.

Wenn ihr zurückblickt: Was war der eine Moment im Creative Lab, der euch eine ganz neue Perspektive oder neue Inputs gebracht hat?

Im Creative Lab gab es einen entscheidenden Moment, der uns eine neue Perspektive auf zirkuläres Wirtschaften und innovative Geschäftsmodelle eröffnete. Während einer Session mit Nancy Frehse von Oktopulli erkannten wir, dass ein nachhaltiges Geschäftsmodell auch soziale Verantwortung integrieren muss. Dies inspirierte uns, ein Modell zu entwickeln, das zirkuläre Prinzipien und soziale Verantwortung vereint. Wir streben danach, eine Plattform mit langfristigen Partner*innen, gerechten Löhnen, transparenten Lieferketten und kollaborativen Designprozessen zu schaffen. Zudem möchten wir ein Nischenprodukt fördern, das kulturelles Handwerk unterstützt und einzigartige Produkte repräsentiert. So berücksichtigen wir die Interessen von Designer*innen, Kund*innen, Mitarbeitenden und der Umwelt gleichermaßen.





ZIRKULAAR System

BESCHREIBUNG

ZIRKULAAR System ist ein modulares, wiederverwendbares und nachhaltiges Raumsystem, welches vollständig aus Kreislaufmaterialien gefertigt ist. Dabei betrachtet das Projektteam den gesamten Produktkreislauf vom Konzept über den Entwurf bis zur Umsetzung und beschäftigt sich mit der Minimierung von Material, Aufwand und Raumbedarf in der Architektur, um langfristig Ressourcen zu schonen.

TEAM

Lucas Klinkenbusch (er/ihm)
Julia Krafft (sie/ihr)

UNSER GRÖSSTES LEARNING

Zirkuläres Wirtschaften führt nicht nur zu mehr Nachhaltigkeit, es erzeugt auch einen höheren Wert der Arbeitsleistungen auf der gesamten Wertschöpfungskette. Dies ist ein großer Mehrwert für Mensch und Wirtschaft gleichermaßen.

UNSER INSIGHT AUS DEM ROUNDTABLE

Zirkularität ist noch erklärungsbedürftig und wird es auch noch lange sein – Kund*innen auf die Reise mitzunehmen und ihr Bewusstsein zu schärfen, ist wichtig für den Erfolg unserer Lösung.

UNSER WUNSCH AN DIE POLITIK

Es gibt viele gute Ideen, was wir brauchen sind reale Experimente. Im kleinen Maßstab zu testen ermöglicht es, aus Fehlern zu lernen und im iterativen Prozess bestmögliche Lösungen zu finden.

UNSER NÄCHSTER SCHRITT

Wir planen die Gründung unserer Tochtergesellschaft und die Skalierung unserer Produktion, in enger Zusammenarbeit mit unserem Netzwerk und hoffentlich vielen weiteren Interessierten.

Wie seid ihr vorgegangen, als es darum ging, eure Idee zielgerichtet weiterzuentwickeln und inwiefern hat das Creative Lab euch hierbei geholfen?

Unser Ziel war es, aus unserer Vision ein marktfähiges Geschäftsmodell zu entwickeln. Im Laufe des Creative Lab konnten wir diesem Ziel ein großes Stück näher kommen, insbesondere durch den vielfältigen fachlichen Input. Durch das breite Netzwerk des Creative Lab, welches uns mit verschiedensten Personen aus der zirkulären Wertschöpfungskette in Kontakt gebracht hat, konnten wir unsere Annahmen überprüfen, weiterentwickeln und anpassen.

Habt ihr im Creative Lab neue unternehmerische Chancen entdeckt?

Aufgrund des großen Interesses vonseiten verschiedener Akteur*innen im Rahmen des Creative Lab wurde uns schnell klar, dass wir uns breiter als zunächst angenommen aufstellen müssen. So bieten wir nun Leistungen von der zirkulären Produktentwicklung über kreislaufgerechte Beratungsleistungen bis hin zum Entwurf von wiederverwendbaren Bauvorhaben an. Somit können wir unsere Expertise und unsere Fähigkeiten optimal nutzen und flexibel auf den jeweils aktuellen Bedarf reagieren.

Beim Finale kam euer System als Ausstellungsarchitektur zum Einsatz. Wenn ihr nochmal an den Beginn zurückdenkt: Wo habt ihr euch am meisten weiterentwickelt?

Unser multifunktionales Raumsystem - die ZIRKULAAR CUBES - konnten wir während des Creative Lab zur Marktreife entwickeln. Dieser Schritt hat uns in eine ganz andere Welt befördert, wir planen deswegen die Gründung einer Tochterfirma in Form einer ZIRKULAAR Produkt GmbH zur Herstellung und dem Vertrieb der von uns entwickelten Produkte. Im Finale konnten die CUBES zum ersten Mal in realer Umgebung zeigen, wozu unser System fähig ist. Den Schritt von der konkreten Idee zum „Working Prototype“ hat uns das Creative Lab ermöglicht.

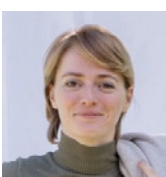


Das Expert*innen-Netzwerk

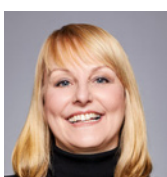
Mehr als dreißig Expert*innen aus den Bereichen Kultur- und Kreativwirtschaft, Politik, Wissenschaft und Industrie sowie mit Bezug zur Kreislaufwirtschaft unterstützten die Teams. Sie begleiteten den Auswahlprozess der fünf Risky Projects aus 150 Einreichungen bis hin zum persönlichen Mentoring in der Prototypen-Entwicklungsphase. Das Netzwerk, das an verschiedenen Stellen des Creative Labs wertvolle inhaltliche und strategische Impulse lieferte und den Teams unterstützend, beratend, aber auch mit einem kritischen Blick auf ihre Risky Projects

zur Seite stand, bildet die Vielfalt der Akteur*innen des Zirkulären Wirtschaftens ab. Hier zeigte sich erneut: Durch den Blick über die eigene Disziplin hinaus und mit Offenheit gegenüber Perspektiven aus anderen Feldern werden zirkuläre Ideen zu wirkungsvollen Ideen, die die verschiedenen Dimensionen – ökologisch, aber auch sozial – ganzheitlich betrachten. Die Jury und Mentor*innen des Creative Lab #7 konnten den Blick der Teams mit ihren Erfahrungen aus der Praxis öffnen und die Risky Projects um wertvolle Insights bereichern.

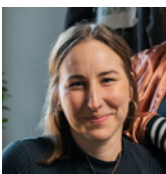
KULTUR- & KREATIVWIRTSCHAFT



Nancy Frehse
Oktopulli GmbH (in Verantwortungseigentum), Gründerin & Geschäftsführerin



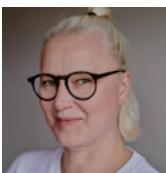
Sylvia Hustedt
u-institut GmbH & Co. KG, Geschäftsführerin



Sarah Längen
The Changency GmbH, Co-Gründerin & Geschäftsführerin



Julian Nachtigall-Lechner
Kaffeeform GmbH, Gründer & Geschäftsführer



Katrin Oeding
WILDPLASTIC, Co-Gründerin & Head of Design



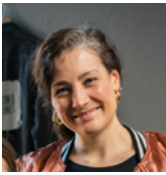
Florian Pfeffer
ito ito, Gründer & Geschäftsführer



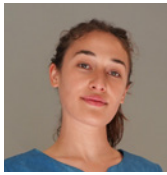
Katharina Schumacher
u-institut GmbH & Co. KG, Geschäftsführerin



Aaron Widdig
Loft Concerts GmbH, Initiative Labor Tempelhof, Projektleiter Beneficial Events



Katrin Wipper
The Changency GmbH, Co-Gründerin & Geschäftsführerin



Yolanda von Zitzewitz
reDo Social Impact gGmbH, Co-Gründerin & Managing Partnerin

POLITIK & STIFTUNGEN



Nadja Hempel
Hans Sauer Stiftung, Projektleitung Circular Society



Dr. Melanie Kröger
Deutsche Bundesstiftung Umwelt, Referatsleitung Zirkuläre Wirtschaft und Bioökonomie



Aline De la Sauce
Stiftung KlimaWirtschaft, Referentin Inhaltliche Entwicklung Circular Economy & Projektleitung CEWI, Erneuer-



Dr. Michael Weltzin
Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz der Bundesrepublik Deutschland, Referat IVB1 Mineralische

NGOS



Sophia von Bonin
ProjectTogether, Mission Lead Circular Futures



Dina Padalkina
Circular City – Zirkuläre Stadt e.V., Vereinsvorsitzende



Nora Sophie Griefahn
Cradle to Cradle – Wiege zur Wiege e.V., Co-Gründerin und geschäftsführende Vorständin



