Institut für Kulturpolitik
der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.)

Jahrbuch für Kulturpolitik 2008

Jahrbuch für Kulturpolitik 2008 • Band 8

Institut für Kulturpolitik
der Kulturpolitischen Gesellschaft e. V. (Hrsg.)

Das Jahrbuch für Kulturpolitik

- greift jeweils ein besonders bemerkenswertes Thema der kulturpolitischen Diskussion als Schwerpunkt auf;
- reflektiert wichtige gesellschaftliche Entwicklungen im Lichte der Kulturpolitik;
- dient als Plattform, um Perspektiven der Kulturpolitik – jenseits des hektischen Tagesgeschäfts – zu diskutieren;
- versteht sich als Instrument der Politikberatung im kommunalen Bereich wie auf Länder- und Bundesebene;
- stellt zentrale Ergebnisse der kulturstatistischen Forschung zusammen und widmet der Kulturstatistik ein besonderes Augenmerk;
- dokumentiert wichtige Daten und Ereignisse der Kulturpolitik des abgelaufenen Jahres;
- verweist in einer umfangreichen Bibliografie auf Veröffentlichungen zur Bundes-, Landes- und lokalen Kulturpolitik;
- entwickelt sich als laufende Berichterstattung zur umfassenden Dokumentation der Kulturpolitik in der Bundesrepublik Deutschland.

Herausgegeben für das
Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V.
von Bernd Wagner

Jahrbuch für Kulturpolitik 2008

Band 8

Thema: Kulturwirtschaft und Kreative Stadt

- *Kulturstatistik*
- *Chronik*
- *Literatur*
- *Adressen*

Klartext

Das »Jahrbuch für Kulturpolitik« wird aus Mitteln des Beauftragen der Bundesregierung für Kultur und Medien gefördert.

Der Beauftragte der Bundesregierung
für Kultur und Medien

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet unter http://dnb.ddb.de abrufbar.

© 2008, Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft e. V., Bonn
Klartext Verlag, Essen
Alle Rechte vorbehalten
Umschlaggestaltung: Juliane Bentz
Satz + Gestaltung: Karin Dienst, Wolfgang Röckel
Printed in Germany

ISBN 3-89861-940-0

Inhalt

Bernd Neumann
Vorwort 9

Oliver Scheytt
Vorwort 13

Bernd Wagner
Kulturwirtschaft und kreative Stadt. Einleitung 15

Kultur und Wirtschaft

Peter Bendixen
Kultur und Wirtschaft – Zwei Seiten einer Medaille? 33

Armin Klein
Zwischen Markt, Staat und (Zivil-)Gesellschaft.
Komplexe Arenen und gemischte Strukturen im kulturellen Bereich 45

Andreas Joh. Wiesand
Götterdämmerung der Kulturpolitik?
Anmerkungen zur Karriere der »Creative Industries« 61

Kulturwirtschaft auf Landes- und Kommunalebene

Dieter Gorny, Oliver Scheytt
Im Wandel begegnen wir unserer Kreativität –
Zur Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft durch die
Europäische Kulturhauptstadt RUHR.2010 73

Friedrich Gnad, Klaus R. Kunzmann
Kultur- und Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen:
15 Jahre Berichte zur Kulturwirtschaft 83

Katharina Schwalm-Schäfer
»Create.NRW« – Ein Wettbewerb als Entwicklungsprogramm
für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen 91

Manfred Gaulhofer, Dieter Haselbach
Ein ökonomischer Blick auf den Kultur- und Musiksektor.
Kulturwirtschaftsbericht Niedersachsen 2007 95

Christian Antz
Kreativwirtschaft aus der Provinz?
Die Potenziale der Medien- und Designwirtschaft in Sachsen-Anhalt 103

Tobias J. Knoblich
Die Bedeutung der Kulturwirtschaft in Mitteldeutschland.
Eine sächsische Perspektive 117

