

Kulturwirtschaft

Zum Stand der Debatte und zu Forschungsdesideraten

Dieter Haselbach

Dieser Text wurde unter dem Titel »Kulturwirtschaft im politisch-administrativen Raum – Definitionen, Modelle, Abgrenzungsversuche und Ressortierungen« am 8. Nov. 2007 als Eröffnungsreferat auf der Berliner Tagung »Herausforderung KULTURwirtschaft – kulturPOLITISCHERAntworten und Strategien« vorgetragen.

Bilanz der Forschung

Der nachstehend zusammengefasste Kulturwirtschaftsbericht eines Flächenlandes in Deutschland ist noch nicht geschrieben. Seine Ergebnisse können aber schon mitgeteilt werden:

Es wird sich in diesem Land, nennen wir es Sachsland-Vorpfalz, zeigen, dass die Kultur- oder Kreativwirtschaft ein nicht zu vernachlässigender Wirtschaftsbereich ist. Auch hier wird sie größer oder kleiner als das Beerdigungsgewerbe, die Automobilindustrie, die Logistik, der Maschinenbau, die chemische Industrie, die Schwerindustrie sein. Auch wenn man den weiteren Kreis der Kreativwirtschaft analysiert, ändert sich dies nicht.

Es wird sich zeigen, dass in Sachsland-Vorpfalz die Kulturwirtschaft kleinteiliger ist als andere Wirtschaftsbereiche. Die Zahl der Betriebe ist weitaus größer, die Zahl der Beschäftigten in diesen Betrieben geringer als in anderen Branchen. Kulturwirtschaft weist einen hohen Anteil an Freiberuflern auf. Die Durchschnittsumsätze pro Beschäftigtem liegen weitaus niedriger als in anderen Wirtschaftsbranchen.

Je nachdem, welche Bezugsjahre man anlegt, wird sich weiter zeigen, dass die Kulturwirtschaft schneller wächst als die Gesamtwirtschaft in Sachsland-Vorpfalz – oder eben langsamer. Vielleicht werden die Interpreten der Daten auch hervorheben, dass die Kulturwirtschaft ein konjunktursensibler Bereich sei. Kulturwirtschaft, so könnten sie argumentieren, hat ein sehr elastisches Beschäftigungsvolumen, in schlechten Zeiten sinken die Einkommen stärker als in anderen Wirtschaftsbereichen, und umgekehrt.

Ganz sicher wird man sich aber in Sachsland-Vorpfalz dieser Ergebnisse nicht sein können, denn die Besonderheiten der amtlichen Statistik machen es schwierig, wirklich genau zu wissen, wie viel Beschäftigung die Kulturwirtschaft bietet. Gerade kleine Betriebe und Selbständige mit geringem Einkommen fallen durch die Messraster der Statistik, die immer noch auf den »Normalfall« des Produktionsbetriebs besser ausgerichtet ist als auf die Branchen der Kulturwirtschaft.

Die Argumentation in der Kulturwirtschaftsforschung hat sich totgelaufen, die Empfehlungen sind immer dieselben.

Soweit es möglich ist, eine regionale Aufschlüsselung zu erheben, wird sich zeigen, dass Kulturwirtschaft in ländlichen Gebieten von Sachsland-Vorpfalz schwächer ist als in urbanen Agglomerationen. Es wird sich herausstellen, dass Dresden und die Hansestadt Rostock die größte Konzentration kulturwirtschaftlicher Betriebe, Umsätze und Beschäftigung aufweisen, dass Dresden die wichtigste kulturtouristische Destination in Sachsland-Vorpfalz ist, dies noch vor der Landeshauptstadt. – Auch wird die Kulturwirtschaft im Flächenland kleiner ausfallen als in den

Stadtstaaten und den stärker urbanisierten Ländern, die unter anderem zum Vergleich herangezogen wurden. – Inwie-

weit sich »kulturwirtschaftliche Cluster« in den beiden genannten großen Städten zeigen, die in der Wirtschaftsförderung eine »Clusterstrategie« rechtfertigen, wird davon abhängen, wie genau man den Schwellenwert für ein »Cluster« definiert.