Aileen Puhlmann
Lemonaid & ChariTea e.V., Vorständin



Dr. Marianne Kuhlmann
Circularity e.V., Co-Gründerin & Vorstandsvorsitzende

INDUSTRIE & VERBÄNDE



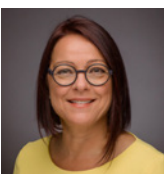
Christine Braun
Bundesverband Nachhaltige Wirtschaft, Leitung Kreislaufwirtschaft



Ben Lenger
DIHK – Deutsche Industrie- und Handelskammer, Ausschuss-Koordinator Kommunikation



Dr. Claudia Ritter
VDI/VDE Innovation + Technik GmbH, Stellvertretende Leiterin Innovation und Kooperation



Monika Kolb
Börsenverein des Deutschen Buchhandels, Bildungsdirektorin & Geschäftsführerin mediacampus frankfurt GmbH



Sören Lenz
VDI Zentrum Ressourceneffizienz, Wissenschaftlicher Mitarbeiter



Bigna Salzmann
FREITAG lab. ag, Sustainability Officer



Eveline Lemke
Thinking Circular, Gründerin & Geschäftsführerin



Julia Rädler
dasselbe in grün e.V. – Verband der nachhaltigen Unternehmen, Vorständin

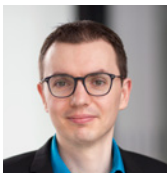


Dr. Christoph Soukup
Steinbeis-Beratungszentrum GmbH, Leiter Circular Economy

FORSCHUNG



Fanni Florian
Deutsches Institut für Normung e.V., Projektmanagerin Circular Economy



Paul Szabo-Müller
Hochschule Ruhr West, Co-Projektleiter Prosperkolleg



Matthias Koller
Umweltbundesamt, Abteilungsleitung 1 Nachhaltigkeitsstrategien, Ressourcenschonung und Instrumente



Prof. Dr. Henning Wilts
Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie gGmbH, Abteilungsleiter Kreislaufwirtschaft



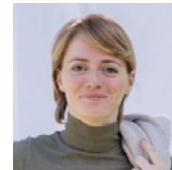
Dr. Jean-François Renault
Projekträger Jülich | Forschungszentrum Jülich GmbH, Scientific Officer Circular Economy

Stimmen aus dem Netzwerk



Henning Wilts
Jury-Mitglied

„Die Transformation zur Kreislaufwirtschaft erfordert „Zukunftskunst“, das vollständige Umgestalten kompletter Wertschöpfungsketten. Genau hier hat das Creative Lab angesetzt, Akteure aus ganz verschiedenen Sphären zusammengebracht und dabei wirklich erstaunliche Ergebnisse hervorgebracht.“



Nancy Frehse
Jury-Mitglied

„Mich begeistert es immer wieder zu sehen, wenn Kreativgründungen sich selbstbewusst als nachhaltige unternehmerische Lösungen von morgen verstehen. Für eine zukunftsfähige Wirtschaft braucht es vor allem Menschen, die in der Lage sind, aus Bestehendem Neues zu gestalten und dabei wirtschaftlich nachhaltig zu agieren. Als Mentorin habe ich hier Menschen getroffen, die ihre Projekte und den damit fokussierten Impact sehr ernst nehmen und Lust haben, dazuzulernen. In meinen Augen ist das Programm dafür genau das Richtige.“



Bigna Salzmann
Jury-Mitglied

„Die Vielfalt der Ideen im Bereich Kreislaufwirtschaft aus der Kultur- und Kreativwirtschaft war unglaublich beeindruckend. Es war toll zu sehen, wie engagiert und motiviert alle Beteiligten waren und auch die Jury-Zusammensetzung sorgte für einen spannenden und lehrreichen Austausch. Einmal mehr hat sich gezeigt, dass für kreislauffähige Lösungsansätze verschiedene Perspektiven nötig sind.“



Eveline Lemke
Jury-Mitglied

„Wenn Wissen und Kreativität zusammen kommen, können Impact-Innovationen an den Start oder weiter gebracht werden. Genau das braucht die Welt. Also bitte mehr davon!“



Jean-François Renault
Jury-Mitglied

„Design ist der erste Schritt der Circular Economy: Wer es nicht glaubt, sollte die Projektteams des Creative Lab # 7 dringend kennenlernen! Neues Material, neues Verfahren, völlig neuer Ansatz oder anderes Geschäftsmodell..., die Möglichkeiten sind vielfältig und können gegebenenfalls miteinander kombiniert werden. Projekte wie zum Beispiel Boneglass um die Designerin Ella Einhell beweisen es eindrucksvoll. Aus Abfällen entstehen dank Zirkularität hochwertige kunsthandwerkliche Produkte.“



Claudia Ritter
Jury-Mitglied

„Die Transformation zur Kreislaufwirtschaft oder besser Circular Economy erfordert Umdenken nicht nur in der Wirtschaft sondern der ganzen Gesellschaft. Die Kultur- und Kreativwirtschaft kann dabei ganz neue Blickwinkel einbringen, für Interdisziplinarität sorgen, als Übersetzer fungieren und kreative, innovative Ansätze entwickeln. Ob Verpackung aus Algen oder Farbstoffe aus Pilzen, es war beeindruckend die innovativen Ansätze und engagierten und kreativen Köpfe hinter den Ideen kennen zu lernen! Ich wünsche den fünf Projektteams weiterhin viel Erfolg!“



Dina Padalkina
Jury-Mitglied

„Die Teilnahme am Creative Lab war eine unglaubliche Erfahrung und bot wertvolle Einblicke in die Vielfalt der Kreativen und ihren innovativen Ideen. Die hohe Anzahl der inspirierenden Bewerbungen war motivierend und ermutigend und ein tolles Zeichen dafür, dass sich viele mit dem Thema Kreislaufwirtschaft beschäftigen. Die Teilnahme an den Sessions mit den Teilnehmer*innen des Creative Labs hat ihre Auseinandersetzung mit der Kreislaufwirtschaft geschärft und deutlich gemacht, dass wir uns gemeinsam auf dem richtigen Weg – hin zu kreislauffähigen Lösungen – befinden.“



Ein Appell für Cross Innovation

Das Runde muss ins Eckige – das gilt nicht nur für den Sport. Doch zirkuläre Strukturen in ein lineares System zu integrieren, bis sie das veraltete Wirtschaftssystem ersetzen können, stellt eine große Herausforderung dar. Um ihr zu begegnen, müssen Wege gefunden werden, um voneinander zu lernen, verschiedene Ansätze zu verbinden und ihnen zur größtmöglichen Wirkung zu verhelfen.

Vorab sei gesagt: Cross Innovation allein ist nicht die Lösung, um eine lineare Wirtschaft in eine zirkuläre zu verwandeln. Sie kann jedoch als Katalysator und Beschleuniger wirken, insbesondere wenn

die Kultur- und Kreativwirtschaft involviert ist. Cross Innovationen entstehen durch branchenübergreifende Kooperationen, die über ein reines Dienstleistungsverhältnis hinausgehen, mit dem Ziel, gemeinsam Neues zu entwickeln. Auch Spill Over-Effekte, also das Übertragen und Adaptieren von Herangehensweisen und Ansätzen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft in andere Branchen, können dazu zählen. Besonders spannend wird es jedoch, wenn in der Frühphase des Innovationsprozesses – im Rahmen der Produkt-, Service- oder Geschäftsmodellentwicklung – eine Allianz eingegangen wird, um ein Wirkungsfeld gemeinsam zu erschließen. Denn in dieser

Phase wird die Vision einer Entwicklung durch cross-sektorale Einflüsse, Kompetenzen und Sichtweisen stetig geschärft und getestet, was die Chancen erhöht, innovative Lösungen mit signifikantem Mehrwert zu schaffen. Genau das ist im **Creative Lab #7 Kreislaufwirtschaft** auf vielfältige Art und Weise passiert.

Alle fünf Projektteams des Creative Lab #7 sind Beispiele für besonders innovative kultur- und kreativwirtschaftliche Ansätze, die an unterschiedlichen Stellen interdisziplinär und branchenübergreifend arbeiten, eingefahrene lineare Wirtschaftsstrukturen hinterfragen und Cross Innovationen hervorbringen. Die im Fokus liegende Schnittstelle zwischen Industrie und der Kultur- und Kreativwirtschaft lässt sich besonders gut im Charakter und Ansatz der Teams Boneglass, mujō lab und Myco-Colors greifen, weshalb diese drei Teams hier näher betrachtet werden.

Zirkuläres Wirtschaften verlangt ein Umdenken aller im aktuellen Wirtschaftssystem beteiligten Stakeholder*innen und einen systemischen Blick auf die Stationen im Kreislauf. Im Informationspapier zum Entwurf der Nationalen Kreislaufstrategie werden beispielsweise „die Gestaltung von Produkten, die Auswahl der Materialien, die Produktion, die möglichst lange Nutzungsphase und schließlich die Wiederverwendung oder das Recycling“ (S. 2) als Punkte genannt, an denen Veränderungen ansetzen können.

