

Kultur in der smarten Stadt?



Ralf Ebert, Dipl.-Ing., ist Stadtplaner und Kulturforscher sowie Inhaber von STADTart – Büro für Planung, Beratung, Kommunikation, Dortmund



Dr. Friedrich Gnad gründete das Büro STADTart 1992 mit Ralf Ebert und ist heute freier Mitarbeiter von STADTart als Senior-Researcher



Prof. Dr. Klaus R. Kunzmann ist Dr. techn. Dipl.-Ing. HonDLitt (Newcastle), Univ.-Prof. a.D., Dortmund

Die Digitalisierung aller Lebensbereiche schreitet voran. Neue Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten bringen für Stadtbewohner viele Annehmlichkeiten mit sich, etwa beim Einkaufen (e-shopping), bei der Inanspruchnahme von Dienstleistungen von Banken, Versicherungen etc. Auch kulturelle Einrichtungen sind seit Jahren dabei, sich auf die Herausforderungen durch die Digitalisierung einzustellen und die damit verbundenen Chancen zu nutzen (u.a. Institut für Kulturpolitik 2011). Dies geht weit über digitalisierte Marketing- und Kommunikationsstrategien, die Digitalisierung von Beständen in Museen und Bibliotheken etc. hinaus, wie beispielsweise aktuelle Initiativen für eine »Akademie für Digitalität und Theater« in Dortmund, neue Ansätze zur Veränderung der Internetkunst oder etwa das Programm »Digitale Wege ins Museum« des Landes Baden-Württemberg zeigen.

Digitalisierung und immer größer werdende Datenmengen (»Big Data«) haben auch die immerwährende Debatte um angemessene zukunftsorientierte Leitbilder bzw. attraktive Marketingkonzepte der Stadtentwicklungsplanung erfasst (Kunzmann 2017). Das Konzept der Smart City, ein positiv besetzter, weil vielfach im Zusammenhang mit Nachhaltigkeitsstrategien genannter Sammelbegriff für eine große Vielfalt an kommunalen Digitalisierungsstrategien, ist ein Beispiel dafür. Beraten und getrieben von wenigen großen global agierenden I&K-Giganten und global agierenden Beratungsunternehmen (z.B. IBM, McKinsey, Frost & Sullivan), aber auch gedrängt und ermutigt von Medien (z.B. der Süddeutschen Zeitung) haben inzwischen auch erste Städte in Deutschland Konzepte zur Digitalisierung ihrer Stadt erarbeitet (u.a. in Berlin, Köln, Dortmund, Düsseldorf) bzw. sind dabei zu erkunden, wie diese Technologien für eine nachhaltige und widerstandsfähige Stadtentwicklung genutzt werden können, sei es zur Bewältigung von Mobilitätsproblemen in Innenstädten, für Sicherheit und Überwachung auf öffentlichen Plätzen und Straßen, zum Schutz von nicht erneuerbaren Ressourcen, zur Verbesserung kommunaler Dienstleistungen oder für die ganze Stadtentwicklungsplanung (z.B. Google Urbanism). Die Anzahl an Publikationen, die die Vorzüge der smarten Stadt preisen, ist inzwischen unübersehbar.

Kultur und Stadt in Zeiten der Digitalisierung

Doch weder in Deutschland noch in Frankreich oder im angloamerikanischen Sprachraum gibt es bislang nennenswerte Publikationen zur Rolle der Kultur, zu den Standorten bzw. zu den Räumen der Kultur in der Stadt oder zur Kulturentwicklung in der smarten Stadt (weshalb auch in einem aktuellen Smart City Index Kultur nicht auftaucht, den Roland Berger GmbH erstellt hat). Auch die Veranstaltung »Kultur ist Digital, Digital ist Kultur« 2015 in Essen hat wenig Hinweise erbracht, was Städte im Rahmen ihrer smarten digitalen Strategien für die Kultur tun können oder sollten (European Center for Creative Economy 2015).