Eine differenzierte Analyse wird Besonderheiten zutage fördern, die die sachsland-vorpfälzische im Vergleich zur Kulturwirtschaft in den Vergleichsgebieten auszeichnet. Die eine Branche wird stärker als anderswo sein, eine andere wird schwächer liegen.

All dies wird im Bericht dargestellt, ergebniskritisch abgesichert und begründet sein, um den Standard nicht zu unterlaufen, der sich in Kulturwirtschaftsberichten in anderen Bundesländern herausgebildet hat.

Am Ende des Kulturwirtschaftsberichts wird stehen, dass diese auch in Sachsland-Vorpfalz einen wichtigen und wachstumsträchtigen Wirtschaftsfaktor darstellt, dass dieses Wachstumspotenzial durch öffentliche Förderung gehoben werden soll und dass es an einer Vernetzung in der Branche mangle.

Verlassen wir Sachsland-Vorpfalz. – Es sollte deutlich sein, dass dieser weitere Kulturwirtschaftsbericht zur Kenntnis des Sektors nicht mehr viel beitragen wird.

Die Argumentation in der Kulturwirtschaftsforschung hat sich totgelaufen, die Empfehlungen sind immer dieselben. Der Dreiklang von Ergebnissen ist in allen Berichten:

Prof. Dr. Dieter Haselbach ist Seniorpartner ICG culturplan Unternehmensberatung GmbH.



- Kulturwirtschaft ist umfangreich und bedeutend,
- Kulturwirtschaft ist ein Wachstumsfaktor und deswegen muss sie gefördert werden,¹
- Kulturwirtschaft muss mit Hilfe öffentlicher Intervention besser vernetzt werden.

Im fünften Kulturwirtschaftsbericht aus NRW heißt es: »Im Allgemeinen wird den traditionellen Branchen wie Chemie, Automobilindustrie oder Maschinenbau eine sehr große Bedeutung bei Umsätzen, Innovationen und Beschäftigung beigemessen.« (S. 36)

Der Bericht zeige, »welchen hohen Stellenwert den Creative Industries zukommt. Dies ist bisher wenig erkannt und deshalb weder von privater noch von öffentlicher Seite gefördert oder in den öffentlichen Diskurs gebracht worden.«

Diese Einschätzung ist so nicht zu begründen. Das belegen wenige Beispiele:

- Die Deutsche EU-Ratspräsidentschaft in der ersten Jahreshälfte 2007 stand kulturpolitisch ganz im Zeichen der Kulturwirtschaft.
- Im September veranstaltete die nordrhein-westfälische Landesregierung einen internationalen Kongress zur Kulturwirtschaft in Essen.
- Im Oktober erschien der fünfte nordrhein-westfälische Kulturwirtschaftsbericht.
- Im selben Monat debattierte der Deutsche Bundestag über Kulturwirtschaft.
- Zu dem Kongress zur Kulturwirtschaft und Kulturpolitik in Berlin meldeten sich 600 Interessenten an.
- Am 13. Dezember 2007 soll der Bericht der Enquetekommission Kultur ins Netz gestellt werden. Dem Vernehmen nach wird dieser Bericht große Aufmerksamkeit auf die Kulturwirtschaft richten.

Die Diskussion ist breit und intensiv. Kulturwirtschaft erfreut sich großer politischer Aufmerksamkeit.

Die erste Forschungsperiode – man könnte sie die (Wieder)²-Entdeckung der Kulturwirtschaft nennen – war wertvoll, sie hat viele Erkenntnisse und Einsichten gebracht. Ihr gebührt das Verdienst, Kultur aus der Ecke der am Bettel der Öffentlichen Hand hängenden Subventionsempfängerin geholt zu haben.³ Jetzt ist es möglich und notwendig, neue Forschungsfragen zu formulieren und auch politische Maßnahmen zu entwerfen, die auf das tatsächliche Geschehen in der Kulturwirtschaft besser abgestimmt sind.

Auf Basis der bisherigen Kenntnisse zur Kulturwirtschaft möchte ich argumentieren, dass Kulturwirtschaft aus dem Kontext der Wirtschaftsförde-

rung wieder mehr in den der Kulturpolitik gerückt werden muss. Es wird sich zeigen, dass gerade kulturpolitische Förderstrategien dem Sektor am besten gerecht werden.