Allianzen mit der Kultur- und Kreativwirtschaft können hier sehr förderlich sein, denn zum einen sind Akteur*innen aus der Branche mit Aspekten wie Designmethoden oder Entwicklungsprozessen vertraut, zum anderen bringen sie oft unkonventio-

nelle und kreative Denkansätze mit, die es ermöglichen, bestehende industrielle und wirtschaftliche Herausforderungen aus neuen Perspektiven zu betrachten. Dies kann wiederum zur Entwicklung innovativer Lösungsansätze beitragen, die in traditionellen industriellen Kontexten nur schwer vorstellbar wären.



Einen unkonventionellen Ansatz hat auch die Designerin und Materialforscherin Ella Einhell mit ihrem Projekt **Boneglass Cycles** im Creative Lab verfolgt. Das Projekt birgt überraschende Allianzen auf mehreren Ebenen. Zunächst braucht es für die Produktion des zu 100 Prozent recycelten Materials, mit dem die Designerin arbeitet, verschiedene Komponenten – in diesem Fall Glasschleifschlamm und Tierknochen. Diese Abfallprodukte erhält sie aus der Fensterglas- und Schlachtindustrie. Erst durch Ellas innovatives Design und Konzept bekommen diese beiden Komponenten eine vollkommen neue Ästhetik und Form und werden zu einem „Boneglass“. Ein Antriebs- und Schlüsselmoment für Ella ist die Zusammenarbeit als Designerin mit anderen Industriezweigen – die durchaus auch amüsante Momente mit sich bringt, zum Beispiel wenn der*die Biobauer*Biobäuerin ein Boneglass in der Hand gegen das Licht hält und Ella ungläubig-fasziniert die Frage entgegenruft „Das ist meine Kuh?!“.

Die sektorenübergreifende Zusammenarbeit beschränkt sich allerdings nicht nur auf den Entwurfs- und Herstellungsprozess. Von künstlerischen Einzelstücken wie Vasen und Gläsern über hochwertige Schmucksockel oder Modebüsten bis hin zu Glasfassaden für Häuser: Das Boneglass findet in verschiedenen Bereichen wie der Mode-, Design- und Bauindustrie Anwendung. Auf diese Weise baut sich Ella ein sektorenübergreifendes Netzwerk auf, in dem sie mit ihrem Produkt wirken kann. Am Ende des Creative Labs steht sie vor dem Skalierungsschritt, die Einzelproduktionen in eine industrielle Fertigung zu überführen. Herausfordernd dabei ist es

geschichte der Objekte zu erzählen, um so möglichst viele Menschen mitzunehmen und zum Umdenken und einer nachhaltig-zirkulären Kaufentscheidung anzuregen. Die industrielle Fertigung von Boneglass wäre für Ella eine essenzielle Entwicklung, nicht nur um die Produktionsstrukturen in der Glasindustrie kreislauffähiger zu gestalten, sondern auch um wieder mehr Spielraum im kreativen Schaffensprozess, ihrer Berufung, zu haben.

Indem Kreativschaffende mit Akteur*innen aus Mittelstand und Industrie zusammenarbeiten, entsteht ein mehrperspektivischer Entwicklungsraum, in dem Produkte



für sie einerseits, die passende Förderung zu finden, und andererseits, die Auswirkung der enormen Produktionskosten auf die Endprodukte und dadurch die potenziellen Käufer*innen aufzufangen. In Bezug auf den letzten Punkt ist ein Lösungsansatz für Ella von Anfang an, die Prozess-

und Dienstleistungen so gestaltet werden können, dass sie innovativer, langlebiger und ressourceneffizienter sind. Dies kann – wie im Beispiel Boneglass – über Kooperation mit anderen Unternehmen entlang der Wertschöpfungskette stattfinden. Es können sich aber auch Expert*innen

aus der Kultur- und Kreativwirtschaft und anderen Bereichen längerfristig als Team zusammentun. Die cross-innovativen Projektteams **mujō lab** und **MycoColors** erforschen beispielsweise biobasierte Materialien, um Ressourcen zu schonen und Lösungsansätze für ein kreislauffähigeres Ökosystem zu liefern.

Bei mujō lab entwickeln und testen die Wirtschaftsingenieurin für Chemie und Verfahrenstechnik Annekathrin Grüneberg, die Produkt- und Materialdesignerin Juni Neyenhuys und die Managerin Katharina Kremer gemeinsam Prototypen für die Herstellung einer Plastikalternative aus Braunalgen, um mehr Zirkularität im Verpackungssektor zu erreichen. Auf diese Weise verbinden sie Wissenschaft und Design, visionäre Theorie und Praxis sowie Unternehmer*innentum und kreatives Schaffen. Dieses Zusammenspiel der Expertisen und die damit verbundene Innovationskraft wirkt sich nach innen auf die Arbeitsweise im Team aus, die sowohl spekulativ als auch anwendungsorientiert ist. Nach außen erlaubt es ihnen, verschiedenste Stakeholder*innen mit ihrer Vision einer 100 Prozent biobasierten und kompostierbaren Verpackung (inkl. Klebstoffe) zu überzeugen und mitzunehmen.



Uwe Melichar, Vice President European Brand & Packaging Design Association,

mit dem das Team von mujō lab im Rahmen des Labs in den Austausch gegangen ist, unterstreicht, warum gerade der Verpackungssektor ein Umdenken braucht und kreativwirtschaftliche Ansätze wichtig sind: „Die Verpackungsindustrie schafft ständig neue Innovationen, aber erst durch Kooperationen entlang der Wertschöpfungskette und in kreativen Prozessen kann es gelingen, etwas wirklich Neues zu schaffen. Agilität, ‚trial and error‘ und material- und prozessunabhängiges Denken helfen, neue Bereiche aufzuschließen und zu wirklichen zirkulären Ergebnissen zu kommen. Von der Wahl des richtigen Substrats über die Fertigung, die Lagerung und den Transport, über Nutzungsszenarien bis zur Betrachtung von Nachnutzung und Materialströmen kann der Kreis geschlossen werden. Alle Stakeholder*innen im Verpackungsprozess müssen eingebunden werden und im offenen Dialog kreativ zusammen arbeiten.“



Bei mujō lab bleibt dank der Bündelung der verschiedenen Expertisen im Team die plastikfreie Folie überhaupt erst im Kreislauf, denn dafür sind mehrere Elemente erforderlich: die richtige Rezeptur, ein industrielles Herstellungsverfahren mit geeigneten Produktionspartner*innen, ein ansprechendes Verpackungs- und Kommunikationsdesign zur Einbindung der Verbraucher*innen sowie ein unterneh-

merischer Kern und verschiedene Anwendungsszenarien zur Weiterentwicklung.

Eine der Herausforderungen bei der cross-innovativen Herangehensweise, wie sie bei Projekten wie mujō lab verfolgt wird, ist die Auslagerung wichtiger Prozessschritte im Herstellungsverfahren, insbesondere wenn spezielle Maschinen erforderlich sind. Besonders wenn es um Skalierungsschritte und eine Herstellung im größeren Stil geht, braucht es Kooperationspartner*innen aus dem Mittelstand oder der Industrie. Doch solche Kooperationen können durch Firmenrichtlinien, den sensiblen Umgang mit Daten oder praktische Hürden wie geografische Entfernungen erschwert werden, selbst wenn beide Seiten bereit sind, offen zusammenzuarbeiten und Wissen auszutauschen.

Das Team von mujō lab hat diese Herausforderungen nach mehreren Anbahnungen erfolgreich gemeistert und eine fruchtbare Zusammenarbeit mit der FILK Freiberg Institute gGmbH etabliert. Eine erweiterte Infrastruktur für Experimente und Reallabore, die eine noch engere Zusammenarbeit zwischen der Kultur- und Kreativwirtschaft, der Industrie und der Wissenschaft ermöglicht, könnte hier zusätzliche Unterstützung bieten.



Die Designerin Birke Weber und die Biochemikerin Friederike Hoberg von **MycoColors** beantworten hingegen die Frage, was passieren kann, wenn ihre Disziplinen – Biochemie und Design – in der nachhaltigen Textilindustrie aufeinandertreffen. Ihre Antwort: ein innovativer Ansatz für Farbstoffe aus Pilzmyzel gepaart mit der Vision einer biologischen Transformation. Mit der Innovationskraft des interdisziplinären Denkens, das Biotechnologie-, Design- und Natureinflüsse kombiniert, begeben sich die beiden auf unerforschtes und damit unsicheres Terrain, da bisher gerade mal fünf Prozent aller geschätzten Pilzarten bekannt sind.

