

# Biznes i Kultura.

## Jak **jest** i jak **powinno być**.

Najważniejsze są równowaga i współdziałanie.

Kultura i biznes są od siebie zależne i mogą tworzyć dynamicznie rozwijające się przedsiębiorstwa i twórcze, wrażliwe na kulturę społeczeństwo.

Kulturalny biznes to temat niezwykle aktualny. O tym jak ważna jest kultura świadczą chociażby zwiększająca się liczba publikacji, zarówno naukowych jak i artykułów w codziennych dziennikach i „kolorowych” magazynach. Potwierdzają to również liczne komentarze na blogach, czy też krajowe i ogólnopolskie debaty, podczas których podejmuje się dyskusje nad współistnieniem kultury i biznesu. Poniżej zaprezentowane zostały najważniejsze wnioski ze spotkania przedstawicieli biznesu i sektora kreatywnego w Szczecinie. Podjęli się oni oceny bieżącej sytuacji oraz podjęli dyskusję nad kierunkiem rozwoju obu sektorów w przyszłości.

### Lokalny rynek – rozdrobniony, z niskim kapitałem społecznym

W Województwie Zachodniopomorskim drzemie charakterystyczny potencjał, którym jest rozdrobniony biznes.



Dominujący mikro przedsiębiorcy podnoszą konkurencyjność i budują potencjał regionu. Wśród nich ciągle jeszcze brakuje liderów, ludzi z wizją, którzy są zdolni podejmować działania i biorą za nie odpowiedzialność. Dodatkowo roszczeniowa i pasywna postawa wzmaga lęk przed porażką i tłumi podejmowanie ryzykownych przedsięwzięć, do których zalicza się współpracę z artystami – reprezentującymi kulturę. Niski kapitał społeczny, a tym samym brak zaufania oraz brak umiejętności współpracy to atrybuty, które charakteryzują lokalny rynek i powodują, że biznesowi daleko do zrozumienia i wsparcia kultury. Żeby oba sektory mogły ze sobą współpracować

potrzebni są ludzie z marzeniami, którzy potrafią kreatywne pomysły przekształcać w zyskowne przedsięwzięcia.

### Flagowy produkt kulturalny dla Pomorza

A kultura to przecież markowe produkty, które jak sztandary budują marki największych miast w Polsce. Duże festiwale to inwestycje, które przynoszą zwrot, chociażby w postaci większej ilości turystów odwiedzających czy podnoszących atrakcyjności inwestycyjną miasta. Wystarczy spojrzeć na katowicki Off Festiwal, wrocławski T-Mobile Nowe Horyzonty, Opener w Gdyni czy warszawski Orange Festiwal. Menedżerowie

