

■ Don't Believe the Hype –

Schein und Sein der Creative Class (in Leipzig und anderswo)¹

Im Zentrum der kulturpolitischen Debatten steht derzeit eher die Kulturwirtschaft als die Kreativwirtschaft. Im Gegensatz zu ersterem wisse man bei der Kreativwirtschaft nicht ganz so genau, was eigentlich alles dazu gehöre, so Dieter Haselbach. Zudem sei ja eigentlich alles kreativ, was zu Innovationen im Wirtschaftsbereich führe – unabhängig davon, ob es sich dabei um einen Handwerksbetrieb oder um ein Werbebüro handele. Aus statistischer Sicht reduzierten sich die »großen Gesten um die Begriffsbildung« sowieso auf ein paar unterschiedliche Zurechnungen. Ist die Debatte um die Kategorien der *creative economy* und die ihr zugerechnete *creative class* also nur eine »scholastische« Attitüde?²

Die vorzeitige Einengung der Perspektive auf die Kulturwirtschaft verkennt, dass es in der Debatte um weit mehr geht als um tagespolitisch handhabbare Begrifflichkeiten. Gerade die trotz seiner offensichtlichen Ungenauigkeit zu beobachtende Beliebtheit des

Kreativitätsbegriffes muss einen doch stützen machen. Offenbar nämlich fungiert er weniger als klar definierter Term, sondern als eine *Metapher*, derer sich verschiedene



Akteure auf unterschiedliche Art und Weise bedienen, um ihre Sicht der Dinge durchzusetzen. Aber eine Metapher wofür?

Diese und andere Fragen diskutierten am 12. Februar Sascha Lobo (Autor und Blogger), Ulrich Bröckling (Politik-Professor an

der Universität Leipzig) und Arne Linde (freie Journalistin und Galeristin in Leipzig) während der Auftaktveranstaltung der diesjährigen Veranstaltungsreihe der Regionalgruppe Sachsen/Leipzig zum Thema »Kulturarbeit – Arbeitskulturen«. Folgt man der Argumentation Ulrich Bröcklings³, so stellt Kreativität eines der Schlüsselkonzepte unternehmerischen Handelns dar. Sie stehe für den Aspekt der Innovation, für das Erkennen und Ergreifen von Gewinnchancen und die schöpferische Zerstörung, die Platz für Neues schaffe, so Bröckling. Neu daran sei, dass sich unter dieser Prämisse gegenwärtig ein gesellschaftliches Leitbild formiert, das am Subjekt selbst ansetzt. Es geht – genauer gesagt – um das »unternehmerische

Selbst« und um die damit verbundene Forderung, »jeder solle sich bis in die letzten Winkel seiner Seele zum Unternehmer in eigener Sache mausern« (S. 7)⁴. Bröckling sieht in dieser Forderung ein neues Regierungsprogramm, das nicht nur die Sphäre staatlicher



Angst vor dem Islam?

In Kooperation mit der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V. fand am 6. März 2008 im Rahmen des 13. *Filmfestivals Türkei/Deutschland* im Festsaal des Kulturzentrums K4 in Nürnberg die Podiumsdiskussion »Wovor hat das Abendland Angst?« statt. *Dr. Gottfried Claussen* (Christliches Zentrum Nürnberg), *Prof. Dr. Hermann Gla-*

ser (Publizist) und *Prof. Dr. Dr. Şefik Alp Bahadır* (Universität Erlangen-Nürnberg), moderiert vom Präsidenten der Kulturpolitischen Gesellschaft *Prof. Dr. Oliver Scheytt*, näherten sich in der Diskussion den Auseinandersetzungen über Integration, so genannten »deutschen Leitwerten« sowie Auffassungen von der natürlichen Diffe-

renz zwischen Türken und den »christlich-abendländischen Gesellschaftswerten. Unmittelbar vor der Veranstaltung war im Rahmen des Filmfestivals der Dokumentarfilm »Der Tag, an dem Theo van Gogh ermordet wurde« gezeigt worden. Die Diskussion wurde entsprechend emotional geführt und war nicht immer frei von Vorurteilen und gegenseitigen Schuldzuweisungen. Als vorläufiges Ergebnis lässt sich dennoch festhalten, dass es keine Alternative zum interkulturellen Dialog gibt. Denn nur wer sich verständigt, kann auch lernen zu verstehen. Und wer versteht, verliert vielleicht auch seine Angst.