Wenn wir das Team von MycoColors besuchen würden, gäbe es verschiedene Szenarien. Im Universitätslabor, umgeben von Erlenmeyerkolben und Petrischalen, treiben sie die gentechnischen und molekularen Analysen der Pilze sowie die Kultivierung der Organismen voran. Gleichzeitig könnten wir sie auch in den Herstellungswerkstätten eines großen kooperierenden mittelständischen Nahrungs- und Ingenieurtechnikunternehmens antreffen, wo die Naturfarbstoffe weiterentwickelt werden. Ebenso wären Besuche in einer Handweberei möglich, wo unter anderem Teppiche der wachsenden Farbpalette von MycoColors Ausdruck verleihen. Darüber hinaus stellen sie ihre Arbeiten an künstlerischen und kreativen Ausstellungsorten wie dem Futurium oder der Berlinischen Galerie vor, wo verschiedenste Installationen und Farben aus Pilzen präsentiert werden.

Im Creative Lab stellte sich das Team die Frage, wie sie aus der Forschungsphase heraus ein zirkuläres Geschäftsmodell entwickeln können, das dem cross-innovativen Kern gerecht wird. Nicht zuletzt stellen

die unterschiedlichen Geschwindigkeiten zwischen der langfristigen, kontinuierlichen Forschung und den schnellen Zyklen im Design- und Textilproduktionsprozess sowie die meist nur auf einen Bereich

gefördert werden kann. Cross Innovation ist dabei mehr als nur eine Methode – sie ist ein Katalysator, der interdisziplinäre Denkansätze zusammenführt und dadurch innovative Lösungen für komplexe Heraus-



zugeschnittenen Förderungen eine große Hürde dar. Auch hier zeigt sich, dass es für ein wirkungsvolles Prototyping, das den Charakteristika der Disziplinen gerecht wird, cross-sektorale Räume und Förderungen braucht.

Das Creative Lab hat sich während der zehnmonatigen Laufzeit dem zirkulären Wirtschaften lediglich angenähert. Dabei hat das viermonatige Prototyping der fünf Risky Projects einmal mehr gezeigt, wie wertvoll die Zusammenarbeit zwischen Kultur- und Kreativwirtschaft, Industrie und Mittelstand für die Entwicklung zirkulärer Geschäftsmodelle und Produkte sein kann. Ein Prozess, der durch offene Innovationsumgebungen ungemein befruchtet und

forderungen wie die Transformation hin zu einer zirkulären Wirtschaft ermöglicht. Die Integration zirkulärer Strukturen in unsere Wirtschaft erfordert ein Umdenken auf allen Ebenen – und Cross Innovation bietet den nötigen Raum, um diese Veränderung voranzutreiben. Es braucht kreative Allianzen, die den Mut haben, neue Wege zu beschreiten und sich den aktuellen Herausforderungen zu stellen.

Erkenntnisse aus dem Lab

LINEARE MODELLE WERDEN WIRTSCHAFTLICH NOCH IMMER BEVORZUGT

Es ist auch unternehmerisch eine Herausforderung, Zirkularität ganzheitlich und in ihrer Komplexität zu denken, da sich Standards für Zirkularität noch in der Entwicklung befinden und regulatorische Vorgaben aktuell nicht zwingend bindend sind. Die Folge sind ungleiche Wettbewerbsbedingungen: Bislang bevorzugen gesetzliche Regularien lineare Wirtschaftsaktivitäten. Beispielsweise muss ein Unternehmen, das alternative Materialien einführt oder in der Produktion Sekundärrohstoffe (Rezyklate) verwendet, aktuell mit höheren Kosten rechnen als ein Unternehmen, das Produkte aus Primärrohstoffen herstellt. Auch die Umstellung auf ein zirkuläres Geschäftsmodell ist mit Kosten verbunden. Beides hat zur Folge, dass Produkte für Endkund*innen teurer werden, was wiederum die Akzeptanz erschwert und damit zu ungleichen Wettbewerbsbedingungen führt. Erst langsam ändert sich dies durch politische Instrumente wie den European Green Deal und die Nationale Kreislaufwirtschaftsstrategie (NKWS).

OFFENE RÄUME FÜR INTER- DISZIPLINÄRE PROJEKTE ZWISCHEN DESIGN UND FORSCHUNG

Projekte wie mujo, MycoColors oder Boneglass, die an der Schnittstelle von Design und Wissenschaft/Forschung arbeiten, brauchen spezifische Rahmenbedingungen für eine industrielle Skalierung. Dazu gehören zum Beispiel offene, interdisziplinär aufgestellte Erprobungsräume, die Cross Innovation fördern, sowie eine unkomplizierte Finanzierung, die nicht an strenge inhaltliche Vorgaben gebunden ist.

ZIRKULÄRE IDEEN IN EINEM LINEAREN WIRTSCHAFTS- SYSTEM

Der Wandel eines Wirtschaftssystems ist eine Mammutaufgabe. Während der schon länger geläufige Begriff „Nachhaltigkeit“ ein abstraktes Konzept ist, hilft das Bild des Kreislaufs, die angestrebte Transformation des Wirtschaftssystems besser zu begreifen. Es gibt viele Ansatzpunkte, von denen aus dieser Wandel vorangetrieben werden kann. Alle Teams des Creative Labs arbeiten an systemischen Fragen, die kleine Schritte Richtung Zirkularität bedeuten. Zirkuläre Ideen in ein aktuell vorherrschendes lineares System zu bringen, ist aber schwierig und braucht Zeit.

UNTERNEHMERISCHES DENKEN IST ESSENZIELL BEI KREATIVEN ANSÄTZEN FÜR DIE KREISLAUFWIRTSCHAFT

Das Creative Lab ist auch für die persönliche Entwicklung und die Schärfung des eigenen unternehmerischen Denkens für Akteur*innen der Kultur- und Kreativwirtschaft relevant. Methodische Formate aus der Personal- und Organisationsentwicklung und ein individuell zugeschnittenes Mentoring-Programm halfen bei der Auseinandersetzung mit den eigenen Zielen, Werten und Haltungen. Aber auch fachliche Impulse zu Unternehmer*innentum von erfolgreichen Gründer*innen (zum Beispiel Nancy Frehse von Oktopulli) und der Austausch mit Expert*innen aus der Unternehmenspraxis gaben wichtige Anregungen.

KOOPERATIONEN UND CROSS-INNOVATIVE PROJEKTE BRAUCHEN MEHR FÖRDERUNG

Das Creative Lab hat einen ersten Schritt in diese Richtung gemacht, doch es zeigt auch, dass wir weiterhin offene Innovationsumgebungen und systemische Kooperationen fördern müssen. Nur so können wir das volle Potenzial von Cross Innovation ausschöpfen und die Weichen für eine nachhaltigere, zirkuläre Wirtschaft stellen.

INDIVIDUELLE BEDARFE ALS GRUNDLAGE FÜR GEMEIN- SAME FORDERUNGEN

Alle Teams im Creative Lab standen zu Beginn an sehr unterschiedlichen Punkten in ihrer Entwicklung. Während manche in der Beta-Phase steckten, strebten andere bereits die Marktreife an. Das Creative Lab als offener Raum konnte hier aber Schnittstellen- und Wissenstransfer leisten, sie an ihren jeweiligen Punkten abholen und individuell bei der Weiterentwicklung unterstützen. Durch verschiedene Formate und regelmäßige Austauschrunden wurde zum Beispiel das Peer-Learning gefördert, das heißt dass Wissen und Ressourcen ausgetauscht wurden und somit die Projektteams voneinander lernen und Synergien nutzen konnten. Insgesamt wurden die Wünsche der Projektteams bei der Ausgestaltung der Veranstaltungen fortlaufend stark einbezogen und das Programm entsprechend an ihre Bedürfnisse angepasst. Auch die Erkenntnisse, die während des Labs über Innovationsförderung gewonnen werden konnten – insbesondere die unterschiedlichen Wünsche an die Politik, die von den Teams formuliert wurden und die von der Überarbeitung der Regularien für Geschäftsmodelle bis zur Umlegung von tatsächlichen Kosten für Plastik reichen – spiegeln die individuellen Bedarfe wider, für die Unterstützung als sinnvoll erachtet wird, um den Impact der zirkulären Geschäftsmodelle zu vergrößern.



