

## DIRK AHNER

az Európai Bizottság Regionális Politikai Főigazgatóságának főigazgatója

**Nemrégiben egy konferencián az egyik felszólaló felvetette, hogy az Európai Unió nem tud tovább versenyben maradni a globalizált világban, ha csak a termelékenységet növeli. Az innováció és a kreativitás jelszavát kell a zászlajára tűzni. Egyetért Ön ezzel?**

Igen, egyetértek ezzel az állásponttal. Ha továbbra is versenyben akarunk maradni a mind globalizáltabb világban, tovább kell dolgoznunk a tudásalapú gazdaság megteremtésén. Sajnos egyre mélyebb az innovációs szakadék Európa és egyes fő versenytársai között. Részben az lehet a probléma oka, hogy az Unió túl gyakran mulasztja el a lehetőséget, hogy a technológiai fejlesztéseket kereskedelmi termékekké és eljárásokká alakítsa át. Ehhez számos területen kellene lépéseket tenni: több beruházásra volna szükség a kutatás és technológia területén, az innováció előmozdításához olyan új vagy továbbfejlesztett termékekre, eljárásokra és szolgáltatásokra lenne szükség, amelyek megállják a helyüket a nemzetközi versenyben, valamint több támogatást kellene juttatni a kreatív és innovatív gazdaságnak. Ezenkívül az is számtalanszor beigazolódott már, hogy az együttműködés és a közelség igenis számítanak, ha a kreativitás és az innováció fejlesztéséről van szó. Éppen ezért a regionális fejlesztési politikák a fejlődés motorjává válhatnak, és azzá is kell válniuk.

**Mit lehetne tenni a kreativitás és az innováció ösztönzéséért az Ön szakterületén európai, nemzeti és regionális szinten?**

A kreativitás és az innováció állnak a gyorsabb növekedést és újabb munkahelyek teremtését célzó erőfeszítéseink középpontjában. Az európai kohéziós politika terén az innovációt soha nem tartottuk olyan fontos kérdésnek, mint manapság, ezért is került a 2007–2013-as időszakra vonatkozó kohéziós politikai programok előterébe. A 2007 és 2013 közötti időszakban háromszor annyi innovációs beruházásra kerül sor, mint az előző (2000–2006-os) programozási időszakban. A kohéziós politika mintegy 86 milliárd euróval fog hozzájárulni a kutatás-fejlesztéshez és az innovációhoz, amely összeg az összes kohéziós politikai források negyedét teszi ki. Ebből a pénzből jelentős összegeket fordítunk a hálózatok, az együttműködés és a klaszterek ösztönzésére. Mivel a világgazdaságban a versenyelőny elérése és megtartása szempontjából az innováció kulcsfontosságú, ezek a nagyszabású kohéziós politikai beruházások képesek arra, hogy élénkítsék, gyorsítsák és támogassák az európai régiók, illetve az egész Unió gazdasági és társadalmi átalakulását. Ennek fontos eleme a régiók akár határokon átnyúló együttműködése. Az olyan funkcionális területek, mint az ipari körzetek vagy az innovációs klaszterek régiók és országok közötti határokon átívelő fejlődésének nem

szabad gátat szabni. Hiszen éppen ez az európai integráció lényege. Ösztönözheti a kreativitást és az innovációt a területi együttműködésnek az a formája, amikor a határ mentén található mikrorégiók működnek együtt, vagy amikor olyan makrorégiók, mint a balti térség államai transznacionális együttműködés keretén belül tartanak fenn egymással kapcsolatokat, cserélnek tapasztalatot és dolgoznak ki közös fejlesztési terveket.

**Milyen egyéb lehetőségek állnak azon régiók rendelkezésére, amelyek szorosabb együttműködésre törekednek a kreativitás és innováció ösztönzésében?**

A kreativitás és innováció melletti elkötelezettség többet jelent azok pusztá finanszírozásánál. Az európai kohéziós politika célja, hogy együttműködésre ösztönözön, támogassa az európai régiók széles körű hálózatát a tapasztalatok és a helyes gyakorlatok cseréjében, valamint új lehetőségek kidolgozásában.

