ECONSTOR
Make Your Publications Visible.

A Service of

ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Ibert, Oliver; Brinks, Verena; Schmidt, Suntje

Research Report

Do It! Partizipation und Innovation durch „Machen“ in Open Creative Labs: Politische Gestaltungsaufgaben und Förderoptionen

IRS Dialog, No. 1/2018

Provided in Cooperation with:
Leibniz Institute for Research on Society and Space (IRS)

Suggested Citation: Ibert, Oliver; Brinks, Verena; Schmidt, Suntje (2018) : Do It! Partizipation und Innovation durch „Machen“ in Open Creative Labs: Politische Gestaltungsaufgaben und Förderoptionen, IRS Dialog, No. 1/2018, Leibniz-Institut für Raumbezogene Sozialforschung (IRS), Erkner, https://leibniz-irs.de/fileadmin/user_upload/Transferpublikationen/2018_Policy-Paper_Do-it.pdf

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/222306

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

IRS DIALOG

1 | 2018

Policy Paper

Do It!

Partizipation und Innovation durch „Machen" in Open Creative Labs

Politische Gestaltungsaufgaben und Förderoptionen

Oliver Ibert, Verena Brinks, Suntje Schmidt

IRS Leibniz-Institut für Raumbezogene Sozialforschung

Do It! Partizipation und Innovation durch „Machen“ in Open Creative Labs. Politische Gestaltungsaufgaben und Förderoptionen

Impressum:

Text: Oliver Ibert, Verena Brinks und Suntje Schmidt
unter Mitarbeit von: Juliane Kühn und Andreas Kuebart

Layout: Henrika Prochnow
Illustration Titel: ivan moglilevchik/fotolia.de

Forschungsabteilung Dynamiken von Wirtschaftsräumen
Leibniz-Institut für Raumbezogene Sozialforschung (IRS)
Flakenstr. 29-31
15537 Erkner
www.leibniz-irs.de

ISSN 2701-228X

Danksagung:

Ein besonderer Dank gilt all unseren Interviewpartnerinnen und Intervierpartnern, die uns Einblicke in ihre Praktiken in Open Creative Labs gegeben haben und so unsere Forschung ermöglichten. Wir bedanken uns zudem bei allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern unserer Abschlusskonferenz „Partizipation durch Machen. Open Creative Labs als Zwischenorte für Innovationen“, die am 23. Juni 2017 in Berlin stattgefunden hat, für ihre wertvollen und konstruktiven Beiträge, insbesondere bei unseren Panel-Diskutantinnen und Diskutanten Anne Bergner, Leonhard Dobusch, Martin Laarmann und Anni Roolf.

Das Projekt wurde vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), im Rahmen der Innovations- und Technikanalyse (ITA) gefördert. Projekte, die in diesem Rahmen gefördert werden, verfolgen das Ziel, fachübergreifend gesellschaft-lich relevante Themen hinsichtlich ihrer Chancen und Risiken zu analysieren. Dabei bewegen sich die Projekte im Spannungsfeld zwischen technologischen Möglich-keiten, gesellschaftlichen Wertevorstellungen und wirtschaftlichen Anforderungen.

Erkner, Mai 2018

IRS Leibniz-Institut für Raumbezogene Sozialforschung

GEFÖRDERT VOM
Bundesministerium für Bildung und Forschung

Inhalt

Vorbemerkung 4

Einleitung 4

Open Creative Labs – eine Begriffsannäherung 5

Zentrale Forschungsergebnisse 6

- Methodisches Vorgehen 6
- Open Creative Labs in Deutschland. Ein Überblick 6
- Partizipatives Potential von Open Creative Labs 7
- Innovatives Potential von Open Creative Labs 9

Politische Gestaltungsaufgaben und Förderoptionen 10

- Allgemeine strategische Orientierungen 10
- Ressortspezifische Gestaltungsmöglichkeiten 12

Vorbemerkung

Das vorliegende Paper markiert den Abschluss des zweijährigen Forschungsprojektes „Open Creative Labs in Deutschland: Typologisierung, Verbreitung, Entwicklungsbedingungen und politische Gestaltung“ (08/2015-10/2017). Das Projekt wurde im Rahmen der Innovation- und Technikanalyse des Bundesministeriums für Bildung und Forschung gefördert. Ziel der vorliegenden Ausführungen ist es, ausgehend von den zentralen Ergebnissen des Projektes politische Gestaltungsmöglichkeiten und Förderoptionen auszuleuchten.

In dem Projekt ging es darum, die Bandbreite von Open Creative Labs in deutschen Metropolregionen zu erheben, zu beschreiben und deren Potential zur Partizipation von Bürgerinnen und Bürgern an technologischen Prozessen und innovativen Projekten zu verstehen. Diese Erkenntnisse bilden eine Entscheidungsgrundlage für Politikgestalterinnen und -gestalter auf Bundes-, Landes- und kommunaler Ebene. Vor dem Hintergrund der Projektergebnisse zeichnet sich eine besondere Relevanz in den Bereichen Wissenschaft und Forschung, (Schul-)Bildung, Wirtschaft sowie Stadt- und Regionalentwicklung ab. Darüber hinaus fallen Open Creative Labs mit ihren Besonderheiten in die Verantwortung von mehreren Ressorts. Deswegen sind integrierte, ressortübergreifende Politikansätze von besonderer Bedeutung.