Christoph Backes, Sylvia Hustedt
Das »Modell Aachen« – ein politik- und spartenübergreifender Erfolgsansatz 125

Ralf Ebert
Über Kultur zur Kultur- und Kreativwirtschaft: Entwicklung und Zukunft
in der sich transformierenden Industriestadt Dortmund 133

Hans-Georg Bögner
Ein Plädoyer für die Integration kulturwirtschaftlicher Fragestellungen
in die kommunale Praxis 145

Peter Kurz
Das Mannheimer Modell – ein Beispiel für einen erfolgreichen Start
in die Kreativwirtschaft 151

Dieter Rossmeissl
Kultur in der Metropolregion. Die kulturelle Funktion der
Europäischen Metropolregion am Beispiel Nürnberg 159

Kulturwirtschaft und Kulturpolitik

Volker Heller
Kulturwirtschaft und die Aufgaben der Kulturpolitik 165

Dieter Haselbach
Kulturwirtschaft und Kulturpolitik – Plädoyer für begriffliche Sorgfalt 175

Volkmar Strauch
Plädoyer für einen ressortübergreifenden, integrierten Ansatz
in der Kulturwirtschaftspolitik 187

Klaus Hebborn
Kulturpolitik und Kulturwirtschaft aus Sicht der Städte.
Kommunale Kulturpolitik und Kulturwirtschaft – kein Gegensatzpaar 195

Dieter Kramer
Über die Grenzen der Kulturwirtschaft 205

Rita Pawelski
Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft:
Zusammenspiel mit Augenmaß zwischen Kultur- und Wirtschaftspolitik 215

Monika Griefahn
Kulturwirtschaft und kulturelle Intelligenz 221

Hans-Joachim Otto
Kultur und Kreativität als urbane Ressource.
Politische Herausforderung Kultur- und Kreativwirtschaft:
Rahmenbedingungen und Fördermaßnahmen 227

Lothar Bisky
Die Kulturwirtschaft als »Wundertüte«?
Zum Verhältnis von Kultur und Wirtschaft 233

Katrin Göring-Eckardt
Kultur – diesseits und jenseits des Reichs der Notwendigkeit 239

Blick über die Grenzen

Manfred Gerig, Christoph Weckerle
Die Kreativszene 243

Veronika Ratzenböck, Anja Lungstraß
Der Weg der Kreativwirtschaft/Creative Industries in Österreich. Perspektiven
für eine integrierte Kultur-, Wirtschafts- und Beschäftigungspolitik 251

Helga Trüpel
Kulturwirtschaft in der europäischen Diskussion 261

Cornelia Dümcke
Kulturwirtschaft in Entwicklungsländern.
Entwicklungspolitische Dimension einer Debatte 265

Kreative Stadt

Walter Siebel
Was macht eine Stadt kreativ? 273

Albrecht Göschel
Kreative Stadt: Modernisierung mit Folgen 285

Ralf Ebert
»Kreative Räume« der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Hierarchie
der Städte und Anforderungen an eine zukunftsorientierte Stadtpolitik 293

Karin von Welck
»Talentstadt Hamburg« – Hamburgs Beitrag zur Diskussion um die kreative Stadt 305

Willfried Maier
Was passiert, wenn eine Stadt auf Kreativität setzt?
Ein Vorschlag für die Entwicklung Hamburgs 313

Claudia Roth, Reinhard Olschanski
Kreativität für und durch alle – Für eine einbeziehende Kreativitätspolitik 321

Künstler, Kulturarbeiter und Kulturunternehmer

Max Fuchs, Olaf Zimmermann
Höhen und Tiefen des Arbeitsmarktes Kultur 327

Caroline Dangel
Artpreneurs – Selbstständige Künstlerinnen und Künstler
als Produzenten ihrer eigenen Lebenslage 337

Birgit Mandel
Die Neuen Kulturunternehmer – Prekariat oder Vorreiter und Visionäre
eines sich wandelnden Kulturbetriebs? 345