Az olyan új kezdeményezések, mint a „Régiók a gazdasági változásért”, szintén azért jöttek létre, hogy az innovációt támogató tapasztalatok cseréjét ösztönözzék. A „Régiók a gazdasági változásért” egyik fő célja a növekedést szolgáló tudás és innováció fejlesztése. Fontos számunkra, hogy a kezdeményezés keretében működő hálózatok révén nyert tapasztalatok és kiforrott ötletek helyet kapjanak a regionális fejlesztési programokban, és konkrét cselekvésekben öltsenek testet.

**„A regionális fejlesztési politikák a fejlődés motorjává válhatnak, és azzá is kell válniuk.”**



# KARL-HEINZ BRANDENBURG

professzor, az MP3 „atyja”

A kreativitás és innováció európai évének egyik nagykövete, Karl-Heinz Brandenburg professzor az IKT területén folytat kutatásokat az „Elektronikus médiatechnikák” elnevezésű kutatóközpont, valamint a Fraunhofer Digitális Médiatechnológiai Intézet (IDMT) vezetőjeként. Brandenburg professzor munkájának eredménye az MPEG Layer-3 (MP3), az MPEG-2 AAC (Advanced Audio Coding) és számos egyéb modern audiokódolási módszer.

*Nemrégiben egy konferencián az egyik felszólaló felvetette, hogy az Európai Unió nem tud tovább versenyben maradni a globalizált világban, ha csak a termelékenységet növeli. Az innováció és a kreativitás jelszavát kell a zászlajára tűzni. Egyetért Ön ezzel?*

Ez a megállapítás már régóta igaz. A globalizált gazdaságban Európa nem rendelkezik elegendő természeti erőforrással, és többé már a világ műhelyének sem tekinthető. Csak a legújabb technológiák és innovatív ötletek révén tud versenyben maradni a globális gazdaságban. Az újszerű gondolatok jelentik a manapság a gazdaság forrását, legyen szó akár termékekről, akár szolgáltatásokról.

Tanulmányok igazolják, hogy számos vállalkozás eladásainak jelentős része ma is olyan termékekből származik, amelyeket az elmúlt öt évben fejlesztettek ki. Egyes területeken már most egyfajta munkamegosztás figyelhető meg a vállalkozások között: vannak, amelyek új ötleteket „gyártnak” és árusítanak, mások gondoskodnak ezek gyakorlati megvalósításáról, megint mások pedig értékesítik az új termékeket a piacon, gyakran saját márkanév alatt. Ebben a nemzetközi munkamegosztásban a lehető legnagyobb mértékben ki kell vennünk a részünket az új ötletek és innovatív megoldások kidolgozásából.

*Mit lehetne tenni a kreativitás és az innováció ösztönzéséért az Ön szakterületén regionális, nemzeti és európai szinten?*

Globálisan kell gondolkodnunk, és többféle szinten is ösztönöznünk kell a kreativitást és az innovációt. Az iskolarendszer is fontos terepe az ösztönzésnek, csakúgy mint a továbbképző intézmények és az egyetemek. Ha ezen a téren lemaradunk, nem tudunk majd kreatívabbak és innovatívabbak lenni a többieknél. A kreativitás és innováció szemléletmód kérdése is: azok, akik csak saját szakterületükre

koncentrálnak, el fognak bukni. A kreativitás szempontjából az a lényeg, hogy képesek legyünk új elemeket vinni a gondolkodásunkba, hogy túl tudjunk lépni a kategorikus gondolkodás keretein.