Der Begriff Kulturwirtschaft

Bisher hat jeder Kulturwirtschaftsbericht in Deutschland seine eigene begriffliche Strategie verfolgt. Es wird heute allgemein zwischen den Begriffen »Kulturwirtschaft« und »Kreativwirtschaft« unterschieden.

Der Kulturwirtschaftsbegriff wurde von Michael Söndermann immer wieder begründet, zuletzt und überzeugend im Kulturwirtschaftsbericht der Schweiz. Der Ansatz ist um den Künstlerberuf herum konstruiert. Es wird gefragt, welche statistisch darstellbaren Wirtschaftsbereiche angesprochen sind, um künstlerische Werke zu wirtschaftlichen Werten zu transformieren. Ein solches Modell geht (um eine stark vereinfachte Reihe zu nennen) in der Musik vom Komponisten über den Interpreten (also den Künstler) bis zur Veranstaltungsindustrie auf der einen, der Tonträgerindustrie auf der anderen Seite, berücksichtigt weiterhin Vorstufen für die musikalische Schaffung wirtschaftlicher Werte und die Distribution. Da eine weitere restriktive Bedingung in der Regel lautet, dass nur das als Kulturwirtschaft gelten soll, was in kommerzieller Absicht, also privatwirtschaftlich, arbeitet, kommt man auf diesem Weg zu einem Begriff der Musikwirtschaft, bei dem man sich allenfalls über Einzelheiten noch streiten müsste. Analog können die anderen Sparten konstruiert werden. – Das ist alles sehr plausibel, vielleicht mit dem einzigen Problem, dass sich auf dem Feld Betriebe tummeln, die kommerziell arbeiten und solche, die von der öffentlichen Hand betrieben werden. Die Unterscheidung zwischen privaten und öffentlichen Betrieben sowie Unternehmungen, die privat, aber unter der Bedingung der Gemeinnützigkeit operieren (Drei-Sektoren-Modell), war ein

Das ist alles sehr plausibel, vielleicht mit dem einzigen Problem, dass sich auf dem Feld Betriebe tummeln, die kommerziell arbeiten und solche, die von der öffentlichen Hand betrieben werden.

Versuch, zumindest auf begrifflicher Ebene dieses Problem zu lösen. Dem entspricht, dass die statistische Grundlage für Privatwirtschaft (Betriebsstatistik) und für die öffentliche Hand (Haushaltsstatistiken) unterschiedlich ist. – Was immer das für Probleme sind: Den Begriff der Kulturwirtschaft und auch die Unterscheidung der genannten drei Sektoren halte ich für sinnvoll, er ist auch gut handhabbar.

Kreativwirtschaft lässt sich begrifflich so scharf nicht definieren. Er verspricht keinen Erkenntnisgewinn, auch wenn er derzeit in der internationalen

1 Diese Überlegung enthält ein logisches Problem: Es mag viele Gründe geben, Kulturwirtschaft öffentlich zu fördern, die Größe einer Branche ist kein solches Argument. Man übertrage dies auf die Maschinenbauindustrie!

2 Nur ein Beispiel: Der Soziologe Werner Sombart hat in seinen Werken zur Wirtschafts- und Kulturgeschichte des Kapitalismus vor einem Jahrhundert die These verfolgt, dass Kapitalismus aus der Kulturwirtschaft entstanden sei.

3 Am Anfang dieser Diskussion stand in Deutschland, auch hieran sei bei dieser Gelegenheit erinnert, die Untersuchung von Marlies Hummel und Manfred Berger: Die volkswirtschaftliche Bedeutung von Kunst und Kultur. Gutachten im Auftrag des Bundesministers des Innern, Berlin/München 1988.

Diskussion dominiert: Kreativwirtschaft soll »kreative Branchen« zusammenfassen. Nun ist seit Joseph Schumpeter in der ökonomischen Diskussion unstrittig, dass Kreativität, die schöpferische Zerstörung, das Wesen des kapitalistischen Unternehmens ausmacht.⁴ So ist es schwierig, die Eigenschaft der Kreativität bestimmten Branchen zuzuordnen. Kreativ ist nicht nur die Games Industry, sondern doch wohl ebenso ein Unternehmer in der Gebäudereinigung, wenn er sein Unternehmen erfolgreich betreibt. – Wenn man die Arbeiten von Richard Florida zur »creative class« noch einmal nachliest, dann wird man schnell feststellen, dass er Kreativität nicht nach Branchen, sondern in Berufen und Berufsrollen definiert. Die creative class ist sehr groß, sie lässt sich jedenfalls nicht sinnvoll in eine Branchenstruktur überführen. Kreative gibt es in der ganzen Wirtschaft.