Organisiert wurde das Filmfestivals vom InterForum (hier Vorstandsvorsitzender Adil Kaya, Mitglied im Vorstand der Kulturpolitischen Gesellschaft) in Kooperation mit dem Amt für Kultur und Freizeit der Stadt Nürnberg. (F.K.)



Intervention meint, sondern auch andere Formen planvollen Einwirkens auf menschliches Handeln durch Managementprogramme, Kreativitäts-, Kommunikations- und Kooperationstechniken sowie populäre Ratgeber, die die Ratio unternehmerischen Handelns ausbuchstabieren oder Verfahren bereitstellen, mit denen die Menschen ihr Verhalten dem Leitbild annähern können.

Schaut man sich vor diesem Hintergrund die Lebens- und Arbeitsverhältnisse der Kreativen an, so hat man Paradebeispiele unternehmerischer Subjekte vor Augen. Sie verkörpern all das, was man heute von einem Unternehmer in eigener Sache erwartet: Sie sind selbständig, flexibel und selbstorganisiert und arbeiten auf eigene Rechnung und eigene Verantwortung, setzen zudem derzeit viel bewunderte alternative Wertschöpfungsketten in Gang und sind dabei häufig auch noch Raumpioniere in Städten. Dass dies in durchaus positiver Weise von den »Betroffenen« selbst auch so gesehen wird, zeigt das unlängst erschienene Buch von Holm Friebe und Sascha Lobo⁵. Mit dem Slogan »etwas Besseres als Festanstellung finden wir allemal« beschreiben die Autoren einen (und nicht zuletzt ihren eigenen) Lebensentwurf, dessen zentraler Wert die Selbstbestimmung sei. Diese selbsternannte Avantgarde will sich der herkömmlichen Struktur und Organisation von Arbeitsplätzen nicht unterordnen, vielmehr verwischen sie die Grenzen zwischen Arbeits- und Freizeitphase: »Menschen sitzen mit ihren Laptops ganztägig im Café und nennen es Arbeit« (152). Dabei würden sie vor allem Erwerbsmöglichkeiten in der virtuellen Mikroökonomie nutzen, wie sie das so genannte Web 2.0 bereit hält. Auch in der Diskussion zeichnete Lobo ein durchweg optimistisches Bild der kreativen Kleinselbständigen, würden diese doch quasi eine Utopie leben: mangelhafte Einkommensverhältnisse würden aufgewogen durch ein hohes Maß innerer Motivation, Identifikation mit der Arbeit und dem Zugewinn an individueller Freiheit.

Doch: Realisieren die Kreativen tatsächlich den alten Traum vom selbstbestimmten Arbeiten in frei gewählten Kollektivstrukturen oder sind sie die – unfreiwilligen – Vorreiter neoliberaler Subjekt- und Arbeitsvorstellungen, die sich allmählich zur Norm für alle etablieren? Neben Bröckling stand auch die Junggaleristin Arne Linde dem derzeitigen Hype um die Kreativen skeptisch gegenüber. Sie, die doch eigentlich als Repräsentantin der *creative class* eingeladen war, fand das Etikett »kreativ« belastet und belastend.

Die Diskussion am Abend des 12. Februar war kontrovers. Doch bei aller Unterschiedlichkeit in den Standpunkten wurde schnell klar, dass es hier *nicht nur* um die Wertschätzung eines neuen Wirtschaftssektors gehen kann, sondern die Debatte viel grundsätzlicher geführt werden muss, da hier auch ein Gesellschaftsbild verhandelt wird, das dem Subjekt ein Höchstmaß an Unsicherheit und Verantwortung überträgt. Diese Debatte hat nicht nur kulturpolitische, sondern grundlegende gesellschaftspolitische Dimensionen, und auch die Kulturpolitische Gesellschaft sollte sie sich verstärkt zu eigen machen – ist es doch ihr programmatischer Anspruch, Kulturpolitik als Gesellschaftspolitik zu betreiben.

Für weitere Veranstaltungen zum Thema siehe www.kulturpolitischer-salon.de

Uta Karstein

- 1 Für Anmerkungen und Kritik danke ich Katharina Schniebs und Pascal Pilgram.
- 2 S. dazu die entsprechenden Ausführungen im Heft 119 der Kulturpolitischen Mitteilungen.
- 3 Ulrich Bröckling: Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform. Frankfurt/ Main 2007.
- 4 Dies verkünden heute zahlreiche Motivationsgurus und Selbstmanagementtrainer, aber auch Wirtschaftswissenschaftler, Bildungsexperten, Trendforscher und Politiker (fast) aller Couleur. Für letzteres stellt der Abschlussbericht der »Kommission für Zukunftsfragen Bayern-Sachsen« aus dem Jahre 1997 ein anschauliches Beispiel dar. Dort wird u.a. das »Individuum als Unternehmer seiner Arbeitskraft und Daseinsvorsorge« als Leitbild der Zukunft gefordert. Medien und Wissenschaft werden aufgerufen, diese Einsicht zu fördern, sonst würde Deutschland abgehängt von den globalen Entwicklungen.