A tudomány már régóta globális keretek között működik. A tudományos cikkek a világon mindenhol hozzáférhetőek, és a tudósok számára természetes a nemzetközi együttműködés. Ösztönöznünk kell ezt az együttműködést, és félre kell tenni a nemzeti önértékünket – ezt diktálják érdekeink regionális, nemzeti és európai szinten egyaránt. A kutatás-fejlesztést és a kreatív iparágakat a régiók határain túlmenően is fejleszteni kell, és arra is szükség van, hogy nagyobb társadalmi elismerést kapjanak, mint manapság. A kreativitás és innováció európai éve pont ezt a célt szolgálja, de ugyanígy szükség van a megfelelő prioritások meghatározására az oktatás és a kutatás területén.

*A kreativitás nem valami művészeknek való dolog? Miért foglalkozik ezzel a kérdéssel egy olyan mérnök, mint Ön?*

A mérnöki tudományok területén ugyanolyan fontos, hogy képesek legyünk új elemeket vinni a gondolkodásunkba. A mérnöki tudományok lényege az, hogy újabb technológiákat fejlesszünk ki azért, hogy segítsünk az embereken, könnyebbé, emberhez méltóbbá tegyük az életünket. Ha mindig csak járt utakon járunk, a dolgok unalmassá válnak, és aligha tudunk megoldást találni azokra a problémákra, amelyekkel manapság szembesülünk. Nem nyugodhatunk bele, hogy valamit nem sikerül megoldanunk, amíg a fizika alapvető törvényeibe nem ütközünk. A mérnököknek mindig készen kell állniuk arra, hogy jól ismert problémákra merőben új megoldásokat kínáljanak – hiszen éppen ez a találmányok lényege. Egyébként sok mérnök igen kreatív a művészetek terén is, a Fraunhofer Intézetben dolgozó kollégáim közül például sokan játszanak zenekarokban.

” Európa csak a legújabb technológiák és innovatív ötletek révén tud versenyben maradni a globális gazdaságban. ”

## ODILE QUINTIN

az Európai Bizottság Oktatásügyi és Kulturális Főigazgatóságának főigazgatója



**Nemrégiben egy konferencián az egyik felszólaló felvetette, hogy az Európai Unió nem tud tovább versenyben maradni a globalizált világban, ha csak a termelékenységet növeli. Az innováció és a kreativitás jelszavát kell a zászlajára tűzni. Egyetért Ön ezzel?**

Az innováció és kreativitás kulcsfontosságúak jövőbeli életszínvonalunk szempontjából. Európának találékonyabbá kell válnia, több innovációra van szüksége, és jobban kell a piaci tendenciákra reagálnia. Ezt a legmagasabb politikai szinten is elismerik. Néhány éve egy széles körű innovációs stratégiát dolgoztak ki az Európai Unió számára, és jelentős lépések történtek ebben az irányban.

Az innovációs képesség számos dologtól függ. A kreativitás ezek egyike, amit még nem aknáztunk ki teljes mértékben. A kreativitás és innováció összekapcsolása is azt mutatja, hogy olyan jól átgondolt beruházásokra van szükség, amelyek fenntartható megoldásokhoz vezetnek, és gazdaságaink és társadalmaink javát szolgálják. Ez a kreativitás és innováció európai évének fő üzenete számunkra. És még nagyobb a jelentősége a jelenlegi pénzügyi válság közepette.

**Mit lehetne tenni a kreativitás és az innováció ösztönzéséért az Ön szakterületén európai, nemzeti és regionális szinten?**

A kreativitásnak és innovációnak kedvező környezet kialakítása érdekében minden kormányzati szinten lépéseket kell tennünk. A magán- és közszférának egyaránt részt kell ebben vennie.

A kreativitás többet jelent magánál a kulturális/kreatív ágazatnál, és az innováció is túlmutat a kutatás-fejlesztésen. Támogatnunk kell az együttműködéseket a különböző területek, például a kultúra, az oktatás, a kutatás, a technológia, az ipar és a közszolgáltatások között. Meg kell erősíteni azon képességeinket, amelyek ösztönzik az innovációt társadalmunkban.

