

# Herausforderung Kulturwirtschaft – kulturpolitische Antworten und Strategien

## Kommentar zur Berliner Tagung

Dieter Rossmeissl

Im Schluss-Panel brachte es Bernd Fesel vom *Büro für Kulturpolitik und Kulturwirtschaft* auf den Punkt: Man solle doch bitte endlich den Mythos der 70er Jahre aufgeben, dass öffentliche Kulturpolitik den Auftrag habe, als Gestalterin aufzutreten. So deutlich hatte das auf der Berliner Tagung zur Kulturwirtschaft, zu der die *Kulturprojekte Berlin GmbH* im Auftrag der Kulturverwaltung der Bundeshauptstadt eingeladen hatte, noch keiner gefordert. Und das völlig überraschte Podium stimmte dieser Forderung auch noch zu, bis Volker Heller, der die Tagung initiiert hatte, zumindest noch eine Relativierung zugunsten eines öffentlichen Kulturauftrags versuchte. Der Konflikt, den die Tagung auszuloten versuchte, war damit zum Abschluss noch einmal ganz deutlich geworden.

Im Kern ging es bei der hochrangig besetzten und mit über 300 Teilnehmern gut besuchten Tagung wohl – wenn auch weniger deutlich formuliert – darum, eine neue Begründung für Kulturfinanzierung zu »erproben«. Nachdem das Argument, Investitionen in Kultur gerieten im Zuge einer rentierlichen »Umwegfinanzierung« weit größere wirtschaftliche Effekte, sich totgelaufen hat – nicht weil es falsch war, sondern weil es für allzu viele Investitionsbereiche gilt –, richtete sich der Blick jetzt hilfesuchend auf eine Verortung von Kultur in der »Wertschöpfungskette«, die den Weg einer Dienstleistung bis zum Verbraucher mit stets steigendem Wert beschreiben will. In der Gegenrichtung fließt Geld vom Endkunden zum Hersteller, und hier könnte die Kultur, so wohl die Hoffnung der Begriffs-Promotoren, neue Bedeutung und vor allem neue Ressourcen akquirieren. Das Modell ist nicht neu, sondern geht auf Michael E. Porter zurück, der es schon 1985 – wengleich ohne Bezug zur Kultur – vorgestellt hat. Dass es eigentlich nicht für den öffentlichen Sektor, sondern für Wirtschaftssysteme gedacht war, macht

die Diskussion spannend, zieht es doch die Existenz eines eigenen kulturellen Aufgabenfeldes von Staat und Kommunen in Zweifel. Oder wie es Bernd Fesel gesagt hat: Die öffentlichen Institute müssten bereit sein, ihre »Marketingeffekte« mit allen zu teilen.

Es ist schon erstaunlich, mit welcher Leichtigkeit hier der Auftrag, den die Verfassungen fast aller Bundesländer für sich und ihre Kommunen zur Gestaltung von Kultur enthalten, ignoriert, wie bedenkenlos Kultur damit in einen beliebigen Wirtschaftsprozess integriert wird. So war es auch kein Wunder, dass auf einem Panel über das Verhältnis von Kulturwirtschaft und Ausbildung die Diskutanten sich gegenseitig versicherten, die Ausbildung künftiger Kulturschaffender und Kulturvermittelnder müsse viel mehr betriebswirtschaftliche Kenntnisse enthalten,

Es ist schon erstaunlich, mit welcher Leichtigkeit hier der Auftrag, den die Verfassungen fast aller Bundesländer für sich und ihre Kommunen zur Gestaltung von Kultur enthalten, ignoriert, wie bedenkenlos Kultur damit in einen beliebigen Wirtschaftsprozess integriert wird.