4

Outro

Von der Idee zur Skalierung: Kreativwirtschaftliche Impulse für die Kreislaufwirtschaft

Gekürzte Textversion des Podcasts
„Salon Frou Frou“ mit Dr. Marianne
Kuhlmann & Florian Pfeffer sowie
Host Linn Filous (Kompetenzzentrum
Kultur- und Kreativwirtschaft des
Bundes)

**Zirkuläres Wirtschaften, Circular Economy,
Kreislaufwirtschaft: Wann sprechen wir
eigentlich von was, Marianne?**

Marianne Kuhlmann

Ich glaube, am Ende wollen wir alle dasselbe. Es ist aber so, dass die Begriffe im deutschen Sprachraum etwas unterschiedlich konnotiert sind und damit auch unterschiedliche Assoziationen auslösen. Der Kreislaufwirtschaftsbegriff ist in Deutschland stark von der Gesetzgebung, insbesondere dem Kreislaufwirtschaftsgesetz geprägt, das sich explizit mit dem Umgang mit Abfällen beschäftigt. Und auch heute ist es so, dass der Begriff „Kreislaufwirtschaft“ mehr mit dem Umgang mit Abfällen in Verbindung gebracht wird, während der englische Begriff „Circular Economy“ – den wir ja oft verwenden – einen ganzheitlicheren Fokus hat. Dabei geht es um den gesamten Wertschöpfungskreislauf, angefangen beim Design und der Frage: Welche Produkte brauchen wir eigentlich? Und wenn wir sie brauchen, wie designen

wir die, die wir brauchen? Wie gehen wir mit den Produkten in der Nutzungsphase um? Wie können wir Materialien am Ende zurückführen? Dabei geht es natürlich auch um den Umgang mit Abfall. Wir sehen aber auch, dass die Communities aus der Abfallentsorgungswelt und der Circular-Economy-Welt immer stärker zusammenkommen. Meine Hoffnung ist daher, dass die Begriffe irgendwann dasselbe meinen.

Florian, du hast in eigentlich zwei kultur- und kreativwirtschaftlichen Teilmärkten, also sowohl dem Textil- und Mode-Bereich als auch dem Softwarebereich, ein Unternehmen gegründet und damit möchtest du auch die Logik in der Mode verändern. Was macht ihr und inwieweit ist das zirkulär?

Florian Pfeffer

Wir haben eine Software entwickelt, die aus beinahe jeder industriellen Strickmaschine auf der Welt einen 3D-Drucker für Mode machen kann. Damit spielt es für uns keine

Rolle mehr, ob von einem Entwurf 5000 Stück produziert werden – das ist das, was bisher passiert – oder ob von 5000 verschiedenen Produkten jeweils nur eines hergestellt wird. Am Ende geht es darum, dass wir das produzieren, was wir tatsächlich brauchen, und Überproduktion möglichst verhindern. In der Modeindustrie ist es so, dass ungefähr dreißig Prozent von dem, was weltweit hergestellt wird, überhaupt nicht benutzt wird. Es wird entweder nicht verkauft oder es wird gekauft, aber nicht benutzt und hängt einfach im Kleiderschrank. Das ist Müll, den wir in Länder des Globalen Südens exportieren. Weltweit wird jede Sekunde eine LKW-Ladung Textilien verbrannt. Das ist etwas, das wir uns nicht mehr leisten können. Genau da wollen wir mit unserem Geschäftsmodell ansetzen. Am Ende geht es auch darum, zirkulär zu wirtschaften. Jedes Produkt erreicht irgendwann das Ende seiner Lebenszeit. Aber dieses Wort „Ende“ muss aus dieser Gleichung raus. Es ist eben kein Ende, sondern die Frage ist: Was passiert als nächstes damit? Und da sprechen wir über Material-Innovationen, Materialien, die tatsächlich kreislauffähig sind, aber auch Entwürfe, die das schon mitdenken.

Angenommen ich möchte ein kultur- und kreativwirtschaftliches Unternehmen gründen und stehe gerade ganz am Anfang. Wie kann ich das ganze zirkulär aufbauen? Florian, was würdest du mir aus deiner Gründungserfahrung heraus raten?

Florian Pfeffer

Es kommt viel auf den Einzelfall an. Zu Beginn einer Produktentwicklung sollte natürlich die Zirkularität im Sinne von „Design for Circularity“ mitgedacht werden, aber das ist fast ein bisschen banal: Denke ich sie nicht mit, findet sie nicht statt. Zwei

Dinge finde ich wichtig: Viele Recycling-Produkte sind Downcycling-Produkte – am Ende kommt etwas heraus, das schlechter ist als das ursprüngliche Produkt. Das kann nicht das Ziel sein. Deshalb ist es wichtig, die Attraktivität von zirkulären Angeboten massiv zu steigern. Sie müssen erstrebenswert, begehrenswert, liebenswert sein. Da spielt Kreativwirtschaft eine riesengroße Rolle.

„Zirkuläre Produkte sind dann attraktiv für potenzielle Anwender*innen in der Wertschöpfungskette, wenn es ein Nutzungsversprechen und eine Langfristigkeit darin gibt. Und für etwas, das Menschen Nutzen bringt, sind sie bereit, Geld auszugeben.“

Das andere ist, dass die Profitabilität bei zirkulären Produktentwicklungen von Beginn an Teil des Konzepts sein muss. Wir reden über Kreislaufwirtschaft. Ein funktionierendes Geschäftsmodell bedeutet nichts anderes, als dass ein Angebot auf ein Bedürfnis trifft. Zirkuläre Produkte sind dann attraktiv für potenzielle Anwender*innen in der Wertschöpfungskette, wenn es ein Nutzungsversprechen und eine Langfristigkeit darin gibt. Und für etwas, das Menschen Nutzen bringt, sind sie bereit, Geld auszugeben.

Im Creative Lab #7 Kreislaufwirtschaft war Cross Innovation ein großes Thema, das heißt, Akteur*innen aus der Kultur- und

Kreativwirtschaft arbeiten mit der Industrie oder auch dem Mittelstand zusammen. Wieso passen sie so gut zusammen und was können sie voneinander lernen?

Marianne Kuhlmann

Ich glaube, drei Punkte sind relevant, wenn wir schauen wollen, wie neue Ideen entstehen, aber auch in die Breite kommen können: Innovation, Skalierung und Interdisziplinarität. Für etablierte Unternehmen ist es oft schwierig, disruptive Innovation intern umzusetzen. Gerade wenn es neue Ideen sind, die unsicher in der Machbarkeit oder in der Profitabilität sind, ist es schwierig, intern Raum und Priorität für deren Entwicklung zu schaffen. Auch bestehende Prozesse, Systeme und Kompetenzen passen meistens nicht zu der neuen Innovation. Deswegen sehen wir in der Kreislaufwirtschaft, dass so viele Innovationen von Startups getrieben werden – weil es einfacher ist, diese Dinge in einem freien Raum zu entwickeln.


Gleichzeitig entsteht Impact ja durch eine gute Idee gepaart mit der Skalierung. Also, eine super Idee, die niemand verwendet, hat keinen Impact. Deswegen brauchen wir diese Skalierung. Und da ist es für ein Startup dann wieder schwierig, das notwendige Geld zu bekommen. Wir reden von Wirtschaft. Da geht es um industrielle Großprozesse, die verändert werden müssen. Oder Innovationen müssen in industrielle Produktion überführt werden, damit sie auch einen signifikanten Marktanteil bekommen. Und da sind einige etablierte Unternehmen natürlich wieder im Vorteil, die mehr Geld und auch die produktiven Produktionsanlagen besitzen. Und deswegen ist es wichtig, dass diese beiden Welten zusammenkommen. Besonders wichtig ist es aber, dass eine einzelne Lösung, gebaut auf

der Kompetenz und der Perspektive einer einzelnen Person, nie so gut sein kann wie eine Lösung, die auf verschiedenen Perspektiven beruht. Das gilt zwar generell, ist aber in der Kreislaufwirtschaft besonders wichtig, denn hier gucken wir uns ja Materialströme und nicht einzelne Innovationen an. Es stellt sich also immer die Frage: Welchen Beitrag liefert eine Idee zum Materialstrom im Allgemeinen? Es ist wichtig, dass das ganze System ineinandergreift. Kompostierbares Plastik ist zum Beispiel eine valide Material-Alternative. Da muss man überlegen: Wo sind die verschiedenen Anwendungsmöglichkeiten, bei denen es einen fossilen Stoff ersetzen kann? Welche sind die notwendigen Fähigkeiten, die ein Stoff bei diesen Anwendungsmöglichkeiten haben muss? Aber auch: Wie passt eigentlich meine Lösung in ein Gesamtsystem? Eine Verpackung, die als Störfaktor in anderen Strömen landet, ist auch nicht zielführend. Das eine ist, zu überlegen, wie wir smarte Lösungen mit dem ganzen Wissen über die Funktionsweise des Kreislaufs entwickeln können. Und das andere ist, natürlich nicht einfach das System hinzunehmen, wie es ist, sondern die verschiedenen Perspektiven bündeln und zu überlegen, wie das System der Zukunft aussehen kann. Wo soll die Reise hingehen und was kann ich heute sinnvollerweise angehen? Um da wirklich kluge Lösungen zu finden, braucht es die Perspektiven und das Wissen um dieses gesamte System.