FONDS SOZIOKULTUR

Digitale Geschichten und Theater für Treber

Fonds Soziokultur fördert 41 soziokulturelle Modellprojekte

Über insgesamt 420.000 Euro Fördergelder für ihre soziokulturellen Projekte können sich 41 Vereine und Initiativen freuen. Darüber entschied am 29. Januar das Kuratorium des Fonds Soziokultur. Von den 41 Projekten sind 14 zusätzlich für den »Innovationspreis Soziokultur« nominiert. Er ist mit 10.000 Euro dotiert und wird alle zwei Jahre ausgeschrieben. Das aktuelle Thema lautet: »Spuren suchen – finden – hinterlassen«.

Nominiert sind beispielsweise die »Digitalen Geschichten«, eine moderne Form der mündlichen Geschichts-Überlieferung. Der britische Medienkünstler Matt White wird in zehn baden-württembergischen Kulturzentren Workshops leiten, in denen Migranten und Spätaussiedler ihre persönlichen Geschichten erzählen – in ihrer Muttersprache und in Deutsch. Daraus entstehen Kurzfilme, die dann als Vorfilme in Programmkinos gezeigt werden. Das Digitale Geschichtenerzählen kommt aus dem anglo-amerikanischen Raum. Der britische Sender BBC entwickelte daraus ein TV-Format.

Ebenfalls auf der Liste der Nominierungen steht die Ländliche Akademie Krummhörn mit ihrem Projekt »Versunkene Dörfer – Verdrunken geschiedenis«. Dieses deutsch-niederländische Musical soll die Dorfbewohner der Krummhörn, eine ostfriesische Region um Emden, mit denen des Groningerlandes zusammenbringen. Ziel ist es, gemeinsame Wurzeln zu entdecken, damit eine regionale Identität und Zusammenarbeit entstehen kann.

»Dass die Soziokultur aktuelle gesellschaftliche Herausforderungen annimmt, sieht man deutlich an den Themen der Projektanträge. Außerhalb des Wettbewerbs um den Innovationspreis haben wir diesmal einen Trend zu interkulturellen, interreligiösen und generationenübergreifenden Projekten beziehungsweise solchen, die sich ausschließlich an ältere Menschen richten«, stellt Dr. Norbert Sievers fest, Geschäftsführer des Fonds Soziokultur. Mit wieviel Spaß und Kreativität sie das tun, zeigen Titel wie »G3-Gipfel im Altenheim« oder »Golden Girls und Coole Knacker«. Ihr Theaterprojekt mit Wohnungslosen nennt die Treberhilfe Dresden selbstbewusst »Bühne des Lebens«.

Seit 1988 fördert der Fonds Soziokultur Projekte, die zur aktiven Teilnahme am kulturellen und gesellschaftlichen Leben aufrufen. Die Projekte sollen Modellcharakter haben und für andere soziokulturelle Einrichtungen Maßstäbe setzen. Der Fonds Soziokultur ist ein gemeinnütziger Verein, dem acht Bundesverbände aus der soziokulturellen Arbeit angehören. Die Fördermittel werden von der Kulturstiftung des Bundes bereitgestellt und zweimal jährlich ausgeschrieben. Im ersten Halbjahr 2008 bewegten sich die einzelnen Fördersummen zwischen 2.000 und 26.000 Euro. Die höchste Einzelförderung erhielt die Ausstellung »Familie und Schokolade« des Machmit-Museums für Kinder in Berlin.

Für Projekte, die im zweiten Halbjahr 2008 beginnen, schreibt der Fonds im Februar erneut Mittel aus. Stichtag zur Abgabe der Anträge ist der 1. Mai 2008. Nähere Informationen und Antragsvordrucke können beim Fonds Soziokultur angefordert oder im Internet heruntergeladen werden (www.fonds-soziokultur.de).

Mehr Informationen:

Fonds Soziokultur • Klaus Kussauer
Weberstr. 59 a • 53113 Bonn
fon: 0228/97144790 • fax: 0228/97144799
info@fonds-soziokultur.de • www.fonds-soziokultur.de