– Es ist dann bei der »creative economy« eigentlich recht beliebig, wie man sie zuschneidet. Kreativität jedenfalls ist kein Begriff, an dem man eine ähnlich feste Unterscheidung findet wie der Kulturwirtschaftsbericht am Künstlerbegriff in seinem Zentrum.

4

Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung, Berlin 1911.

5

Arbeitsgemeinschaft des Niedersächsischen Instituts für Wirtschaftsforschung in Hannover mit ICG culturplan. Autoren sind Rainer Ertel, Manfred Gaulhofer und Dieter Haselbach. Der Bericht erscheint Anfang 2008.

6

Es sei denn, jedem Kind soll im Rahmen einer Strategie kultureller Bildung ein Instrument gegeben werden. Aber das ist eine andere Baustelle.

Es ist dann bei der »creative economy« eigentlich recht beliebig, wie man sie zuschneidet. Kreativität jedenfalls ist kein Begriff, an dem man eine ähnlich feste Unterscheidung findet wie der Kulturwirtschaftsbericht am Künstlerbegriff in seinem Zentrum.

Im zweiten Kulturwirtschaftsbericht für Niedersachsen haben wir⁵ den Versuch unternommen, den statistischen Datenbestand nach unterschiedlichen Begriffen (eng und breit, Kulturwirtschaft und Kreativwirtschaft) parallel auszuwerten. Durch keines der unterschiedlichen Modelle entstanden neue Erkenntnisse. Dieses Ergebnis legt nahe, die Diskussion um die begrifflichen Feinheiten und Zuordnungen nicht zu scholastisch zu betreiben.

Kulturwirtschaftspolitik

Es wurde schon angesprochen, dass in der Diskussion um Kulturwirtschaft immer wieder dieselben Forderungen an die Politik begründet wurden. Im Zentrum stand und steht die Vorstellung, dass sich die öffentlichen Hände um die Kulturwirtschaft kümmern und sie fördern sollen. Warum sollen die öffentlichen Hände das tun? Was ist der Stand der Erkenntnis?

Natürlich sollten für die Betriebe der Kulturwirtschaft ganz dieselben Rahmenbedingungen in der Wirtschafts- und Standortförderung gelten wie für Betriebe anderer Branchen. Auch sei hier nicht weiter untersucht, dass Klein- und Kleinstbetriebe bisher oft durch das Raster der Vor-

schriften und Vorsichtsmaßnahmen fallen, die derzeit für öffentliche Förderung oder für Kredite aus der Kreditwirtschaft gelten. Das ist alles sicherlich der Mühen wert, und die Diskussion ist hier erfreulich weit fortgeschritten. – Aber das ist nicht genug, um für die Kulturwirtschaft etwas anderes zu verlangen als für andere Wirtschaftsbereiche.

Es kann nur einen Grund dafür geben, Kulturwirtschaft mit öffentlichem Geld zu fördern. Das ist: Eine solche Förderung muss im öffentlichen Interesse liegen. Das wäre der Fall, wenn das Potenzial der Kulturwirtschaft, Wachstum und Beschäftigung zu sichern, nur durch öffentliches Engagement zu heben wäre. Das wäre auch der Fall, wenn die Produkte und Dienstleistungen der Kulturwirtschaft von öffentlichem Wert wären. Ersteres kann womöglich begründet werden, letzteres hingegen gilt mit Sicherheit nicht für »die Kulturwirtschaft«, sondern allenfalls für Teile davon. Diese Teile sind normalerweise solche, die dem öffentlich geförderten Kulturwesen recht nahe sind. – Warum die öffentlichen Hände jenseits der Mechanismen der Standort- und Wirtschaftsförderung, wie sie für alle gelten, etwa die Schlagerindustrie oder den Musikinstrumentenhandel fördern sollen, ist dagegen nicht leicht zu begründen.⁶



Die Europäische Union fördert Kultur – aber wie?
www.europa-foerdert-kultur.info
 Aktionen – Programme – Kontakte zur Kulturförderung der Europäischen Union

Es wird immer wieder auch gefordert, die öffentlichen Hände sollten helfen, eine Vernetzung in der Kulturwirtschaft oder auch in ihren lokalen Clustern zu fördern. – Was das bedeutet, ist allerdings nicht wirklich klar. Die Vernetzung der Wirtschaft geschieht über den Markt.