Einleitung

Open Creative Lab ist ein neu geschaffener Dachbegriff, der eine große Bandbreite an auf Offenheit, Teilhabe, Gemeinschaft, Partizipation und kreativen Schaffens ausgerichtete Orte überspannt. Hierzu zählen beispielsweise offene Werkstätten, Maker und Hacker Spaces, Coworking Spaces ebenso wie startup Acceleratoren und Inkubatoren. Der Begriff Open Creative Lab benennt dabei neue Formen des temporären Organisierens, die auch neue Räumlichkeiten mit sich bringen. Diese neuen Formen des Organisierens und Zusammenarbeitens speisen sich aus verschiedenen gesellschaftlichen Bewegungen, etwa der „Maker“ oder der DIY (do-it-yourself) -Bewegung. Sie antworten auf gesellschaftliche Umstrukturierungen in der Arbeitswelt, etwa der Ausweitung von Projektarbeit, Diversifizierung von Arbeitstypen oder der Entgrenzung von Karrieren. Dementsprechend heterogen ist der Jargon, der sich um Open Creative Labs herum herausgebildet hat.

In den verschiedenen öffentlichen Diskursen um Open Creative Labs überwiegt ein optimistischer Ton. Diese Orte werden für ihre Innovativität genauso gepriesen wie für die erweiterten Möglichkeiten zur Partizipation von Bürgerinnen und Bürgern an Prozessen der problembezogenen Forschung und Technologieentwicklung. Auch im politischen Raum verzeichnen Lab-Formate eine enorme Konjunktur. Während noch vor einigen Jahren politisch-administrative Akteure vor allem einen neugierigen und v.a. fragenden Blick auf dieses neue, sich dynamisch verändernde Phänomen geworfen haben, wird es heute bereits intensiv politisch gefördert (z.B. Digital Hubs in Deutschland, BMWi; Innovative Hochschule, BMBF; Lab-Programm der Helmholtz-Gesellschaft). Im verstärkten Drang zum Handeln hält das Verstehen des Phänomens kaum mehr Schritt.

Open Creative Labs – eine Begriffsannäherung

Mit dem neu geschaffenen Begriff Open Creative Lab kommt unser Anliegen zum Ausdruck, erstens das Wesen des Neuen so präzise wie möglich einzufangen, zweitens, einen Begriff zu etablieren, der die Breite, Diversität und Heterogenität von praktischen Ausdruckformen einfängt, und drittens, sich bewusst von Jargons einzelner Strömungen zu lösen. Im Laufe unserer Forschungen hat sich gezeigt, dass sich die Praktiken in Open Creative Labs wie folgt spezifizieren lassen:

- Kuratierte Offenheit: Der behaupteten Offenheit stehen oft subtile Formen des sozial selektiven Gewährens von Zutritt gegenüber. Etablierte formale Kriterien wie Qualifikation, sozio-ökonomischer Hintergrund oder Einkommen spielen explizit keine Rolle. Wenn eine Eintrittskontrolle zum Tragen kommt, dann eher über Kriterien wie Passfähigkeit der Person und ihrer Ideen zur vorhandenen Gruppe der Nutzerinnen und Nutzer und zu den bereits in der Umsetzung befindlichen Projekten. Zugleich wirken informelle Formen sozialer Selektion, bspw. indem das Design der Orte symbolische Schranken bildet. Auch wirken sich explizite Erwartungen von Kreativität und das Propagieren von Experimentieren auf verschiedene potenzielle Gruppen von Nutzerinnen und Nutzern unterschiedlich aus. Soziales Kuratieren beinhaltet dabei stärker Selbstausgrenzung als Fremdausgrenzung.
- Temporalität: Open Creative Labs sind permanente Organisationen, die einen zeitlich befristeten Zugang zu Arbeitsplätzen und technischen Infrastrukturen anbieten. Die Zeitlichkeit kommt sehr gut zum Ausdruck in der Verschiebung von lang- und mittelfristigen Mietverträgen hin zu Eintrittskarten für eher kurz- und mittelfristige Nutzungen.
- Nutzergetriebene Projekte: Nutzerinnen und Nutzer bestimmen dabei selber, für welche kreative Tätigkeit sie die verfügbaren Strukturen einsetzen.
- Virtuell-analoge Polarisierung: Die materielle Arbeitsumgebung ist sehr sorgfältig gestaltet (und dadurch ebenfalls kuratiert) und wird in ihrer Bedeutung ästhetisch überhöht. Zugleich herrschen gesteigerte Möglichkeiten für medial vermittelte Interaktion innerhalb der Open Creative Labs und über die Organisationsgrenzen hinweg.
- Heterotopische Orte: Innerhalb der Open Creative Labs gelten Regeln für und Erwartungen an die praktizierten Umgangsformen, die explizit als lokal begrenzte Alternative zu vorherrschenden Regeln und Erwartungen aufgestellt werden.
- Unvollständigkeit: Open Creative Labs sind unvollständige Orte, weil sie sich in einem offenen Prozess des Werdens und Wandels befinden. Nutzerinnen und Nutzer tragen kontinuierlich dazu bei, lose Enden von offenen Projekten oder hinterlassenen Artefakten aufzunehmen und weiterzuführen.
- Liminale Orte: Open Creative Labs sind Orte des Übergangs für ihre Nutzerinnen und Nutzer, die sich zwischen dem Eintritt und Austritt weiterentwickeln. Die Zwischenzeit ist durch die Überlagerung von der zurückgelassenen Normalität einerseits und des noch nicht erreichten neuen Status andererseits geprägt.