Helene Kleine
Entlegene Provinzen – kreative Regionen 357

Elmar D. Konrad
Unternehmertum in der Kulturarbeit 365

Bertram Abel
Erfahrungen bei der Existenzgründung und Existenzsicherung kulturwirtschaftlicher Betriebe und Schlussfolgerungen für die regionale Wirtschafts- und Kulturpolitik 375

Corinna Vosse
Neue Steuerungsformen kultureller Infrastrukturentwicklung 383

Publikationen und Internet-Adressen zur Kultur- und Kreativwirtschaft 389

Kulturfinanzierung und Kulturstatistik

Michael Söndermann
Öffentliche Kulturfinanzierung in Deutschland 2007. Ergebnisse aus der Kulturstatistik 397

Hubert Theler, Christoph Weckerle
Öffentliche Kulturfinanzierung in der Schweiz 407

Franz-Otto Hofecker
Kulturfinanzierungsanalyse im internationalen Vergleich. Zur Bedeutung Compendium-kompatibler Studien im deutschsprachigen Raum 417

Kulturpolitische Chronik, Literatur und Adressen

Chronik kulturpolitischer und kultureller Ereignisse im Jahr 2007 431

Bibliographie kulturpolitischer Neuerscheinungen 2007 446

Kulturpolitische Institutionen 491

Kunst und Kultur im Internet 499

Autorinnen und Autoren 507

Vorwort

In der öffentlichen Diskussion hat man die Stadt als Ort der Kreativität entdeckt, als Ausgangspunkt und Schauplatz sozialer, kultureller und wissenschaftlicher Neuerungen. Im Zentrum der Debatte stehen die Begriffe »kreative Milieus«, »creative industries« oder auch die »Kreative Klasse« von Richard Florida. »Kreativität« erscheint als Schlüsselqualifikation der globalen Wissensgesellschaft: Wissen ist zur entscheidenden Ressource für wirtschaftliche Prosperität und gesellschaftlichen Wohlstand geworden. Daher erwarten die Mitgliedsstaaten der Europäischen Union von der Kultur- und Kreativwirtschaft entscheidende Impulse für Europas Wettbewerbsfähigkeit.

Das Exportland Deutschland, das über wenige Rohstoffe verfügt, braucht die Kreativität seiner Bürger ganz besonders. Deutschlands kreative Städte genießen weltweit ein hohes Ansehen und werden sich am kommenden »Europäischen Jahr der Kreativität und Innovation« beteiligen. Unser Land verfügt dafür über die besten Voraussetzungen: Vor drei Jahren wurde Berlin als erste Stadt in Europa mit dem Titel »UNESCO-Stadt des Designs« ausgezeichnet. 2010 werden Essen und das Ruhrgebiet »Kulturhauptstadt Europas«.

Die Grundlage dieser positiven Entwicklung ist ein vielfältiges Kulturleben und die lebendige Vermittlung von Kultur. Menschen wollen in einem attraktiven und anregenden Umfeld leben; möglichst frühe Erfahrungen mit Kunst und Kultur sind ausschlaggebend für die intellektuelle und damit auch die kreative Entwicklung von Kindern und Jugendlichen. Die Förderung von Kunst und Kultur ist darum eine notwendige Investition in die Zukunft Deutschlands.

Kulturförderung ist in Deutschland in erster Linie Sache der Länder und Kommunen. Sie erbringen gemeinsam 88 Prozent der Mittel. Die restlichen 12 Prozent, 1,1 Milliarden Euro, wendet der Bund für national übergreifende Aufgaben wie den Erhalt unseres kulturellen Erbes, die kulturelle Bildung oder die Hauptstadtkultur auf.