Dies verwundert umso mehr, als auch in der Kulturentwicklung deren Nachhaltigkeit auf der kommunalen Agenda steht, wozu auch die Erhaltung offener Gestaltungsmöglichkeiten für zukünftige Generationen zählt (u.a. Klein 2005). Dafür spielen Daten zu den kulturellen Einrichtungen etwa hinsichtlich der Besucherentwicklung, der demografischen Merkmale der BesucherInnen eine nicht unwesentliche Rolle. Das zeigt beispielsweise die mit der Digitalisierung verbundene Entstehung eines neuen Typus von Konsumenten, den »Prosumer«, der gleichzeitig auch Produzent ist. Der Zukunftsforscher Alvin Toffler hat ihn schon 1983 beschrieben, aber erst mit den heutigen digitalen technischen Möglichkeiten kommt dieser neue Typus immer stärker zur Entfaltung, wodurch trisektorale »prosumerverankerte Wertschöpfungsnetzwerke« begünstigt werden (STADTart, Institut für Kulturpolitik, HWWI 2012). Abgesehen davon beeinflusst die Digitalisierung auch die Kultur- und Kreativwirtschaft, die spätestens seit 2010, als das Ruhrgebiet Kulturhauptstadt Europas war, von vielen Städten als Querschnittsbranche oder ausschließlich hinsichtlich der besucherbezogenen Segmente in die kommunale Kulturentwicklung integriert wird (aktuell European Commission 2017).

Die Verbreitung von Informationen und Kulturangeboten über digitale Netzwerke und Plattformen ist heute für jede(n) ohne größeren technischen Aufwand möglich. »Internetstars« mit teils skurrilen Angeboten »werden geboren« und erleben über Plattformen wie Youtube eine steile Karriere in der analogen Welt (z.B. Justin Bieber). Dafür

»Blocked Delivery II«, 2017, EVOL / Courtesy of the artist / VG Bild-Kunst, Bonn 2017
 Im Rahmen der Ausstellung »Gesellschaft zur Wertschätzung des Brutalismus / The Brutalism Appreciation Society« vom 08.04.-24.09.2017 im HMKV im Dortmunder U
 Foto: Hannes Woidich



werden attraktive Musikveranstaltungsorte benötigt, während die ortsunabhängige digitale Musik zu Werbeträgern für Konzerte mutiert. In Folge solcher komplexer Entwicklungen sind seit einigen Jahren nicht nur Unternehmen der Copy-Industrien (z.B. Buchverlage, Tonträgerhersteller) unter Druck geraten. In zunehmenden Maße betrifft die Digitalisierung auch bildungsbezogene Angebote (z.B. E-Learning für den Instrumentalunterricht) und besucherorientierte Anbieter der Kultur- und Kreativwirtschaft, darunter Kunstgalerien oder Kinos (ausführlich u.a. Gnad / Ebert / Kunzmann 2016, 235f.; European Commission 2017). Eine erste Reaktion auf solche Gratwanderungen zwischen Globalisierung und Lokalisierung sind beispielsweise mehrere Sparten umfassende Geschäftsmodelle für Einrichtungen wie etwa Konzert- und Ballettaufführungen, die aus den Metropolen der Welt in Kinosäle übertragen werden.

Unübersichtlichkeit: Fragen über Fragen

Diese wenigen Beispiele zeigen, wie die zunehmende Digitalisierung der Stadtgesellschaft Auswirkungen auf den kommunalen Kulturbereich hat, auch etwa hinsichtlich der zukünftigen Standorte lokaler Kulturproduktion. Stärkt die Digitalisierung die ortsansässige Kultur- und Kreativwirtschaft und führt sie zu neuen Formen der kulturellen Nachfrage? Verdrängt künstliche Intelligenz eine große Anzahl an kulturbezogenen »Kreativen«? Werden digital vermarktete Events noch wichtiger? Stützen soziale Medien die lokalen Kulturangebote oder stärken sie eher die überlokalen Kulturereignisse? Muss sich die kommunale Kulturpolitik in Zeiten der Digitalisierung der Stadtgesellschaft neu erfinden? Hat die abnehmende Bedeutung des traditionellen Fernseh-

