

Wirtschaftsblatt, 17. Juli 2009

KREATIVINDUSTRIE II

Neuseeland: Zukunft gehört den Entrepreneurs

Jilian de Beer ist Strategieberaterin für die Kreativindustrie in Neuseeland. Am Incredible Summit in Wien sprach sie über die Chancen in einer globalisierten Branche.

WirtschaftsBlatt: Frau de Beer, wie wichtig ist die Kreativindustrie in Neuseeland?

Jilian de Beer: In Neuseeland gibt es eine sehr große Kreativindustrie. Diese erfährt viel Beachtung. So bekleidete unser vorletzter Präsident zusätzlich noch das Amt des Kulturministers.

Das hat der Branche sicher viele Türen geöffnet?

Es fließt im Moment viel Geld in die Kreativbranche, nicht nur wie vor einigen Jahren bei der Produktion von Herr der Ringe. Wir haben nur rund vier Millionen Einwohner, umso wichtiger ist es, auf Innovation zu setzen.

Ist die Förderung der Kreativbranche eine nationale Strategie?

Auch Länder müssen sich auf ihre Stärken und Schwächen besinnen – ähnlich wie bei der Positionierung einer Marke. Neben

Hightech wird bei uns sehr großer Wert auf traditionelles Handwerk gelegt.

Wie passt das zusammen?

Wir haben keine Großindustrie, die meisten Unternehmen haben gerade mal drei oder vier Mitarbeiter. Wenn diese z.B. Mode oder Möbel designen, so wird den Kunden gegenüber sehr stark mit Authentizität geworben, zum Beispiel mit einem persönlichen Treffen mit dem Designer.

Ein gutes Produkt ist aber meist nicht ausreichend?

Es braucht innovative Vermarktungsstrategien. So habe ich einen neuseeländischen Winzer beraten. Durch den Aufbau einer Facebook-Community ist es ihm gelungen, internationale Kunden für sein Produkt zu finden.

Wie wird sich die Kreativbranche weiterentwickeln?

Für mich ist ganz klar, dass es ein Ende mit der industriellen Arbeitsteilung hat. Alles wird wieder in einer Person, dem Entrepreneur, zusammengefasst. (bea)

beigestellt



„Länder müssen sich auf ihre Stärken und Schwächen konzentrieren“, sagt die neuseeländische Strategieberaterin **Jilian de Beer**