Zentrale Forschungsergebnisse

Methodisches Vorgehen

Das Projekt verfolgte zwei zentrale Ziele: Erstens sollte die Bandbreite an Open Creative Labs in den deutschen Metropolregionen beschrieben werden. Zweitens sollte sowohl das innovative wie auch das partizipative Potential dieser Orte eingeschätzt werden.

In einem ersten Forschungsschritt wurden über eine intensive Desktop Recherche Open Creative Labs in den elf deutschen Metropolregionen in Deutschland erhoben. Über eine explorative Clusteranalyse konnten diese typisiert werden. In einem zweiten Schritt wurden leitfadengestützte Interviews mit Betreiberinnen und Betreibern sowie Nutzerinnen und Nutzern von Open Creative Labs geführt. Für jeden der identifizierten Typen wurde ein Fall exemplarisch in der Metropolregion Berlin-Brandenburg oder der Metropolregion München ausgewählt. Mit Hilfe der Interviews wurde rekonstruiert, welche Rolle das jeweilige Lab in einem Innovationsprozess gespielt hat und welche Potentiale und Möglichkeiten der Partizipation sich für die Nutzerinnen und Nutzer der Labs eröffnen. Im dritten Schritt wurden schließlich Zwischenergebnisse mit einem erweiterten Expertenkreis kritisch reflektiert, beispielsweise auf der re:publica 2016, der Maker Fair 2017, dem Workshop „Werkstätten des Wandels“ 2017 und der Abschlusskonferenz des Projekte im Juni 2017. Die zentralen Ergebnisse werden im Folgenden kurz zusammengefasst[1].

Open Creative Labs in Deutschland. Ein Überblick

Insgesamt konnten 357 (Stand März 2016) Open Creative Labs in den deutschen Metropolregionen identifiziert werden. Innerhalb dieser Gesamtmenge konnten sechs Typen unterschieden werden. Grob lässt sich unterscheiden zwischen Labs, in denen erwerbsorientiertes Arbeiten im Vordergrund steht (Working Labs) und zweitens jenen Labs, in denen Strukturen für Experimentieren und Basteln angeboten werden (Experimentation Labs). Zudem können diese beiden Teilgruppen weiter danach unterteilt werden, wie sie Offenheit operationalisieren. Generic Labs erlauben vielfältige und wechselnde Kreativprozesse, während Thematic Labs einen engen thematischen Fokus setzen. Competitive Labs zeichnen sich durch ein ausgeprägtes Kuratieren aus, durch welches nur jenen Zugang gewährt wird, deren Ideen sich im Wettbewerb durchzusetzen.

Insgesamt sind die Labs ungleichmäßig über die Metropolregionen verteilt mit einer ausgeprägten Konzentration in Berlin (100 Labs; das entspricht 3,5 Labs auf 100.000 Erwerbstätige). Gewichtete Zahlen zeigen zudem, dass auch die polyzentrische Metropolregion Mitteldeutschland, mit den Städten Chemnitz, Dresden, Halle, Jena, Leipzig und Magdeburg, überdurchschnittlich viele Labs pro Erwerbstätigen aufweist (2,3 Labs auf 100.000 Erwerbstätige). Traditionell konkurrenzfähige Standorte der Kreativ- und Wissensökonomie, wie z.B. Stuttgart (0,7 Labs auf 100.000 Erwerbs-

1 Die Ergebnisse der ersten Forschungsphase sind bereits veröffentlicht und können hier eingesehen werden: leibniz-irs.de/fileadmin/user_upload/Transferpublikationen/2017-Open_Creative_Labs_in_Deutschland-Typologisierung__Verbreitung_und_Entwicklungsbedingungen.pdf

tätige) oder München (1,1 Labs auf 100.000 Erwerbstätige), weisen hingegen überraschend geringe Zahlen auf. Innerhalb der Metropolregionen konzentrieren sich die Labs in den zentralen Bereichen der metropolitanen Kernstädte sowie in jenen Stadtquartieren, die durch deutliche Aufwertungsprozesse (Gentrifizierung) gekennzeichnet sind.

Allgemein lässt sich konstatieren, dass die quantitative Entwicklung von Open Creative Labs sehr dynamisch ist. Die erhobene zahlenmäßige Verteilung von Labs in den deutschen Metropolregionen stellt dementsprechend eine Momentaufnahme vom März 2016 dar, die sich im Zuge der Weiterentwicklung sowie auch einer beginnenden Konsolidierung, Konzentration und Professionalisierung des Feldes (man denke hier etwa an das US-amerikanische Startup „WeWork“, das sich auf die Vermietung temporärer Arbeitsflächen spezialisiert hat) sicherlich verändert hat.