Neue Fragen

Nach dem schnellen Durchgang durch einige Facetten der Kulturwirtschaftsforschung sollte deutlich geworden sein: Es ist notwendig, neue Forschungsfragen zu formulieren. Es ist weiter notwendig, noch einmal gründlich darüber nachzudenken, wie politische Maßnahmen aussehen können, mit denen das, was an der Kulturwirtschaft im öffentlichen Interesse liegt, wirkungsvoll gefördert werden kann.

Derzeit sollten drei Fragen vordringlich genauer untersucht werden, um eine kulturwirtschaftliche Strategie der öffentlichen Hände entwickeln zu können, die mehr ist als das Postulat, dass gefördert und vernetzt werden soll:

1. Bekannt ist, dass die kleine Kulturwirtschaft im Besonderen durch spezifische Beschäftigungsverhältnisse geprägt ist. Selbstständigkeit und geringes Einkommen, nicht selten trotz der KSK eine schwierige soziale Absicherung, sind Kennzeichen. Für die Forschung war bisher problematisch, dass genau dieser Bereich mit den herkömmlichen statistischen Mitteln nicht zu durchdringen ist. Doch sollte die prekäre Beschäftigung ein Gegenstand vertiefender Untersuchung sein, denn es lässt sich argumentieren, dass die Beschäftigungsverhältnisse der kleinen Kulturwirtschaft einen Trend zeigen, der zunehmend auch andere Branchen betreffen wird. – Zu erforschen wäre, was hier tatsächlich an der Basis passiert, welche sozialen Problemlagen dadurch entstehen und wie Regelungssysteme fortgeschrieben werden müssen, um auch in diesem Feld eine durchschnittliche soziale und Beschäftigungssicherheit zu gewährleisten. Es reicht keinesfalls aus, über das »Prekariat« in der Kulturwirtschaft und über die schwierige soziale Lage zu klagen. Beschäftigung in der kleinen Kulturwirtschaft ist nicht notwendig prekäre Beschäftigung. Vielmehr gibt es von den Beteiligten differenzierte Strategien zum Umgang mit der eigenen Beschäftigungs- und Einkommenssituation, es gibt soziale Netzwerke gegenseitiger Hilfe, kurz: Es gibt vieles, was in den dünnen statistischen Zahlen, falls Zahlen vorliegen, eben nicht aufscheint. – Notwendig ist hier zunächst eine explorative und qualitative Arbeit.

Gleichgültig aber, was das Ergebnis solcher Untersuchungen sein sollte: Der – wenn man so sagen darf – »Rohstoff« der Kulturwirtschaft entsteht hier. Kulturwirtschaft ist die Transforma-

tion künstlerischer Arbeit in wirtschaftlichen Wert. Eine Förderung von Kulturwirtschaft – so kann man vermuten – würde nicht ohne Aussicht an der kleinen Kulturwirtschaft ansetzen.

2. Ein zweites Forschungsfeld stellen die Wertschöpfungsbeziehungen in den Teilbereichen der Kulturwirtschaft dar. Eine solche Untersuchung kann transparent machen, was tatsächlich in der Kulturwirtschaft passiert, an welchen Stellen in der entsprechenden Teilbranche Engpässe liegen, kurz: Wie Kunst zum wirtschaftlichen Wert wird. – Es ist evident, dass die Musikwirtschaft hier anders funktioniert als etwa der Literaturbetrieb oder die darstellende Kunst.