Diese Aufgabenteilung hat sich außerordentlich gut bewährt: Sie ist der Garant für die – auch historisch bedingte – Vielfalt unseres Kulturlebens. Zahlreiche be-

deutende Kulturdenkmäler, die auch international für die Kulturnation Deutschland stehen, fördert der Bund gemeinsam mit den Ländern. Dazu gehört die *Stiftung Preußischer Kulturbesitz*, zu der unter anderem das Unesco-Weltkulturerbe *Museumsinsel* gehört. Auch die *Klassik Stiftung Weimar* mit der *Anna-Amalia-Bibliothek* wird vom Bund gemeinsam mit dem Land Thüringen gefördert. Die *Kulturstiftung des Bundes* unterstützt landesweit Kunst- und Theater-Projekte von herausragender internationaler Bedeutung.

Kunst und Kultur sind zwar die Grundlagen für eine positive, auch wirtschaftliche Entwicklung, doch sie werden zuerst einmal nicht aus diesem Grund gefördert. Will Kunst ihre gesellschaftliche Wirkung entfalten, dann muss sie zuerst der Bereich des »interesselosen Wohlgefallens« bleiben, wie es bei Immanuel Kant heißt. Ihre prägende Kraft hat die Kunst im Abendland in völliger Freiheit entfaltet – zumindest seit der Aufklärung. Darum ermöglicht die Kulturförderung der öffentlichen Hände vieles, was unter Marktbedingungen allein nicht bestehen könnte. Das wirkt anziehend, vor allem auch auf kreative und aufgeschlossene Menschen. Unsere Theater, Konzerthäuser und Opern bieten ein anspruchsvolles, intellektuell stimulierendes Kulturleben. Museen und Baudenkmäler sind zudem beliebte Ziele des Kulturtourismus – in den Metropolen insbesondere, aber auch in kleineren Städten und Gemeinden.

Es ist eine wichtige kulturpolitische Aufgabe, diesen weltweit einmaligen Reichtum an regionalen Kulturlandschaften zu erhalten, zu schützen und fortzuentwickeln. Der Kulturtourismus nimmt dabei als ergänzender Baustein der Kulturwirtschaft und der öffentlichen Kulturförderung eine zentrale Stellung ein. Die erheblichen Mittel für die Denkmalpflege, die der Bund jährlich aufbringt, stärken direkt auch die touristischen Potenziale der Region. Die positiven Wechselbeziehungen zwischen den privatwirtschaftlich-gewerblich ausgerichteten Akteuren der Tourismusbranche einerseits und den öffentlichen Kulturinstitutionen beziehungsweise dem gemeinnützigen Bereich andererseits stimulieren günstige ökonomische Effekte.

Was für die Regionen gilt, trifft auch auf die Städte zu. Neben dem kulturpolitischen Einsatz der öffentlichen Hand tragen das bürgerschaftliche Engagement und immer stärker auch Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft zu der eindrucksvollen kulturellen und auch wirtschaftlichen Renaissance unserer Städte bei. Kultur muss nicht nur kosten – sie ist auch zu einem Wirtschaftsfaktor geworden und bietet vielen Künstlern und Kulturschaffenden einen wachsenden Arbeitsmarkt. Die Fähigkeiten von Künstlern sind auch für Wirtschaftsbereiche interessant, die nicht zu den Kulturbranchen zählen. Sie tragen zur Entwicklung anspruchsvoller und international wettbewerbsfähiger Produkte bei; der Kulturanteil bei der Gestaltung und Vermarktung materieller Güter wächst beständig. Die Idee der kreativen Stadt lebt geradezu von einer Art Ansteckung zu neuen Ideen, die aus räumlicher und sozialer Nähe von Kreativen aus verschiedenen Bereichen erwächst.