Partizipatives Potential von Open Creative Labs

Wir begreifen Partizipation sehr generisch als erweiterte Möglichkeiten von Bürgerinnen und Bürgern gesellschaftliche Entwicklungen aktiv und im Sinne ihrer unmittelbaren Interessen mitzugestalten. Wichtige Elemente der Teilhabe stellen der Zugang zu Wissen und Technologien, die Befähigung, diese Technologie zu verstehen und für sich nutzbar zu machen sowie die Möglichkeiten, selbst Prozesse der Technologieentwicklung mit zu gestalten (z.B. indem neue Formen von Arbeiten oder Kooperation getestet werden). Eine erweiterte Partizipation kann dabei entlang zweier Dimensionen gemessen werden:

Erstens, in erweiterte Möglichkeiten für Bürgerinnen und Bürger, den eigenen Handlungsraum zu vergrößern, sowie frühzeitig selbst Gestaltungsprozesse einzuleiten und mitzuprägen (Vertiefung).

Zweitens kann sich die soziale Reichweite von Beteiligung erweitern, indem Gruppen aktiviert werden, ihre Interessen in Gestaltungsprozesse einzubringen, die ansonsten oft unterrepräsentiert sind (Verbreitung).

Vor diesem Hintergrund haben unsere Interviews mit Betreiberinnen und Betreibern, Nutzerinnen und Nutzern folgende Partizipationspotentiale aufgezeigt:

- Soziale Konstruktion von Wert: Wirtschaftliche Aktivitäten sind nur eine Form der wertschöpfenden Tätigkeiten in Open Creative Labs. Wichtiger sind andere Formen der Wertkonstruktion, wie etwa „Sinnhaftigkeit“, „soziale Anerkennung“ oder auch eine inspirierende Arbeitsatmosphäre.
- „Machen“: Die durch Open Creative Labs geförderte Teilhabe an gesellschaftlichen Entwicklungen lässt sich durch den Begriff des Machens spezifizieren. Es geht insbesondere darum, die Fähigkeit zu erwerben, selber Probleme zu definieren, Technologie zu entwickeln und für sich nutzbar zu machen sowie an individuellen oder kollektiven Lösungen zu basteln.
- Vergemeinschaftung: Da in Open Creative Labs Individuen aufeinandertreffen, die ein gemeinsames Interesse teilen, können diese Orte zu lokalen Ankern von Gemeinschaften werden und damit die Voraussetzungen für Prozesse der Ver-

gemeinschaftung stärken. Die Schaffung und Gestaltung eines gemeinsamen Ortes kann zudem für die dort organisierten Gemeinschaften Anlässe zur Artikulation von geteilten Interessen bieten.

- Teilen: Die Nutzung von Labs eröffnet Laien den Zugang zu moderner Technologie sowie zu gut ausgestatteten Werkstätten.
- Lernorte: Nutzerinnen und Nutzer haben die Chance, sich durch ihr Wirken technische Fähigkeiten und Wissen anzueignen, die wiederum ihre persönlichen Handlungsmöglichkeiten erweitern. Oft handelt es sich dabei eher um Kompetenzen und nicht um formalisierte Qualifikationen.
- Inszenierte Gegenwelten: Einige Open Creative Labs inszenieren für ihre jeweilige Lokalität eine kleine abgeschlossene Welt des Kontrafaktischen. Teilweise gelten in ihnen andere, oft explizit alternative Regeln und Werte als außerhalb ihrer Mauern, die von den Nutzerinnen und Nutzern gemeinsam ausgehandelt, formuliert und auch kontrolliert werden. In ihnen können Minderheiteninteressen, etwa in Bezug auf neue Formen des Arbeitens, besondere Betroffenheit von Problemen oder Begeisterung zu Sparten-Themen sich lokal zu Mehrheitsinteressen versammeln.
- Soziale Offenheit: Open Creative Labs sind grundsätzlich offen für alle Nutzerinnen und Nutzer und bieten dadurch ein hohes Potential, die soziale Reichweite an Personen auszuweiten, die sich an Forschung und Technologieentwicklung beteiligen wollen. Dieses Potential wird aber in den seltensten Fällen ausgeschöpft, denn die soziale Offenheit wird eingeschränkt durch eine selektive Ansprache unterschiedlicher Gruppen durch die thematische Spezialisierung sowie durch symbolische Barrieren (soziales Kuratieren). Die Zusammensetzung der Nutzerinnen und Nutzer nach sozial-strukturellen Parametern unterschiedet sich sehr stark in Abhängigkeit von den zentralen Themen, die in den Labs verhandelt werden. Sie ist dabei selten ausgewogen, geschweige denn repräsentativ für den Durchschnitt der Gesellschaft.

Zusammenfassend können erhebliche Partizipationspotenziale konstatiert werden, die sich in Form des „Machens“ spezifizieren. Aufgrund der Orientierung am „Machen“ erscheint das Potenzial der Vertiefung zunächst größer als jenes zur Verbreiterung der sozialen Reichweite. Trotz genereller Offenheit wirken Open Creative Labs sozial hochgradig exklusiv. Tendenziell werden räumlich verteilte Gruppen mit Sparteninteressen adressiert.