A közösségi intézkedések révén lehetővé vált, hogy a vállalkozások klaszterekbe tömörülve előmozdítsák a kreativitást és az innovációt. Ezek az intézkedések a mobilitást és tudásátadást is támogatják. Hasonló támogatásra van szükség nemzeti, regionális és helyi szinten egyaránt.

Konkrét tapasztalatokra van szükség, hogy egy fenntartható és hatékony stratégiát dolgozhassunk ki a kreativitás és innováció elősegítésére.

**Amikor a liszaboni növekedési és foglalkoztatási stratégia 2008–2010-es időszakra vonatkozó új szakasza elkezdődött, az Unió politikai vezetői elismerték, hogy „a jövőbeli növekedés szempontjából kulcsfontosságú az uniós polgárok – európai kultúrára és tudományos kiválóságon alapuló – innovációs és kreatív potenciáljának teljes mértékű kiaknázása”. Ön hogy látja, hogyan kapcsolódhat mindehhez a kultúra mint a kreativitáshoz és innovációhoz vezető eszköz?**

A kultúra nemcsak a művészetekhez kapcsolódik, hanem a tudományhoz, az oktatáshoz, az iparhoz és a tágabb értelemben vett gazdasághoz is. A kulturális és kreatív iparágak hozzájárulnak a kutatások ösztönzéséhez, a termékfejlesztéshez és a szolgáltatások innovációjához, a marketinghez és a kommunikációhoz, a városok „brand-építéséhez” vagy közösségek kialakításához. Mindehhez hálózatépítésre és együttműködésre van szükség, amihez több területen használható képességek szükségesek. A hálózatok új növekedési modellt jelentenek a globalizált világban. Számos európai város és régió példája mutatja, hogyan szolgálhatja a kultúra integrált megközelítése a fenntartható fejlődést, gazdasági és társadalmi értelemben egyaránt.

Az igazi kihívást az jelenti, hogyan lehet kiaknázni a kultúra ezeken is túlmutató kedvező hatásait. Határozott célokkal rendelkező stratégiákra van szükség minden kormányzati szinten, azért hogy a lehető legszorosabbra tudjuk fűzni a kapcsolatot a kultúra, a kreativitás, az innováció és a társadalmi-gazdasági fejlődés között. Azzal, hogy a politikákban teret adunk a kultúrának, egyben a kreativitás és innováció számára is teret biztosítunk.

**” Az igazi kihívást az jelenti, hogyan lehet kiaknázni a kultúra további kedvező hatásait. ”**



# JAMIE OLIVER

mesterszakács



Jamie Oliver nemzetközi hírnévnek örvendő mesterszakács, a Fifteen étterem alapítója. Ezek az étterem bejegyzett jótékonyági szervezetként szakképzést kínálnak olyan fiataloknak, akiknek szükségük van még egy esélyre, hogy megtalálják helyüket a világban. Oliver, aki a cornwalli Fifteen étterméhez regionális támogatást is kapott, egyik meghatározó figurája annak a kampánynak, amely az Egyesült Királyság iskolai étkeztetését szeretné egészségesebbé tenni.

*Nemrégiben egy konferencián az egyik felszólaló felvetette, hogy az Európai Unió nem tud tovább versenyben maradni a globalizált világban, ha csak a termelékenységet növeli. Az innováció és a kreativitás jelszavát kell a zászlajára tűzni. Egyetért Ön ezzel?*

Nem vagyok politikus, így nem állíthatom, hogy szakértője lennék a témának. Azt azonban tudom, hogy bármilyen vállalkozásba is fogunk, folyamatosan alkalmazkodnunk, fejlődünk és – bizony – újítanunk kell. Semmi értelme azonban az innovációnak, ha az nem a legjobb terméket eredményezi. Amikor új vállalkozásba kezdünk, mindig feltesszük magunknak a kérdést: hogyan lehetnénk még jobbak? Hogyan biztosíthatjuk, hogy az ügyfelek újra és újra visszatérjenek hozzánk, mert minőséget és megfizethető árat kínálunk, ami mögött valódi kreatív munka van?