Meine Firma hat im Rahmen ihrer Arbeit für die Enquetekommission »Kultur in Deutschland« des Bundestags am Beispiel der Literaturwirtschaft die grundsätzliche Tragfähigkeit dieses Modells nachgewiesen. Wir wissen nicht, was die Enquetekommission aus diesen Überlegungen aufgreifen wird. Im zweiten Kulturwirtschaftsbericht für Niedersachsen werden die Wertschöpfungszusammenhänge in der Musikwirtschaft in einer explorativen Studie nachgezeichnet und es werden daraus konkrete Anhaltspunkte für förderndes Handeln seitens der Politik und der Wirtschaftsförderung abgeleitet.

3. Ein drittes Forschungsdesiderat betrifft die Interdependenzen zwischen dem öffentlichen Kulturleben und der Kulturwirtschaft. Es gibt statistische und begriffliche Gründe dafür, dass dieses Feld recht unübersichtlich ist. Statistisch lassen sich, wie gesehen, privatwirtschaftliche Kulturwirtschaft und öffentliches Kulturengagement nicht in derselben Logik darstellen. Aber auch, wenn die Daten in verschiedenen Medien vorliegen, sollten die gegenseitigen Einflüsse von staatlichem Handeln und den Aktivitäten der kulturwirtschaftlichen Betriebe untersucht werden. In den kulturwirtschaftlichen Märkten tummeln sich öffentliche und private Betriebe gemeinsam. Da der Staat gleichzeitig Marktteilnehmer und Ordnungsmacht des Marktes ist, wird eine Durcharbeitung der Interdependenzen von privaten und öffentlichen Aktivitäten in der Kulturwirtschaft mit Sicherheit auch zu ordnungspolitischen Einsichten führen.

Eine genaue Durcharbeitung der gesamten komplexen kulturwirtschaftlichen Unternehmenslandschaft unter solchen neuen Forschungsfragen kann nicht in einem einzigen Projekt geleistet werden. Es

Der »Rohstoff« der Kulturwirtschaft ...
Kulturwirtschaft ist die Transformation künstlerischer Arbeit in wirtschaftlichen Wert.

kann auch nicht von einem Bundesland in »seinem« Kulturwirtschaftsbericht allein geschultert werden. Sinnvoll wäre, wenn diese (und andere) Forschungsfragen zur Kulturwirtschaft von unterschiedlichen Akteuren aufgenommen werden. Jeder neue Kulturwirtschaftsbericht könnte neben der Fortführung und Konkretisierung des statistischen Berichts ein neues Themenfeld durcharbeiten. Es würde auf diese Weise arbeitsteilig eine Feinanalyse unterschiedlicher Teilbranchen entstehen, es würden Berichte auf Kultur und Kulturwirtschaft fokussieren, es würden sozialpolitische und beschäftigungspolitische Fragen fundiert und es würden aus all diesen Aktivitäten Handlungsvorschläge für Verwaltung und Politik entwickelt werden können, die methodisch abgesichert und konkret formuliert sind.

Alle drei vorgeschlagenen Forschungsfelder zeichnet aus, dass in ihnen Kulturwirtschaft aus

dem Kontext der Wirtschaftsförderung wieder mehr in den der Kulturpolitik gerückt wird. Es wird sich nach meiner Überzeugung zeigen, dass modifizierte kulturpolitische Förderstrategien dem Sektor am besten gerecht werden.

Je näher am künstlerischen Kern Kulturwirtschaftsförderung ansetzt, umso größer ist ihr kulturpolitischer Stellenwert. Besonders die Betrachtung der Wertschöpfungsbeziehungen unterstreicht die Richtigkeit eines Ansatzes, der im Kern von Kulturwirtschaft die künstlerische Leistung lokalisiert und als kulturwirtschaftliche Aufgabe die Transmission von künstlerischer Leistung in die Wirtschaft identifiziert.

Künstlerische Arbeit jenseits ihrer (möglichen) wirtschaftlichen Wirkungen bleibt ohnehin Aufgabenfeld von Kulturpolitik. Will man etwas für Kulturwirtschaft tun, dann steht man mitten in der Kulturpolitik.