Der Fokus auf Vertiefung der Partizipationsmöglichkeiten für Wenige gilt allerdings insbesondere dann, wenn Open Creative Labs jeweils für sich einzeln betrachtet werden. Wird hingegen die Gesamtheit der Szene an Open Creative Labs betrachtet, erweitert sich die soziale Reichweite von Partizipation beträchtlich. Es entsteht der Eindruck einer bunten Vielfalt an erweiterten Teilhabemöglichkeiten für viele, sehr unterschiedliche gesellschaftliche Teilgruppen, oft Gruppen mit Minderheiteninteressen. Leider existieren (noch) keine Daten zur sozial-strukturellen Zusammensetzung von Nutzerinnen und Nutzern von Open Creative Labs, die es erlauben, konkretere Angaben zur Breite der Partizipation zu machen. Auf der Basis von Beobachtungen sowie Eindrücken unserer Interviewpartner muss jedoch konstatiert werden, dass diese Buntheit allerdings nicht darüber hinwegtäuschen darf, dass viele Gruppen in

Open Creative Labs unterrepräsentiert sind und von ihrer Existenz demnach auch nicht profitieren. Über alle Typen und Einzelfälle hinweg fällt auf, dass jüngere, gut qualifizierte, männliche Nutzer ohne Migrationshintergrund dominieren.

Innovatives Potential von Open Creative Labs

Wir verstehen Innovationen als einen sozialen Prozess im Zuge dessen neue Kombinationen von Elementen zu neuen praktischen Lösungen zusammengefügt werden. Dieser Prozess ist durch Phasen mit Brüchen und kritischen Übergängen gekennzeichnet. Unterschiedliche Phasen sind durch jeweils unterschiedliche Herausforderungen gekennzeichnet, so dass Innovationsprozesse immer wieder auch das sozial-räumliche Umfeld wechseln müssen.

Wir verstehen darüber hinaus Innovationen als nicht notwendigerweise beschränkt auf die ökonomische Sphäre. Soziale Innovationen, als eine neuerdings stark diskutierte Sonderform von Innovationen, sind durch die Motivation der Akteure, das gesellschaftliche Zusammenleben zu verbessern, definiert. Im Unterschied zum engeren Innovationsverständnis spielen bei sozialen Innovationen extrinsische monetäre Anreize eine untergeordnete Rolle. Weiterhin sind Innovationen explizit weder auf Technik noch auf neue Produkte beschränkt. Es können auch innovative Dienstleistungen sein. Schließlich sind Innovationen nicht beschränkt auf professionelle Experten, wichtig, zum Teil sogar treibend, können auch Nutzerinnen und Nutzer sein (nutzergetriebene Innovation).

Auch wenn kreative Praktiken in Open Creative Labs dominieren, so sind Innovationen (i.S.v. in der Praxis implementierter neuer Kombinationen) in Open Creative Labs keineswegs selbstverständlich. Auch in diesem Kontext sind Innovationen Ausnahmen und nicht die Regel. Diese Erkenntnis war insofern überraschend, als dass Open Creative Labs oft als besonders innovative Orte thematisiert werden und entsprechende Erwartungen wecken. Ein weiterer Befund war der, dass auf Seiten der Nutzerinnen und Nutzer sowie der Betreiberinnen und Betreiber auch häufig kein explizites Interesse an der Hervorbringung von Innovationen formuliert wurde. Vielmehr steht die interessengeleitete Auseinandersetzung mit Themen und Technologien sowie das Finden und Umsetzen von kreativen Problemlösungen im Vordergrund („Machen“). Wir haben solche Entwicklungen als Innovationen untersucht, bei denen eine Ausweitung der erarbeiteten kreativen Lösung von persönlichen Nutzungskontexten stattgefunden hat oder zumindest erste Schritte in diese Richtung unternommen wurden.

Für die von uns empirisch genauer untersuchten vier Innovationsverläufe dienten Open Creative Labs zweimal als „Ausgangspunkt“, also Ort der Ideengenerierung. In allen vier Innovationsprozessen waren sie wichtige Ressourcen, die komplementäre Expertise, kompetente Anwenderinnen und Anwender, Werkzeuge und Materialien geliefert haben. In ihnen fanden in jedem Fall kritische Entwicklungsschritte statt. Die identifizierten Innovationen können sowohl als gemeinschaftliche als auch als individuelle Innovationsprojekte bezeichnet werden. Es können kommerzielle und soziale Innovationen vom Lab-Kontext profitieren.

Zusammenfassend kann konstatiert werden, dass Open Creative Labs bestehende Gelegenheitsstrukturen zur Innovation um einen neuen Typus erweitern. Wird veranschlagt, dass Innovationsprozesse durch kritische Phasenübergänge gekennzeichnet sind, so können Open Creative Labs die Wahrscheinlichkeit erhöhen, dass ein solcher Prozess nicht abbricht.

Politische Gestaltungsaufgaben und Förderoptionen

Unsere Befunde zeigen, dass Open Creative Labs einen gesellschaftlichen Wert entfalten, der sich zum einen an Interessen des Gemeinwohls kristallisiert und der kreative Impulse setzt, aus denen unternehmerische wie auch innovative Ideen erwachsen können. Die daraus ableitbaren politischen Gestaltungsaufgaben der Förderung von Open Creative Labs sollten in der strategischen Ausrichtung die Besonderheiten dieser Orte reflektieren.

Zwei Korridore für eine politische Gestaltung zeichnen sich ab: Erstens können allgemeine strategische, ressortübergreifende Orientierungen angeboten werden. Zweitens lassen sich Schwerpunkte identifizieren, die besondere Aufmerksamkeit einiger politischer Ressorts bedürfen.