um die Absolventen fit zu machen für einen Kulturmarkt, auf dem sie – mangels Anstellungschancen oder aus freiem Willen – wohl eine Existenz als Selbständige werden aufbauen müssen. Um nicht missverstanden zu werden: Der Kulturbereich ist voll von diesen »Mikro-Unternehmen«, von selbstän-

digen Künstlern, Regisseuren, Galeristen und Kulturmanagern, und eine gründliche Vorbereitung auf diesen ökonomischen Zustand ist sinnvoll. Das gilt um so mehr, als diese Single-Unternehmer so gar nicht den Kriterien der üblichen Wirtschaftsförderung entsprechen: Sie vervielfachen nicht die Zahl ihrer Arbeitsplätze, sie stellen nicht auf wachsende Stückzahlen ab, und ihre Renditeerwartungen sind meist eher gering. Darauf haben alle Podien zu Recht hingewiesen. Aber es blieb einer Studentin aus dem Publikum vorbehalten, den Hype der Ökonomisierung wieder auf den Boden der Kultur zurück zu holen: »Wir haben in unserer Ausbildung sehr viel von den betriebswirtschaftlichen Themen gehört, die Sie hier fordern«, wandte sie ein, »aber wir haben kaum noch etwas gehört von der Theorie der Kultur-

Dr. Dieter Rossmeissl ist Referent für den Bereich Kultur, Jugend und Freizeit der Stadt Erlangen.



arbeit, die wir studieren. Macht nicht erst die Theorie die Wissenschaftlichkeit eines Bereichs aus? Erlaubt nicht erst sie die Anwendung unter veränderten Verhältnissen?« Schade, dass niemandem auf dem Podium dieser Gedanke kam. Oder wollte nur keiner so rückständig sein, sich der Wertschöpfungsdiskussion zu verweigern?

Ein konkretes, immer wieder angesprochenes Thema macht die Konsequenz kulturellen Denkens in ökonomischen Kategorien deutlich: Wer für eine Wertschöpfungsbetrachtung eintrat, forderte verständlicherweise eine Ausweitung des Urheberrechtsschutzes weit in die Erbgeneration hinein. »Geistiges Eigentum« sei nun einmal die »Währung auf dem Kulturmarkt«. Ironisch fragte Andreas Broeckmann dagegen: »Wenn ich hier einen Gedanken äußere, ist der dann noch mein geistiges Eigentum?« Und erweist sich nicht tatsächlich die Nutzungsbeschränkung geistiger Produkte als Hemmnis künstlerischer Kreativität? Man denke nur an die Gralshüter-Mentalität mancher Schriftsteller-Erben, die mit Hilfe des Urheberrechts genau die theatralischen Experimente verhindern, welche der Autor einst gefordert und erstritten hat.

Natürlich war auf allen Podien auch für vermutete Vertreter der »traditionellen« Gegenposition gesorgt: Bernd Wagner engagierte sich als Vertreter der *Kulturpolitischen Gesellschaft* für kulturelle Kreativität als Aufgabe von Kulturpolitik. Helga Boldt, ehemalige Kulturdezernentin von Münster, betonte das zivilgesellschaftliche Element neben dem unternehmerischen Gewinnstreben. Ich verwies, mit Blick auf die Positionierung des Deutschen Städtetags, auf den kulturpolitischen Verfassungsauftrag und die gesellschaftliche Legitimation der Städte und ihrer Bürger. Und Hajo Cornel vom brandenburgischen Kulturministerium stellte die kulturpolitische Aufgabe des Staates dar und legte zutreffend fest: »Kultur- und Wirtschaftspolitik handeln nach unterschiedlichen Rationalitäten.« Daraus folgt logisch, dass es sich um unterschiedliche Bereiche handelt, die zwar miteinander kooperieren können und zum gegenseitigen Nutzen auch sollen, die sich aber nicht gegenseitig ersetzen oder dominieren dürfen. Volker Hellers Feststellung, dass der Anteil von Kulturwirtschaft am kulturellen Sektor wachse, muss dennoch nicht als Bedrohung erscheinen, wenn die Kultur ihr Selbstbewusstsein von der eigenen Bedeutung abhängig macht und nicht von dem Beitrag, den sie zum Wachstum der wirtschaftlichen Wertschöpfung beiträgt.

Was am Ende mehr überzeugte, lässt sich nicht sagen: Das Publikum musste angesichts von rund 45 Rednern, Panel-Diskutanten und Moderatoren an nur eineinhalb Tagen sich auf wenige Fragen beschränken und weitgehend passiv bleiben.