»Kulturwirtschaft« – Thema der Kulturpolitik

Die Kulturwirtschaft ist derzeit in den wirtschaftspolitischen Zukunftsstrategien und im Kulturbetrieb der Star unter den Tagungsthemen – jeder kennt sie, überall findet sie Anerkennung und Beachtung. Dabei verfolgten die zahlreichen Konferenzen zur »Kulturwirtschaft« der Vergangenheit fast ausnahmslos einen wirtschaftspolitischen Zugang zu dem Thema. Zwar wurde stets betont, welchen Beitrag die gemeinnützige Kultur für die Kulturwirtschaft leistet, aber kaum hinterfragt, welche gegenseitigen Wechselwirkungen mit dem öffentlichen Kulturbetrieb und der Kulturpolitik entstehen und welche Folgen daraus erwachsen.

Deshalb ist es dringend an der Zeit, das Thema »Kulturwirtschaft« explizit aus kulturpolitischer Perspektive zu betrachten, und dies ist das wirklich neue an unserer Berliner Tagung: Sie gibt uns als Kulturpolitikern die Chance, gemeinsam unser Verhältnis zur Kulturwirtschaft zu hinterfragen

Dass »Kulturwirtschaft« mehr als ein hochstilisiertes Modethema oder Mythos ist, erfahren wir in Berlin alltäglich. Schon aus unserem Kulturwirtschaftsbericht von 2005 ließen sich die Potenziale und Chancen erkennen, welche diese Branche für die Dynamik der Berliner Stadtentwicklung bietet. Und seitdem gibt es eine ganze Reihe von Maßnahmen zur weiteren Stärkung dieses Bereichs, die ganz aktuell in einem neu eingerichteten, politikfeldübergreifenden Clustermanagement für die Kommunikations-, Medien- und Kulturwirtschaft zusammenfließen und abgestimmt werden.

Welche Bedeutung hat das nun für unsere kulturpolitischen Strategien und Handlungsweisen? Wir wollen z.B. auf dieser Tagung fragen, welche Handlungsmöglichkeiten uns zur Verfügung stehen, um kulturpolitische Aufgaben durch die Einbeziehung der Kulturwirtschaft besser lösen zu können. Wollen Chancen und Risiken abschätzen, die sich durch einen starken, gewinnorientierten Sektor ergeben, und Strategien diskutieren, die für eine moderne und aufgeschlossene Kulturpolitik stehen.

Im Spannungsfeld zwischen der öffentlichen Haushaltskrise, dem nicht nur daraus erwachsenden Legitimierungs-

druck der öffentlichen Kulturförderung und einem sich laufend verändernden Konsumentenverhalten müssen wir Kulturpolitiker uns zunehmend neuen Herausforderungen stellen. Dazu gehört, dem Thema »Kulturwirtschaft« offen und aktiv zu begegnen und es in kulturpolitische Strategien einzubeziehen. Hauptaufgaben moderner Kulturpolitik sollten dabei folgende sein:

- Freiräume zur Entfaltung von künstlerischer Kreativität schaffen;
- Künstler und Urheber als Kern aller Kulturwirtschaft begreifen und entsprechende Rahmenbedingungen herstellen;
- die öffentliche Verbreitung kultureller Produkte als essentielle und kulturpolitisch gewünschte Dienstleistung verstehen – egal wer sie produziert hat, solange die Qualität stimmt;
- die zuweilen ideologischen Gräben der Trennung zwischen öffentlichem Kulturbetrieb und kulturwirtschaftlicher Produktion überwinden;
- einer im öffentlichen Kulturbetrieb weit verbreiteten Angst vor Ökonomisierung bzw. Kommerzialisierung der Kultur klug begegnen;
- bestehende Förderinstrumente an die neuen Herausforderungen anpassen.

Lassen Sie uns während der kommenden Tage darüber nachdenken, welche Handlungsoptionen diesen Anforderungen gegenüberstehen; wie wir die Kulturwirtschaft in die kulturpolitische Strategienbildung einbinden können; wo inhaltliche Schnittmengen zwischen den Politikbereichen liegen und welche Synergien wir für eine erfolgreiche Kulturpolitik nutzen können!

André Schmitz ist Staatssekretär für kulturelle Angelegenheiten beim Regierenden Bürgermeister von Berlin. Wir dokumentieren hier seine Begrüßung zur Kulturpolitischen Tagung zur Kulturwirtschaft am 8./9. November 2007 in Berlin.