Allgemeine strategische Orientierungen

1. Informationskampagnen für Open Creative Labs

Open Creative Labs sind nach wie vor neue Phänomene. In der breiteren Bevölkerung, aber auch innerhalb des politisch-administrativen Systems, dürfte es zu ihnen stark unterschiedliche Wissensstände geben. Dies wird noch durch den Umstand verstärkt, dass es bisher kein klares, geschweige denn einheitliche Formulierungen gibt. Vertreterinnen und Vertreter der Praxis äußern vor diesem Hintergrund ein Bedürfnis nach einer **Kommunikationskampagne mit gesellschaftlicher Reichweite**, um Verständnis bei Bürgerinnen und Bürgern, innerhalb von Politik und Verwaltung sowie bei potenziellen Gruppen an Nutzerinnen und Nutzern zu schaffen. Hierfür wäre es besonders wichtig, Prominente für zentrale Events zu gewinnen. Beispielsweise verschaffte der ehemalige US-Präsident Barack Obama durch seine Eröffnung der White House Maker Faire 2014 der Maker Community eine herausragende Sichtbarkeit. Ziel solcher Maßnahmen sollte es sein, sowohl die gesellschaftlichen Werte von Open Creative Labs zu verdeutlichen, gleichzeitig aber auch deren Reichweiten und Grenzen aufzuzeigen, um keine überhöhten Erwartungen zu erzeugen.

2. Freiräume ermöglichen durch verbesserte Rahmenbedingungen für bottom-up Initiativen

Vor allem Experimentierlabs, aber auch einige Working Labs sind aus bottom-up Initiativen entstanden, durch die Individuen oder Gruppen für ihre Bedürfnisse einen räumlichen und organisatorischen Kontext schufen. Im Zentrum dieser Initiativen steht die autonome Verwirklichung eigener, oft nicht-kommerzieller Ideale. Diese Unabhängigkeit von öffentlichen (und privatwirtschaftlichen) Zuwendungen macht

eine wesentliche Qualität dieser Initiativen aus. In der Praxis lassen sich vielfältige Modelle der Trägerschaft identifizieren, die vor allem in Form eines Mission Statements die Ziele der Initiativen formulieren. Diese Vielfalt erschwert die Adressierung durch Programme, da diese Annahmen über die Verfasstheit ihrer Adressaten treffen und somit oft unbeabsichtigt Adressaten aus formalen Gründen ausschließen. Aufgrund dieser Spezifika (Autonomie und Vielfalt der Trägerschaft) sollte von einer direkten Förderung (z.B. durch Zuwendungen) abgesehen werden. Geeigneter erscheinen vielmehr Formen der **Kontextsteuerung**, zum Beispiel in Form von Beratungen oder der Verfügbarmachung von städtischen Immobilien. Monetäre Zuwendungen an Dachorganisationen kommen bottom-up Initiativen ebenfalls indirekt zu Gute.

3. Professionalisierung von Lab-Akteuren unterstützen

In der Lab-Szene wird ein starkes Bedürfnis nach mehr Professionalisierung geäußert. Vor allem bottom-up Initiativen erfinden für sich oft das Rad jeweils immer wieder neu, zum Beispiel in Bezug auf Geschäftsmodelle, Kooperationsverträge oder Nutzungsvereinbarungen. Dies wird durch die oben bereits genannte Vielfalt an Modellen der Trägerschaft mitverursacht. Hierfür könnten zum Beispiel Standards entwickelt werden, die in Form von „**Blueprints bewährter Modelle**“ Lab-Initiatorinnen und Initiatoren verfügbar gemacht werden. Auch die Unterstützung einer (von den Open Creative Labs initiierten) Vernetzung mit dem Ziel, Erfahrungen im Umgang mit dem institutionellen Umfeld auszutauschen und Formen hierfür zu entwickeln, kann Teil einer solchen Förderstrategie sein.

Betreiberinnen und Betreiber von Open Creative Labs entwickeln im Zuge ihrer Tätigkeit ein berufsbezogenes Profil, welches sich z.B. als „Community Manager“ oder „Ökosystemmanager“ beschreiben ließe. Ihre Qualifikationen erlangen diese Manager-Typen durch „learning by doing“ und „on-the-job“. Obwohl sie dadurch Kompetenzen erlangen, die mit formalen Abschlüssen vergleichbar sind und darüber hinausgehen, fällt es diesen Erwerbstätigen schwer, ihre Qualifizierung in gängigen Bewerbungsschreiben zu untermauern. Das derzeitige Praxiswissen zum Management und zur Bildung von Communities sollte systematisch für die **berufliche Qualifizierung** aufgearbeitet werden. Daher kann eine formale Professionalisierung, in Form beispielsweise eines Berufszertifikats (z.B. durch die IHK) oder gar in Form zertifizierter Studiengänge, den weiteren Erwerbsverlauf dieser Erwerbstätigengruppe unterstützen und gar neue Qualifikationen eröffnen.