Ez az igazi kreativitás, és ha mindez kiemelkedő termelékenységgel párosul, akkor biztos, hogy mi leszünk a befutók - minden sikeres étterem így működik. Mindegyik Fifteen éttermemben bevált ez a recept, a Cornwallban működőben is, amelynek újító jellegét már az Unió is elismerte és támogatja. Ebben az étteremben évente több mint 80 000 adag ételt szolgálnak fel, ami a 2006. májusi nyitás óta eddig összesen negyed millió adagot jelentett. Erre az étteremre igaz, hogy kreatív, innovatív, termelékeny – egy szóval sikeres.

Napi több mint 200 első osztályú ebéd vagy vacsora lenyűgöző mennyiség, de a vendégek nem ezért jönnek hozzánk. Ők azt várják, hogy ..., azért jönnek, amit a tányérjukon találnak, ez pedig a konyhában dolgozók kreativitásán múlik.

Ráadásul a Fifteen élő példája annak, hogy egy-egy új ötlet milyen konkrét eredménnyel járhat, hiszen ez a kezdeményezés esélyt – gyakran második esélyt – ad a fiataloknak, hogy kitanulják a szakácsmesterséget, és

megfelelő tudással és lehetőségekkel rendelkezzenek ahhoz, hogy sikeres karriert fussanak be. Ez azután visszahat arra a helyi közösségre, ahol az étterem működik, ugyanakkor a vendéglátóipar egészére is.

*Mit lehetne tenni a kreativitás és az innováció ösztönzéséért az Ön szakterületén európai, nemzeti és regionális szinten?*

Gyakran azt tapasztaljuk, hogy egyes vállalatoknak vagy szervezeteknek nem célja, hogy innovációra ösztönözzenek – megelégszenek azzal, hogy araszolnak a kitaposott úton. Azután amikor nehezebb idők jönnek, ezek a vállalatok sínylik meg leginkább. Úgy gondolom, hogy sokszor a cégeknek, és persze bizonyos helyzetekben a kormányoknak is kreativitásra kellene sarkallniuk az alkalmazottaikat, vagy olyan új alkalmazottakat felvenni, akik kreatív szellemet és pezsgést visznek a munkahelyükre. Merésznek kell lenni, és nem kell félni a kísérletezéstől.

Unió pénzéből mindezt meg lehet csinálni... „megvalósítható”, azt hiszem, ez a megfelelő kifejezés. Itt van ez a rengeteg lé és ez a sok tehetség... egy egész kontinensnyi fantasztikus emberrel lehet együtt dolgozni! El kell ismerni, fel kell karolni, segíteni, támogatni kell őket. És ha némelyik el is bukik, nem kell kétségbe esni, előfordul az ilyesmi.

*Ön hogy látja, milyen összefüggés van a kreativitás, a kultúra és a modern társadalmi lét kihívásai között?*

Úgy gondolom, a kreativitás terén a modern társadalom inkább lehetőségeket, mint kihívásokat kínál. Számos általam csodált brit üzletember – Paul Smith, Richard Branson például – egy olyan társadalomban értek el sikereket, ahol a kreativitás érték. Én magam is azt gondolom, bátorítanunk kellene a kreatívabb egyéneket, hogy valósítsák meg ötleteiket.

A fogyasztók manapság nagyon is igénylik a kreativitást a mindennapokban – a húsz évvel ezelőttiekhez képest igényes kivitelű termékeket akarnak, kreatív ötleteket várnak, nem mindegy nekik, hogy mit esznek vagy isznak. Nem elégszenek meg a tegnapi kínálatlaltal – a mai kultúra határozza meg elvárásait.

”Bármilyen vállalkozásba is fogunk, folyamatosan alkalmazkodnunk, fejlődünk és – bizony – újítanunk kell.”