Florian Pfeffer

Hier stellt sich mir die Frage nach den Kompetenzen. Welche Fähigkeiten müssen wir eigentlich mitbringen oder neu erwerben? Ich glaube, dass die Wirtschaft noch ein ganz anderes Level von Kooperationsfähigkeit und Kooperationswillen erreichen muss, um in einer Kreislaufwirtschaft

erfolgreich zu sein. Es wird kein einzelnes Unternehmen geben, das eine Lösung für einen bestimmten Bereich anbietet, die dann allein funktioniert. Stattdessen wird es das Zusammenspiel von vielen unterschiedlichen Akteur*innen sein, die diese Lösungen entwickeln. Das finde ich besonders spannend, da es einen Wandel im Denken erfordert, wie man ein Unternehmen führt.



„Es wird kein einzelnes Unternehmen geben, das eine Lösung für einen bestimmten Bereich anbietet, die dann allein funktioniert. Stattdessen wird es das Zusammenspiel von vielen unterschiedlichen Akteur*innen sein, die diese Lösungen entwickeln.“

Das klingt alles sehr gut und groß, gleichzeitig haben wir keine Zeit bei der Transformation zu verlieren. Was, denkt ihr, brauchen Projekte wie aus dem Creative Lab jetzt konkret, um den nächsten Skalierungsschritt zu machen?

Florian Pfeffer

Sie brauchen Partner*innen, die ihnen dabei helfen. Wenn wir das alles auf den Schultern der Startups abladen, werden sich viele Hoffnungen nicht erfüllen. Wer fängt sie auf, wenn sie springen? Wir brauchen in der Wirtschaft viel mehr Mut, tatsächlich die Zukunft auszuprobieren. Wir müssen jetzt sofort anfangen, Dinge zu verändern, auch wenn wir noch nicht wissen, wie das

dann am Ende ausgehen wird. Da sehe ich aber ein Manko und wünsche mir mehr Mut von den etablierten Unternehmen. Nicht weil das ein Selbstzweck ist, sondern weil wir sonst das Ziel nicht erreichen werden. Man kann es in der Autoindustrie ganz gut sehen: Dort wurde – aus einer eigenen Haltung heraus und gestützt von politischen Rahmenbedingungen – versucht, Geschäftsmodelle zu verlängern, von denen damals schon klar war, dass sie in zehn Jahren nicht mehr existieren werden. Die frühzeitige Adaption neuer Konzepte sind eben kein Selbstzweck, sondern notwendig, um zukunftsfähig zu werden.

Marianne Kuhlmann

Ich glaube, es braucht unterschiedliche Sachen auf unterschiedlichen Seiten. Für die Unternehmer*innen: Klar – Mut und eine offene Neugier, den eigenen Kreislauf wirklich kennenzulernen. Also zu überlegen und zu analysieren, welche Rolle ich eigentlich in dem Materialstrom spiele, den ich verändern möchte. Das bedeutet, zu Verarbeiter*innen oder zu Recycler*innen zu gehen und sich mit verschiedenen Akteur*innen zu unterhalten und dabei nicht normativ zu sein und zu sagen „Plastik ist schlecht“, sondern zu verstehen, was es braucht, und dann abzuwägen: Wie kann ich das System eigentlich verändern oder welche Aktivitäten würden helfen? Was macht heute Sinn, was macht morgen Sinn und wie komme ich dahin? Sich offen und neutral, ohne Kontaktscheue, mit den verschiedenen Stakeholder*innen, ihren Perspektiven und auch Realitäten und Nöten auseinanderzusetzen, ist wichtig, wenn wir gemeinsam eine Lösung gestalten wollen.

Eine spannende Frage ist auch, ob das Produkt die Verbraucher*innen letztlich dazu bewegen wird, die erwünschten

Veränderungen hervorzubringen. Seht ihr Potenziale in der Zusammenarbeit mit der Kultur- und Kreativwirtschaft, wenn es um diese Bewusstseinsveränderung geht?

Florian Pfeffer

Ja, das ich hatte ganz am Anfang schon mal angesprochen. Die Attraktivität von Produkten und Dienstleistungen beziehungsweise Lösungen hat viele Dimensionen. Das kann eine ästhetische oder eine emotionale Qualität sein. Da gehören aber auch so Dinge wie der Preis dazu. Wenn wir kreislauffähige Produkte herstellen, die das Doppelte des gängigen Marktpreises kosten, können wir uns von Verbraucher*innen total viel wünschen, was sie unserer Meinung nach machen sollten. Sie machen aber immer das, was sie machen wollen. Es hilft auch nicht, dauernd mit so einem edukativen Gedanken in den Markt zu gehen. Wir müssen bessere Lösungen schaffen, das ist die Aufgabe. Die müssen einfach gut sein. Und wenn sie das nicht sind und wir dann von Leuten verlangen, sie trotzdem zu benutzen, weil es vernünftig wäre und wir nur so den Klimawandel verhindern können – dann werden wir unsere Ziele nicht rechtzeitig erreichen werden. Das wird so nicht funktionieren. Das heißt, wir brauchen bessere Produkte, bessere Lösungen, damit es funktionieren kann. Und genau hier spielt die Kreativwirtschaft eine wichtige Rolle, indem sie hilft, Dinge besser zu machen, als sie bisher sind.

Marianne Kuhlmann

Ich kann da sehr beipflichten. Lösungen, die anfangen mit „der Verbraucher muss“ oder „...sollte“ werden nicht skalieren. Das kennen wir ja auch von uns selber: Eine Lösung, die darauf abzielt, dass ich jeden Tag meinen Schweinehund überwinden muss? Das wird nichts. Abgesehen davon ist es auch

eine Überforderung der Verbraucher*innen, bei jedem einzelnen alltäglichen Produkt eine fundierte Entscheidung zu treffen, welche die nachhaltigere Alternative ist. Das ist aber ein grundsätzlich auch gesellschaftlich falscher Ansatz. Verbraucher*innen sollten nicht für ein gesamtgesellschaftliches Problem verantwortlich gemacht werden, sondern wir müssen das System so designen, dass – genau wie Florian sagt – Verbraucher*innen einfach genau das tun, was sie möchten, und damit intuitiv das Richtige tun. Das bedeutet, dass die Verantwortung bei den Produzent*innen liegt und bei der Politik, die den Rahmen vorgibt. Natürlich sind da die Nähe zu den Verbraucher*innen und das Design-Element total starke Faktoren, bei denen die Kultur- und Kreativwirtschaft einen wichtigen Beitrag leisten kann, neue Lösungen zu entwickeln, die den Bedürfnissen der Menschen entsprechen.

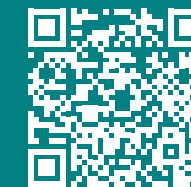


„Wir brauchen bessere Produkte, bessere Lösungen, damit es funktionieren kann. Und genau hier spielt die Kreativwirtschaft eine wichtige Rolle, indem sie hilft, Dinge besser zu machen, als sie bisher sind.“

Aus meiner Perspektive gibt es noch einen weiteren großen Hebel: nämlich das Bewusstmachen für das Thema. Es geht nicht nur darum, ein Wirtschaftssystem, sondern auch ein Gesellschaftssystem neu zu gestalten. Am Ende definieren wir als Gesellschaft gemeinsam, was „gutes Leben“ bedeutet.

Das heißt, es ist ein gesamtgesellschaftlicher Prozess, der Aufmerksamkeit braucht, bei dem die Gesellschaft mitgenommen werden muss, bei dem alle Menschen mitgenommen werden müssen. Und all das kann wahnsinnig stark und positiv von der Kultur und Kreativwirtschaft geprägt werden.