4. Sichtbarmachung

Ausgehend von dem empirischen Befund, dass Open Creative Labs für individuelle kreative Projekte in Wert gesetzt werden und die Möglichkeiten der Partizipation an gesellschaftlichen Diskursen und Interessenslagen bieten, stellen Open Creative Labs eine Möglichkeit der **exemplarischen Sichtbarmachung** von relevanten gesellschaftlichen Themen dar. Aus Sicht der politischen Gestaltung sind sie quasi Sende- und Empfangsantennen für aktuelle Themen, über die Politik und gesellschaftliche Gruppen miteinander in den Austausch treten können. Wird dies als besonderer Mehrwert von Open Creative Labs anerkannt, kann eine unterstützende Maßnahme darin

bestehen, die Schwelle für die Gründung von Open Creative Labs niedrig zu halten, damit zerstreute Communities einen Ort finden, an dem sie sich – ggf. temporär – materialisieren können.

Ressortspezifische Gestaltungsmöglichkeiten

5. Wissenschaft und Forschung

Sowohl Betreiberinnen und Betreiber von Open Creative Labs wie auch die Nutzerinnen und Nutzer dieser Orte stellen eine neue Adressatengruppe von Maßnahmen aus dem Bereich Wissenschaft und Forschung dar. Daher sollte sie auch in **zukünftige Strategieentwicklungsprozesse,** z.B. des Bundesministeriums für Bildung und Forschung bzw. der jeweils zuständigen Ministerien auf Länderebene, einbezogen werden. Hierfür müssen noch neue Formate des offenen Austausches gefunden werden, denn diese Adressatengruppe organisiert sich im Vergleich zu Forschungseinrichtungen, Hochschulen oder forschenden Unternehmen in anderen Rechtsformen und ist in ihrer Zusammensetzung im Vergleich zu den üblichen Adressaten von Maßnahmen aus diesem Bereich hochgradig heterogener bspw. in Bezug auf Bildungshintergrund, Qualifizierung und Alter.

Schließlich sollten Individuen und Teams (auch aus dem zivilgesellschaftlichen Bereich), die mit Open Creative Labs verbunden sind, die Möglichkeit erhalten, **Forschungsförderung** zu erhalten. Diese Handlungsoption ist zum einen eng an allgemeine strategische Aufgaben gebunden, denn hierfür müssen erstens, passende Trägerschaftsmodelle sowie Vorlagen („Blueprints“) für Kooperations- und Partnerschaftsverträge eingerichtet werden und zweitens, bedarf es der Entwicklung von flexiblen, oft kurzfristigen Fördermaßnahmen, was der derzeit gängigen zumeist mittelfristigen (2-3 Jahre) Forschungsförderung widerspricht.

6. (Schul-)Bildung

Open Creative Labs bieten eine Ausstattung, bestehend aus digitalen Technologien wie auch traditionellen handwerklichen Werkzeugen, an. Diese werden für individuelle kreative Projekte in Wert gesetzt, aber auch in der Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Herausforderungen. Im Mittelpunkt steht dabei die Befähigung, diese Technologien zu verstehen und anzuwenden. Hierfür bedarf es digitaler Kompetenzen, das Vermögen, die Reichweiten und Grenzen, aber auch die Gefahren von Technologien und digitalen Welten zu verstehen. Das ist ein Bildungsauftrag, der bislang nur unzureichend in Schulen und außerschulischen Bildungseinrichtungen berücksichtigt wird.

Im Gegensatz zu spezialisierten Laboren, wie sie in Schulen oft bereits für die naturwissenschaftlichen Fächer Physik, Chemie oder Biologie vorhanden sind, bieten Open Creative Labs die Möglichkeit, sich von diesen Fächergrenzen zu lösen und **fächerübergreifendes** Lernen zu ermöglichen. So können sich perspektivisch existierende Schulfächer für die Nutzung von Open Creative Labs öffnen, z.B. soziale und politische Bildungsfächer, indem die Möglichkeiten des Design Thinking genutzt werden, Prototypen erstellt und neue Formen der Interaktion erprobt werden. Das bedeutet, dass

Schulfächer perspektivisch neu zugeschnitten werden können, oder aber gar neue Schulfächer entstehen. Vor diesem Hintergrund kann und sollte geprüft werden, ob Open Creative Labs feste Bestandteile von Schulen werden, oder ob mobile Lösungen (wie zum Beispiel in Form eines Fab Lab Buses) oder flexible, lokale Kooperationsvereinbarungen zwischen Open Creative Labs und Schulen passfähigere Lösungen anbieten.

Bildung findet aber nicht ausschließlich an Schulen statt. Auch außerschulische Bildungseinrichtungen, wie weiterführende Schulen oder Volkshochschulen, können Open Creative Labs für ihren Bildungsauftrag in Wert setzen. Das schließt beispielsweise auch Bibliotheken ein, deren Auftrag es ist, Bürgerinnen und Bürgern den Zugang zu Bildung zu ermöglichen. Dies schließt digitale Bildungsangebote ein.

Schließlich sollte mit einem Aufbau von Open Creative Labs an Bildungseinrichtungen gleich deren Vernetzung mitgedacht werden, um neue, oft lokale Lösungen für den Einsatz der Open Creative Labs in Bildungsprojekten mit anderen Einrichtungen zu teilen oder gar kollektiv weiterzuentwickeln.

7. Wirtschaft

Analog zum Bereich Wissenschaft und Forschung sollten unter bestimmten Bedingungen „Ökosystemmanager“ / „Community Manager“ antragsberechtigt für Maßnahmen der Wirtschaftsförderung sein. Diese **Antragsberechtigung** kann an oben beschriebene Maßnahmen der Professionalisierung und Zertifizierung, aber auch an legitimierte Modelle der Trägerschaft gebunden sein.