In Deutschland arbeiten in der Zukunftsbranche Kultur- und Kreativwirtschaft knapp eine Million Beschäftigte in rund 210 000 Unternehmen. Sie erwirtschaf-

ten einen Umsatz von über 120 Milliarden Euro – das ist mehr als das Zehnfache der gesamten öffentlichen Kulturförderung. Mit diesem Umsatz steht die deutsche Kultur- und Kreativwirtschaft an der Spitze Europas. Sie hat sich in vielen Städten und Gemeinden zu einer Branche entwickelt, die über ein großes Wachstums- und Arbeitsplatzpotenzial verfügt und oftmals ausschlaggebend für die Ansiedlung neuer Unternehmen ist. Vielerorts haben sich kultur- und kreativwirtschaftliche Zentren gebildet, die – wie beispielsweise im Ruhrgebiet, in Hamburg und Berlin – dabei helfen, den Strukturwandel altindustrieller Regionen erfolgreich zu gestalten.

Damit von den Städten und Metropolen die Innovationen ausgehen können, von denen wir alle profitieren, müssen wir die Rahmenbedingungen für die Mobilität von Künstlern in Europa verbessern. Dies ist ein Schwerpunkt des im Mai 2008 von den europäischen Kulturministern verabschiedeten »Ratsarbeitsplans für Kultur«. Konkrete Vorschläge werden in nationalen Arbeitsgruppen erarbeitet, an der auch Experten meines Hauses teilnehmen. In Deutschland werden mit dem Entwurf des Jahressteuergesetzes 2009 nun auch Probleme bei der Besteuerung der inländischen Einkünfte ausländischer Künstlerinnen und Künstler in Angriff genommen. Der *Europäische Gerichtshof* hatte die bisherige Regelung kritisiert, weil EU-Ausländer gegenüber den Inländern durch höhere Besteuerung diskriminiert würden. Der *Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien* hat sich dafür eingesetzt, dass nun ein neuer, für die Künstlerinnen und Künstler wesentlich günstigerer Vorschlag vorliegt.

Aus der Sicht des Kulturstaatsministers bedeutet Förderung der Kulturwirtschaft in erster Linie die Stärkung der Urheber, der Künstler und Kulturschaffenden. Denn der Anstieg der Beschäftigten- und auch der Umsatzzahlen in der Kultur- und Kreativwirtschaft darf nicht darüber hinweg täuschen, dass die wirtschaftliche Situation der meisten Kulturschaffenden prekär ist. Laut Schlussbericht der *Enquete-Kommission des Deutschen Bundestages »Kultur in Deutschland«* beträgt das durchschnittliche monatliche Einkommen von Musikern, Schauspielern und Bildenden Künstlern 800 bis 900 Euro. Auch von den rund 310 000 Selbständigen in Kulturberufen verdient die Hälfte weniger als 1 500 Euro monatlich.

Förderung der Kreativwirtschaft macht nur dann Sinn, wenn wir auch das Produkt kreativer Arbeit, das geistige Eigentum, nachhaltig schützen. Dies ist der zentrale Aspekt bei der Existenzsicherung von Künstlern überhaupt. Wir müssen wieder ein Bewusstsein für den hohen Wert des geistigen Eigentums schaffen. Deshalb setzt sich der *Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien* nachdrücklich gegen »Internetpiraterie«, also das illegale Kopieren kreativer Inhalte im Internet, ein. Individuelle Zukunftssicherung für Künstler und Kreative bedeutet zugleich Zukunftssicherung für Deutschland als Standort der Kreativ- und Kulturwirtschaft. Die Künstlersozialversicherung gehört dazu. Sie ist beispielhaft für ganz Europa. Die jüngste Novellierung sorgt für verbesserte Durchsetzung der Abgabepflicht und damit für eine größere Beitragsgerechtigkeit. Eine stabile soziale Absicherung der Kulturschaffenden kommt letztlich auch den Verwertern zugute.