Zum Podcast



Dr. Marianne Kuhlmann
Co-Founder & Lead, Circularity

Marianne ist Mitgründerin und Leiterin von Circularity, dem Do-Tank für die Circular Economy mit Sitz in Berlin, wo sie Gestalter*innen aus Industrie & Wirtschaft zusammenbringt und mit ihnen an der Umsetzung zirkulärer Lösungen arbeitet. Zuvor arbeitete sie als Head of Sustainability bei Grover und als Unternehmensberaterin bei McKinsey & Company. In ihrer angewandten Doktorarbeit an der ETH Zürich konzentrierte sie sich auf die praktische Gestaltung der Transformation zu einer Kreislaufwirtschaft. Marianne hat einen MSc der London School of Economics and Political Science und absolvierte eine umfassende Ausbildung in Design Thinking am Hasso-Plattner-Institut. Sie unterstützt als Beraterin und Jurymitglied mehrere Initiativen der Kreislaufwirtschaft.

www.circularity.me

Florian Pfeffer
Co-Gründer, ito ito

Florian Pfeffer ist Unternehmer, Designer, Politiker und Berater für digitale Strategien. 2023 hat er gemeinsam mit seiner Partnerin Friederike Pfeffer das Startup ito ito gegründet. ito ito ist eine digitale Plattform und Shared Factory im Textil- und Modebereich, die den Produktionsprozess von Strickwaren automatisiert und nach einer On-Demand-Logik arbeitet. Florian ist außerdem Partner im Designbüro one/one in Bremen und Amsterdam. Zwischen 2006 und 2012 war Florian Pfeffer Professor für Kommunikationsdesign an der Hochschule für Gestaltung in Karlsruhe und von 2019 bis 2023 Landesvorstandssprecher von Bündnis 90/Die Grünen Bremen. Florian ist der Autor des Buchs »To Do«, das sich mit Design für die digitale Transformation beschäftigt.

www.itoi.to

Ideen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft müssen verstetigt werden und in die Breite kommen

Outro

Die Kultur- und Kreativwirtschaft wird für das Gelingen der Transformation dringend gebraucht. Bei der Umstellung auf ein zirkuläres System werden nicht nur regulatorische oder wirtschaftliche Fragen behandelt – es ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, die mit einer Neubewertung der Frage einhergeht, was in Zukunft welchen Stellenwert für uns hat. Sie beinhaltet dementsprechend auch eine Gesellschaftstransformation. Zirkularität sollte zu einem wesentlichen Leit-, Strukturierungs- und Handlungsprinzip im Wirtschafts- und Gesellschaftssystem werden. Die Kultur- und Kreativwirtschaft liefert für diesen Wertewandel die nötigen Impulse, die weit über die Designwirtschaft hinausgehen, etwa in der Prozessentwicklung, bei zukunftsweisenden Geschäftsmodellen und Produkten.

Aspekte, auf die sich bereits bestehende Lösungen beziehen, sind zum Beispiel Stoffströme, Produktdesigns, Apps und digitale Angebote für Wissenstransfer sowie ressourceneffiziente Produktion. Diese Ansätze sind auch auf andere Branchen übertragbar und spielen eine entscheidende Rolle bei der Förderung eines

Wertewandels hin zu einer zirkulären Gesellschaft. Mit ihrer motivations- und wirkungsorientierten Natur ganz allgemein untermauert die Branche außerdem die positiven Erzählungen, die das Gelingen der Transformation voranbringen. Akteur*innen der Kultur- und Kreativwirtschaft wissen, wie Innovationen und Veränderungen in die Gesellschaft getragen werden können.

Konkret nimmt die Branche in der Kreislaufwirtschaft drei unterschiedliche Rollen ein: Sie erschafft Produkte und Dienstleistungen, die mit den Prinzipien der Kreislaufwirtschaft übereinstimmen, und stellt Geschäftsmodelle zirkulär um (Anwenderin); sie befähigt andere Branchen dazu, zirkuläres Wirtschaften anzuwenden, wobei der Designwirtschaft an dieser Stelle eine besonders wichtige Rolle zukommt (Enablerin); und durch ihre cross-sektorale Vermittlungsfunktion sorgt sie dafür, dass die Kreislaufwirtschaft auch in anderen Bereichen breitere Anwendung findet (Multiplikatorin).

MEHR WIRKUNG FÜR ANSÄTZE AUS DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

Viele Kleinstunternehmer*innen und Selbstständige der Kultur- und Kreativwirtschaft bringen ein breites Innovationsspektrum ein und bieten spannende Ansätze für (Teil-) Lösungen für eine Kreislaufwirtschaft. Diese innovativen Ideen könnten maßgeblich zur Transformation beitragen, doch oft fehlt die Übertragung und Skalierung auf große Unternehmen oder der Austausch mit anderen Industrien, das haben auch die Diskussionen an den Round Tables während des Kreislaufwirtschaftskongresses Ende 2023 als Fazit unterstrichen. Neben dem Raum für Experimente und Innovationen sind weitere Maßnahmen wie gezielte Vernetzung und Impulsangebote erforderlich.

Das Creative Lab hat anschließend gezeigt, wie innovative Experimentier- und Lernräume für Unternehmer*innen der Kultur- und Kreativwirtschaft geschaffen werden können. Durch das Seed Funding und die dreimonatige Begleitung durch Expert*innen aus verschiedenen Disziplinen konnten die Prototypen und Unternehmungen erfolgreich weiterentwickelt und wichtige Kontakte zu Stakeholdern aufgebaut werden. Das Creative Lab gibt auf diese Weise den Projekten die Initialzündung, damit das

Potenzial der Ansätze nicht verloren geht, sondern die Prototypen weiterentwickelt und skaliert werden können.

Formate wie das Creative Lab, die es Gründer*innen und Unternehmer*innen ermöglichen, interdisziplinär und ergebnisoffen an ihren Lösungsansätzen zu arbeiten und umsetzbare Prototypen in die Erprobung zu bringen, sind wichtige Bausteine einer Transformation. Neben den Ergebnissen der fünf Teams im Lab, die einmal mehr konkrete Beispiele für Innovationskraft der Kultur- und Kreativwirtschaft in dem Bereich darstellen, hat die Durchführung des Creative Labs auch neue Erkenntnisse darüber gebracht, wie Innovationen vorangebracht und in ihrer Wirkung gestärkt werden könnten. Diese Erkenntnisse ergänzen die Ergebnisse aus dem Kreislaufwirtschaftskongress.

WIE KANN MEHR WIRKUNG FÜR ANSÄTZE AUS DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT ERREICHT WERDEN?



1 FOKUSSIERTE INNOVATIONS-POLITIK UND VERSTÄRKTE POLITISCHE UNTERSTÜTZUNG

Finanzierungsschwierigkeiten sowie bestehende Regularien stehen oft innovativen Ideen im Wege. Solo-Selbstständige und Kleinstunternehmer*innen bieten auch in zeitlich kürzer begrenzten Projekten (wie dem Creative Lab) schnelle Innovationserfolge, die jedoch noch nicht ausreichend sichtbar werden. Folglich wird ihre Innovationskraft nicht ausreichend in die breite Wirtschaft integriert, obwohl die Akteur*innen wertvolle Lösungsansätze bieten können.

2 FÖRDERUNG VON KOOPERATIONEN ZWISCHEN KULTUR- UND KREATIV-WIRTSCHAFT UND MITTELSTÄNDISCHEN UNTERNEHMEN

In der Kultur- und Kreativwirtschaft entstehen stetig neue Ideen und Lösungsansätze, die mit der richtigen Kooperation und Unterstützung einen erheblichen Beitrag zur Kreislaufwirtschaft leisten können. Damit dieses Potenzial optimal genutzt wird, sind jedoch spezifische Rahmenbedingungen und Fördermaßnahmen notwendig. Die Gewährung zusätzlicher Steuergutschriften für Forschung und Entwicklung (F&E), die gezielt dem

Umweltschutz dienen, könnte innovative Ansätze weiter vorantreiben. Ein denkbarer Ansatz wäre die Schaffung von Anreizen zur Zusammenarbeit, beispielsweise durch Steuererleichterungen für größere Unternehmen, die in kleinere Unternehmen – insbesondere aus der Kultur- und Kreativwirtschaft – investieren oder mit ihnen gemeinsam an Forschungs- und Entwicklungsprojekten arbeiten. Auf diese Weise können beispielsweise Kooperationen zwischen mittelständischen Unternehmen traditioneller Industrie- und Wirtschaftszweige und Kreativunternehmen bei der gemeinsamen Entwicklung nachhaltiger beziehungsweise kreislauffähiger Produkte und Geschäftsmodelle gefördert werden. Ein Beispiel hierfür ist das Research and Development Expenditure Credit (RDEC) Scheme im Vereinigten Königreich.