Die Berliner Tagung hat eine spannende Frage auf meist hohem Niveau verhandelt. Sie hat gezeigt:

Kultur als Teil des Wertschöpfungsprozesses zu definieren, ist ein durchaus möglicher Ansatz, der die Logik des Marktes für sich reklamiert. Aber er lässt entscheidende Fragen ohne Antwort: Wenn die Kunden von Kulturprodukten, wie es Bernd Fesel formulierte, wie alle Kunden über ihre Zahlungsbereitschaft zu definieren sind, wie hoch bauen wir dann die Zugangsschwelle? Was wird aus dem Verfassungsauftrag, ein demokratischer Kulturstaat zu sein? Was wird aus dem Menschenrecht auf kulturelle Teilhabe?

Stellen wir ruhig und selbstbewusst fest: Wirtschaftspolitik ist zweifellos eine Facette von Kulturpolitik, aber Kultur lässt sich nicht unter ökonomische Kategorien subsumieren. Kulturpolitik ist eben nicht Wirtschafts-, sondern Gesellschaftspolitik. In einer demokratisch agierenden Gesellschaft wird sie ohne öffentliche Diskussion, ohne Kontroverse und damit ohne öffentliche Agenda nicht auskommen. »Was nicht kontrovers ist, ist auch nicht der Rede wert«, hat Michael Söndermann Ralf Dahrendorf zitiert. Deshalb war die Tagung der Rede und des Kommentars wert.

#### **kreativ**

Als um 1970 in der deutschen Psychologie das Wort *kreativ* aufkam, war es eine wörtliche Übertragung vom englischen *creative*, bedeutete, was dieses bedeutet, »originell- einfallsreich«, »schöpferisch« also, und war damit ziemlich überflüssig. Wer wollte, konnte dabei an das Wunder der Schöpfung denken und daran, wie in der Sixtinischen Kapelle Gottvater mit ausgestrecktem Zeigefinger einem erwartungsvollen Adam entgegenfliegt ...

Aber das Wort akquirierte rasch eine eigene Bedeutung. Es tilgte die religiösen Konnotationen, säkularisierte sozusagen die Schöpfung. In der Alltagssprache hieß *kreativ sein* bald nicht mehr »etwas erschaffen«, sondern nur noch: irgendwelche relativ originellen Einfälle haben. Heute werden die Menschen vor allem noch bei Koch- und Töpferkursen *kreativ*, obwohl kein Lebensbereich der Macht der *Kreativität* verschlossen bleibt. »Der Verein gibt neun Millionen Euro für einen Kreativspieler aus«, sagt ein Pressesprecher und gesteht damit ein, dass man auch im Fußball um Ideen verlegen ist. »Die Luftballons sind ein kreatives Element der Demonstration«, verrät eine Sprecherin von Attac vor einer Großdemo stolz und meint nur: bunt und sinnlos.

Die *Kreativen* schlechthin sind heute die Angehörigen der werbenden Berufe. Man merkt dem Wort an, wie es sie adelt – wie erleichtert aber auch die Geschäftsführer einer Soßenfabrik sind, die keinen Schimmer haben, wie ein neues Produkt an den Mann zu bringen wäre, die Sache einer *Kreativ-Schmiede* überlassen zu können, wo ein *Chief Creative Officer* und sein *KreativTeam* von Berufs wegen gezwungen sind, sich gegen ein anständiges Honorar auch in hoffnungslosen Situationen etwas einfallen zu lassen, unterstützt von einer Software »für *Kreativprofis* in den Bereichen Web, Print und Video«.

Nichts gegen *kreativ*, auch nichts gegen Töpferei und schöpferische Oberoffiziere. Aber es war doch ein ziemlicher Absturz, von Michelangelos Deckenfresko bis zu den »kreativen Klingeltönen« der Firma Nokia, die das Schöpfen nunmehr dem Handy überlässt.

(Art. »kreativ«, in: Dieter E. Zimmer: *Die Wortlupe. Beobachtungen am Deutsch der Gegenwart*, Hamburg: Hoffmann & Campe Verlag 2006, S. 115f.)