Bernd Neumann

Um die Wachstumspotenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft zu stärken, hat der *Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien* gemeinsam mit dem *Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie* die ressortübergreifende »Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft« ins Leben gerufen. Mir als Kulturstaatsminister ist dabei besonders wichtig, die Situation selbständiger Künstler und Kulturschaffender in kleineren und mittleren Unternehmen zu verbessern, denn sie stehen am Anfang der Wertschöpfungskette und bilden den kreativen Kern der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Ein weiterer Schwerpunkt der Arbeit meines Hauses ist es, durch Förderprogramme gezielte Anreize für die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft zu geben. Die »Initiative Musik«, die mein Haus gemeinsam mit der Musikindustrie im vergangenen Jahr gestartet hat, bietet Künstlern und Unternehmen die Möglichkeit, Projekte zu beantragen. Ein Erfolgsmodell ist auch der *Deutsche Filmförderfonds*. Mit 60 Millionen Euro Produktionsförderung im ersten Jahr konnte ein Gesamtinvestment von 390 Millionen Euro in Deutschland angestoßen werden. Dadurch wurden viele internationale Koproduktionen ins Land gebracht, was den Filmproduktionsstandort Deutschland vorangebracht hat, ohne dass die Qualität der Filme darunter gelitten hätte.

Die Förderung der Qualität kultureller Erzeugnisse und der Schutz unserer Kinder beim Umgang mit den neuen Medien, ist ein weiteres Ziel der Politik des *Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien*. Mit dem Gemeinschaftsprojekt »Ein Netz für Kinder« haben die Bundesregierung und die Wirtschaft einen großen Schritt voran getan, um Kindern die Chancen der neuen Medien zu erschließen und sie zugleich vor gefährlichen Inhalten zu schützen. Mit dem »Deutschen Computerspielpreis«, den wir in diesem Jahr erstmalig gemeinsam mit der Games-Branche ausloben, sollen zudem Maßstäbe für ein qualitativ hochwertigeres Angebot im Bereich der interaktiven Unterhaltungsmedien gesetzt werden.

Die Kulturwirtschaft ist auf einem guten Weg, ihre Bedeutung für den Standort Deutschland auch öffentlich zu verankern. Ich danke der *Kulturpolitischen Gesellschaft*, dass sie mit dem Band »Kulturwirtschaft und kreative Stadt« ihre Rolle als Impulsgeber der kulturpolitischen Debatte Deutschlands erneut unter Beweis stellt. Ich wünsche den Autoren der Beiträge des diesjährigen Jahrbuchs für Kulturpolitik eine große und interessierte Leserschaft.

Bernd Neumann, MdB,
Staatsminister bei der Bundeskanzlerin
Der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien

Vorwort

Kulturwirtschaftsberichte und Vorschläge zur Stärkung der Kulturwirtschaft gibt es in Deutschland seit etwa 20 Jahren. In jüngster Zeit wird die Debatte aber intensiver geführt, werden hierzu vermehrt Studien erarbeitet, Veranstaltungen durchgeführt und Publikationen verfasst. Nachdem bald alle Bundesländern Kulturwirtschaftsberichte erstellt haben – teilweise auch schon in mehreren Folgen –, ziehen inzwischen eine wachsende Zahl von Städten nach und geben entsprechende Untersuchungen und Berichte in Auftrag. Auch der Deutsche Bundestag hat im Oktober 2007 parteiübergreifend die Erarbeitung eines Kulturwirtschaftsberichtes auf Bundesebene einschließlich unterstützender Maßnahmen beschlossen. Dabei hat sich in den letzten Jahren unter dem Einfluss anglo-amerikanischer Diskussionen das Gegenstandsfeld von *Kultur-* auf *Kreativ*wirtschaft erweitert – wobei nicht immer eindeutig ist, was alles dazu gehört. »Kultur- und Kreativwirtschaft« gelten als *der* Zukunftsmarkt und eine der zentralen Wachstumsbranchen.