3 FLEXIBILITÄT IN FÖRDERLOGIKEN

Experimentierräume ermöglichen es Kleinstunternehmer*innen und Solo-selbstständigen, mit ihren Innovationen und Ideen sichtbar zu werden. Das setzt voraus, dass die Fördermaßnahmen und Unterstützungsangebote offen dafür sind, Neues und Unerwartetes zu ermöglichen. Bestehende Förderlogiken sind für die Kultur- und Kreativwirtschaft durch ihre Kleinteiligkeit und die oft schwierige

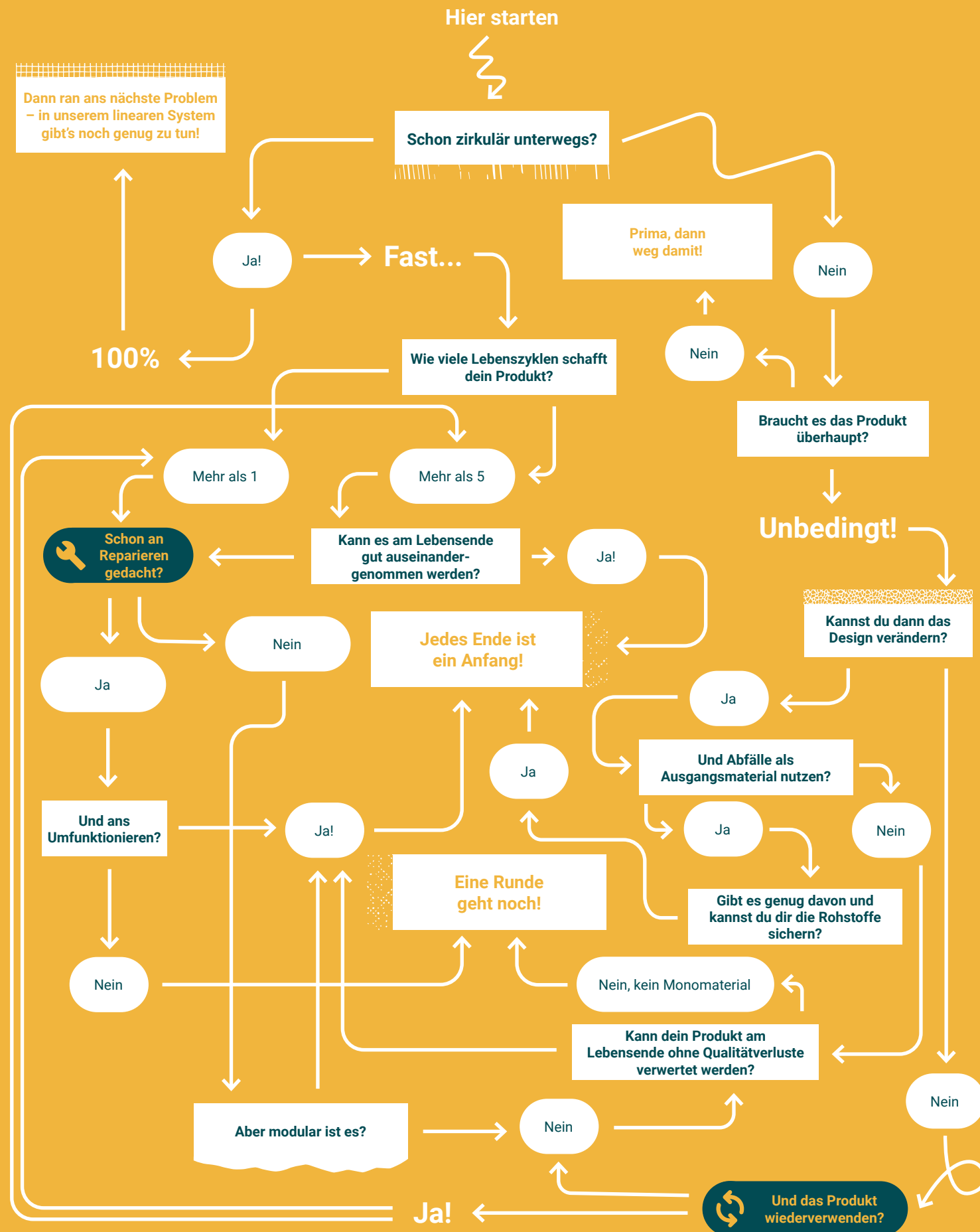
Zuordnung einer (Teil-)Branche oft unpassend. Dadurch wird wichtiges Innovationspotenzial nicht ausreichend ausgeschöpft und genutzt.

4 ERLEICHTERUNG DER BÜROKRATIE

Um Innovationsprojekte schneller umsetzen zu können, sollten Genehmigungsprozesse vereinfacht und regulatorische Hürden für Kleinstunternehmer*innen und Solo-Selbstständige der Kultur- und Kreativwirtschaft reduziert werden. Dies könnte durch die Anpassung von Genehmigungskriterien an die Größe und den Umfang der Projekte erreicht werden, um sicherzustellen, dass kleinere Innovationsvorhaben nicht denselben umfangreichen Prüfungen unterliegen wie Großprojekte. Es können zentrale Anlaufstellen eingerichtet werden, die als Ansprechpartner*innen für alle bürokratischen Belange fungieren, Antragsteller*innen durch den gesamten Prozess begleiten und sie bei der Erfüllung der Anforderungen unterstützen. Durch die Einführung verbindlicher Fristen für die Bearbeitung von Anträgen können langwierige Wartezeiten vermieden und Planungssicherheit geschaffen werden. Beispielsweise könnte ein gesetzlicher Rahmen vorgeben, dass Anträge für Innovationsvorhaben innerhalb von dreißig Tagen bearbeitet werden müssen.

Die Auseinandersetzung des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes mit dem zirkulären Wirtschaften hat gezeigt, dass die Entscheidung, zirkulär zu wirtschaften, vor allem eine Frage der Haltung ist, bei der die Kultur- und Kreativwirtschaft erheblich viel beitragen kann. Es bedarf allerdings noch weitaus mehr Akteur*innen, die sich dem Thema widmen, Visionen, Ideen und Lösungen entwickeln und Kooperationen eingehen wollen. Vor uns liegt noch ein langer Transformationsprozess mit vielen Hürden, die überwunden werden müssen. Doch es kristallisieren sich auch immer deutlicher die Stellschrauben heraus, an denen Veränderungen möglich sind – um der zirkulären Zukunft näherzukommen.

How to Creative Circularity



Impressum

Erstellt im Auftrag des

Bundesministeriums für Wirtschaft
und Klimaschutz (BMWK)
11019 Berlin
www.bmwk.de
Stand: September 2024

Redaktion und Text

Wiebke Müller (Redaktionsleitung)
Anna-Magdalena Dimanski
Stanislav Matiychyn
Linn Filous
Max Mauracher
Lorenz Ottilinger
Sarah Längen

Lektorat

Christoph Martin Grosser

Design und Layout

NEW STANDARD.STUDIO

Fotos

Sebastian Glowinski

Kontakt

Kompetenzzentrum Kultur- und
Kreativwirtschaft des Bundes
u-institut GmbH & Co. KG
Jägerstraße 65
10117 Berlin
T +49 (0) 30 20 88 89 1-30
F +49 (0) 30 20 88 89 1-69
E presse@kreativ-bund.de

Disclaimer

Gastbeiträge und Zitate der Expert*innen spiegeln im Detail
nicht zwangsläufig die Position des Kompetenzzentrums
Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes wider.

Danksagung

Awareness-Beratung

Das Beratungskollektiv DisCheck berät und
unterstützt Unternehmen, Institutionen,
Organisation und alle Menschen, die ihre
Medieninhalte und interne Strukturen dis-
kriminierungssensibel, intersektional und
authentisch divers gestalten wollen.
www.discheck.de

Danke an alle Jury-Mitglieder, Mentor*innen und Expert*innen der Round Tables:

Wiebke Ahues	Nicole Loeser
Meike Al-Habash	Kai Meier
Pascal Becher	Steven Molloy
Anna Behrendt	Ulrike Müller
Sophia von Bonin	Julian Nachtigall-Lechner
Mirjam Born	Katrin Oeding
Carolyn Braun	Meike Onnen
Christine Braun	Dina Padalkina
Lisa Cerny	Florian Pfeffer
Bianca Creutz	Dirk Pieper
Katrin Dauer	Aileen Puhlmann
Frauke Dornberg	Julia Rädler
Fanni Florian	Merle Remy
Nancy Frehse	Dr. Jean-François Renault
Hannes Fütting	Dr. Claudia Ritter
Amelie Graf	Heiko Rittweger
Nora Sophie Griefahn	Nicole Sachse-Handke
Catherine Hansmann	Bigna Salzmann
Rafael Heim	Liza Sander
Johannes Hilla	Aline de la Sauce
Nadja Hempel	Magdalena Schaffrin
Sandra Henze	Melanie Schichan
Lars Hofmann	Ines Schiller
Sebastian Hoppe	Max Schmiel
Tim Horstmann	Juliane Schöning
Jörg Hugo	Carsten Schöneich
Sylvia Hustedt	Katharina Schumacher
Thorsten Jahnke	Sebastian Seibel
Robin Kabelitz-Bock	Dr. Christoph Soukup
Lilia Kleemann	Sven Stornebel
Monika Kolb	Anna-Katharina Stumpf
Matthias Koller	Isabel Thoma
Marcus König	Freia Torge
Bjoern Krass-Koenitz	Paul Szabó-Müller
Dr. Melanie Kröger	Friederike von Wedel-Parlow
Andre Kube	Ines Weigand
Dr. Marianne Kuhlmann	Dr. Michael Weltzin
Carsten Kuschnerus	Prof. Dr. Henning Wilts
Eveline Lemke	Aaron Widdig
Ben Lenger	Fredericke Winkler
Sören Lenz	Katrin Wipper
Barbara-Maria Lüder	Yolanda von Zitzewitz
Sarah Längen	Carola Zwick