hens positive Folgewirkungen für Kulturangebote? Ist die kommunale Kulturverwaltung anders zu strukturieren, damit sie nicht von Entwicklungen abgehängt wird, die das Leben und Arbeiten in der Stadt immer stärker beeinflussen? Werden kulturelle Orte und Einrichtungen durch Tendenzen der Enträumlichung kultureller Produkte und Prozesse immer mehr obsolet oder ist vielmehr das Gegenteil zu erwarten, und die Einrichtungen und Orte in der digitalisierten Welt werden geradezu notwendig? Gibt es dabei Unterschiede zwischen den kulturellen Sparten? Lässt sich über digitale Kulturangebote vielleicht sogar die kulturelle Teilhabe ausbauen, etwa von Gruppen mit Migrationshintergrund, oder bleibt dies ein Traum? Werden kleine kommunale Kultureinrichtungen an Bedeutung verlieren, während kulturelle Leuchttürme alle Aufmerksamkeit auf sich ziehen mit Folgen für den Kulturtourismus? Wie verändert die »augmented reality« bzw. »virtual reality« einzelne Sparten und den gesamten Kulturbereich? Sind von diesen Veränderungen Klein- und Mittelstädte stärker betroffen als Großstädte, da dort eher die Unternehmensnetzwerke bestehen, die IT und Kultur für neue Produkte und Dienstleistungen kombinieren können, etwa zur Gamification? Wird die Summe der einzelnen Veränderungen in den kulturellen Sparten die vorhandenen Tendenzen zur Temporärisierung von Kulturangeboten in Städten weiter verstärken und dazu führen, dass Innenstädte bzw. Kulturquartiere auch in kultureller Hinsicht einen Strukturwandel erfahren? Fragen über Fragen, die zeigen, dass es zu den vielfältigen Folgen der Digitalisierung für die Kultur, für die kulturelle Produktion und die kulturelle Nachfrage sowie deren Konsequenzen für die kommunale Kulturentwicklung noch viel zu erforschen gilt.

Was tun für die Kultur in der smarten Stadt?

Die Zukunft der Städte und damit auch die Zukunft von Kulturproduktion und -konsum in den Städten wird von digitalen Technologien der fünften industriellen Revolution geprägt sein. Mit der damit verbundenen »technokratischen, datengesteuerten Wende« in der Stadt- und Regionalentwicklungsplanung wird der Kulturbereich, der von vielen Städten in den letzten Jahren im Rahmen des Paradigmas der »Kreativen Stadt« und einer sehr stark kulturbezogenen Interpretation von »Kreativität« wohlwollend unterstützt wurde, zukünftig vermutlich weniger Aufmerksamkeit erfahren. Diesem relativen Bedeutungsverlust des Kulturbereichs auf der Politikebene kann nur begegnet werden, wenn Kultur in die digitalen, technologielastrischen Konzepte zur Smart City auf den unterschiedlichsten Ebenen integriert wird, etwa in die nationale Smart City Charta (Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung 2017). Doch solche Konzepte müssen inhaltlich überzeugen und sowohl die anstehenden Herausforderungen als auch die Chancen der Digitalisierung für den Kulturbereich in den Stadtregionen beschreiben. Ansätze einer kommunalen Kulturentwicklung im Sinne einer Stärkung und Demokratisierung der Kultur in den Städten sind Konzepte der »Sharing City« oder »Open City« (Dobusch 2017), die allerdings eine intensive querschnittsorientierte Stadtpolitik voraussetzen, in der Kultur nicht nur dekorativen Marketing-Charakter hat oder als Vehikel für die Kultur- und Kreativwirtschaft genutzt wird.