Vor allem Working Labs sind physisch räumlicher Ausdruck einer sich drastisch verändernden Arbeitswelt. Orte, an denen Erwerbsarbeit nachgegangen wird, sind heute vielfältig und zunehmend losgelöst von festen singulären Standorten. Arbeit kann im Homeoffice, im Lab, in der Bahn oder im Flugzeug, bei Kunden oder auf Konferenzen nachgegangen werden. Für viele Unternehmen, die stark auf die Zuarbeit von Freiberuflern angewiesen sind oder darauf setzen, bilden Open Creative Labs so etwas wie eine sozial-organisatorische Infrastruktur. Open Creative Labs haben somit den **Status von ökonomischen Standortfaktoren** und sollten in Wirtschaftsförderstrategien entsprechende Berücksichtigung finden,

Gleichermaßen sind Open Creative Labs Ausgangspunkte und Durchgangsstationen für unternehmerische Ideen. Das bedeutet, dass sich in ihnen in besonderem Maße die Nachfrage nach unternehmerbezogenen Angeboten bündeln. So kann z.B. regionale Wirtschaftsförderung Open Creative Labs nutzen als Plattformen, z.B. um regionale Vernetzungen zu stärken (z.B. Startups und etablierte Unternehmen zusammenzubringen oder Industrie 4.0 Diskurse zu initiieren) oder eigene strategische Maßnahmen an geeignete Experten in Open Creative Labs zu vermitteln. Dies schließt auch **regionale Cluster- oder Innovationspolitiken** ein, die gezielt Open Creative Labs nutzen könnten, um Kooperationen zwischen Unternehmen und weiteren clusterrelevanten Akteuren zu fördern. Hier könnte sich beispielsweise das Aufgabenprofil von Clustermanagern erweitern.

Die gesteigerte Nachfrage nach neuen Arbeitsorten verdeutlicht zudem, dass sich nicht nur räumliche Strukturen verändern, sondern auch Institutionensysteme (Regelsysteme) an neue Arbeitsbedingungen angepasst werden müssen. Bisher waren freischaffend Tätige, Nebenerwerbstätige, Nebenberufler usw. schwer greifbar. Heute werden sie in Open Creative Labs sichtbar. Das bedeutet auch, dass Open Creative Labs in Wert gesetzt werden können, um **Anpassungsnotwendigkeiten**, beispielsweise **von sozialen Sicherungssystemen**, zu diskutieren und zu initiieren.

8. Stadt- und Regionalentwicklung

Open Creative Labs haben eine starke Affinität zu urbanen Räumen. Sie sind räumlich stark konzentriert auf Innenstadtlagen, wobei nutzungsgemischte Quartiere mit hoher baulicher Qualität bevorzugt werden. Weiterhin sind ein geringer Nutzungsdruck und damit einhergehende moderate Flächennutzungspreise förderliche Bedingungen. Damit ergibt sich ein Widerspruch insofern, als dass verfügbare Flächen ausgerechnet dort benötigt werden, wo der höchste Nachfrage- und Preisdruck vorherrscht.

In der Stadtentwicklungspolitik sind sich die handelnden Akteure in der Regel bewusst, dass Nutzungsmischung, Diversität und Urbanität wichtige Elemente für ein kreatives Umfeld und ein förderliches Image für innerstädtische Wirtschaftsstandorte sind. Open Creative Labs leisten einen weiteren wichtigen Beitrag, bieten sie doch Arbeits- und Experimentierumgebungen für Erwerbstätige und kreative Tüftlerinnen und Tüftler. Handlungsbedarf ergibt sich in diesem Zusammenhang v.a. für wachsende Städte, in denen am wenigsten Flächen günstig verfügbar sind. Wichtig ist hier ein sehr umsichtiger Umgang mit freien oder frei werdenden Flächen in der Stadt. Dies setzt ein **systematisches Monitoring von Freiflächen und Immobilien** in der Stadt ebenso voraus wie das Halten von öffentlichem Eigentum an Flächen, um somit städtischen Gestaltungsspielraum außerhalb des freien Immobilienmarktes zu erhalten. Ein weiteres Instrument zur Nutzung dieser Flächen beinhaltet beispielsweise eine **veränderte Vergaberichtlinie** von Flächen und städtischen Immobilien. So könnten kreative oder innovative (temporäre) Nutzungskonzepte bei Verkauf, Verpachtung oder Vermietung eine stärkere Gewichtung gegenüber dem Erlös erhalten. Schließlich würde eine **flexible Mischnutzung** in der Bauleitplanung bei der Neugestaltung von Flächen und Immobilien dazu beitragen, Immobilien und Flächen für den Aufbau von Open Creative Labs zugänglich zu machen.

Offen ist nach wie vor die Frage, ob und in welcher Form Open Creative Labs Potenziale für weniger urbane Regionen bieten. Open Creative Labs ermöglichen den Zugang zu neuen Technologien, digitalen Infrastrukturen und modernen Produktionssystemen, einschließlich einer oft nutzergetragenen Wissensvermittlung im Umgang mit ihnen. Nimmt regionale Entwicklung dies als Auftrag an, peripheren Regionen den Anschluss an zeitgemäße Entwicklungen zu ermöglichen, dann können Open Creative Labs hierfür ein Instrument darstellen.