Was tun? Nach einer Phase der bisherigen anwendungsbezogenen Digitalisierung (u.a. hinsichtlich des Marketings) sollte es in einer »Erkundungs- und Erprobungsphase« darum gehen, sich durch eigene Beiträge auf der Basis der Trisektoralität und Cultural Governance an die Diskussion um die Smart City anzudocken. Dabei sind sowohl die Chancen (z.B. beim stadtreionalen Monitoring, im gemeinsamen Marketing, der Beteiligung der BürgerInnen) als auch die Herausforderungen zu analysieren, etwa für die demokratische Öffentlichkeit und die bestehende kulturelle Infrastruktur. In England wird seit 2013 jährlich eine Studie zur Digitalisierung und Kultur erstellt (Arts Council England / Nesta 2017). Als ein anderes Feld bieten sich explorative Projekte an, in deren Rahmen kleinere Kultureinrichtungen bzw. erwerbswirtschaftliche Anbieter zur Stärkung der kulturellen Teilhabe durch eine Kombination von digitalisierten und Face-to-face-Angebotsformen (blended learning) in ihren Bemühungen in der Stadt gestärkt werden. Bei der anstehenden Modernisierung von Kultureinrichtungen sollte auf mehrspartenbezogene und digitale Produktions- und Distributionsmöglichkeiten geachtet und punktuell in Zusammenarbeit mit Labs Cross-Innovation erprobt werden (Schmidt / Brinks 2014). Hilfreich können hierbei stadtreionale Netzwerke lokaler Kulturanbieter mit langjährigen Erfahrungen in der Digitalisierung sein. In einer zweiten Phase sollten dann

aufbauend auf diversen Projekterfahrungen zur Digitalisierung im Kulturbereich zukunftsweisende Ansätze im Kontext der smarten Stadt formuliert werden, eventuell in Form einer Charta »Smart City und Digitale Kultur«.

Eine »smarte« Kulturentwicklungsstrategie lässt sich jedoch nur dann erfolgreich konzipieren und umsetzen, wenn die kommunale Kulturverwaltung sowohl technisch wie personell befähigt wird, die Chancen einer solchen Strategie auch wahrzunehmen. Dies setzt eine gezielte Personalpolitik voraus, bei der auf digitale Kompetenzen etwa hinsichtlich der E-Partizipation ebenso wie auf Kompetenzen in der kulturellen Produktion und der Nachfrage geachtet wird. Dabei darf nicht vergessen werden, dass auch smarte Kulturentwicklungsstrategien nicht frei von Gefahren sind und vor Ort immer auch Anlass zu Diskussionen liefern werden. ■

Literatur:

- Arts Council England / Nesta (2017): Digital Culture 2017, London
- Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (2017): Smart City Charta- Digitale Transformation in den Kommunen nachhaltig gestalten, Bonn
- Dobusch, Leonhard (2017): Visionen der digitalen Stadt: Smart, Sharing oder Open? in: WISO Direkt, Nr. 33/2017, Bonn
- European Center for Creative Economy (2015): Kultur ist Digital. Digital ist Kultur. Dokumentation Forum d'Avignon Ruhr, Dortmund.
- European Commission (2017): Mapping the Creative Value chains - A Study on the economy of culture in the digital age. Brussels
- European Commission (2017): Mapping the Creative Value Chains, Brüssel
- Gnad, Friedrich; Ebert, Ralf; Kunzmann, Klaus R. (2016): Kultur- und Kreativwirtschaft in Stadt und Region, Stuttgart
- Institut für Kulturpolitik (2011): Jahrbuch zur Kulturpolitik 2011 - Thema: Digitalisierung und Internet, Essen
- Klein, Armin (2005): Nachhaltigkeit als Ziel von Kulturpolitik und Kulturmanagement - ein Diskussionsvorschlag, In: Klein, Armin / Knubben, Thomas (Hrsg.); Deutsches Jahrbuch für Kulturmanagement 2003/2004, 9-28
- Kunzmann, Klaus R. (2017): Big Data und smarte Technologien, In: RaumPlanung 189, 2-6.
- Roland Berger GmbH (2017): Think: Act - Navigating Complexity; Smart City, smart strategy, München
- Schmidt, Suntje / Brinks, Verena (2014): Labs als neue Treiber von Innovation. Berlin
- STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI (2012): Öffentlich geförderter, intermediärer und privater Kultursektor - Wirkungsketten, Interdependenzen, Potenziale. Forschungsgutachten für den Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM), Dortmund, Bonn, Hamburg, Berlin