Diese neue Aufmerksamkeit für die Kultur- und Kreativwirtschaft ist Ausdruck ihrer wachsenden Bedeutung in den wirtschaftlichen Prozessen und der Gesellschaft insgesamt. Als Teil der Wissensökonomie gehört die Kultur- und Kreativwirtschaft zu den prägenden Faktoren des Übergangs von der klassischen Industriegesellschaft zur postindustriellen Wissensgesellschaft. Zwar war Wissensproduktion schon immer eine wichtige Triebkraft ökonomischer, gesellschaftlicher und kultureller Entwicklung, aber heute ist sie – vor allem durch die Globalisierung und die kommunikationstechnologische Revolution – zum zentralen Produktionsfaktor geworden. In einigen deutschen Großstädten arbeiten gegenwärtig bereits die Hälfte aller Beschäftigten in Bereichen der wissensbasierten Produktion und Dienstleistung. Im Kontext der Wissensökonomie trägt die Kreativ- und Kulturwirtschaft so in erheblichem Maße zu den Veränderungen des gesamten gesellschaftlichen Lebens bei.

Seit einigen Jahren ist die Kultur- und Kreativwirtschaft auch ein immer häufiger diskutiertes Thema in der Kulturpolitik. Kümmerten sich anfangs Wirtschaftsdezernate, Mittelstandsministerien und Staatskanzlei um kulturwirtschaftliche Themen und gaben entsprechende Studien in Auftrag, so ist ihre Erarbeitung und die Entwicklung entsprechender Fördermaßnahmen seit einiger Zeit auch Gegenstand kulturpolitischer Aktivitäten. Kaum ein Thema hat in so kurzer Zeit in der Kulturpolitik eine solche erstaunliche »Karriere« gemacht wie »Kultur- und Kreativwirtschaft«. Die Reihe von kulturpolitischen Tagungen 2007/2008, eine wachsende Zahl von Zeitschriftenbeiträgen, Anhörungen und Expertisen, Land- und Bundestagsdebatten zeugen von der kulturpolitischen Prominenz des Themas. *Die Enquete-Kommission des Bundestags »Kultur in Deutschland«* hat der »Kultur- und Kreativwirtschaft« in ihrem Abschlussbericht ein eigenes Kapitel gewidmet

mit einer ausführliche Darstellung der verschiedenen Ansätze und einer Reihe von Handlungsempfehlungen.

Auch die Diskussionen über die »kreative Stadt« (Charles Landry), oft verbunden mit denen über die »kreative Klasse« (Richard Florida), werden zunehmend von einem vorwiegend stadtplanerischen und stadtpolitischen Thema zu einem kulturpolitischen. In Deutschland gibt es – bei aller zum Teil berechtigten Kritik an der spezifisch anglo-amerikanischen Prägung der Diskussion um die »kreative Stadt« – interessante Vorhaben, Studien und Projekte, die sich darauf beziehen und die kulturellen und künstlerischen Dimensionen stärker als in früheren Planungen einbinden. Hierzu gehören etwa Hamburg mit dem Ausbau der Hafencity unter dem Leitbild »Hamburgs Zukunft ist die kreative Stadt« und zahlreiche Planungen zur europäischen Kulturhauptstadt *Ruhr2010*.

Trotz einer steigenden Zahl kulturpolitischer Tagungen und Publikationen zur »Kultur- und Kreativwirtschaft« sowie zur »kreativen Stadt« bleibt die spezifische kulturpolitische Dimension aber noch vielfach unterbelichtet. Die Spannung zwischen dem normativen Anspruch kulturpolitischen Handelns und den Möglichkeiten der kreativ-kulturellen Wirtschaftszweige sind noch unzureichend thematisiert. Die Gefahr einer Verwechslung von Kulturpolitik und Wirtschaftspolitik liegt nahe und die Entwicklung von Kooperationsbeziehungen zwischen dem privatwirtschaftlichem Sektor und dem öffentlichem Kulturbereich steckt vielfach noch in den Anfängen.

Mit dem »Jahrbuch für Kulturpolitik 2008« wollen wir dazu beitragen, diese Lücke zu schließen Es möchte *zum einen* Überblick über die beiden Diskussionsstränge, die verschiedenen Ansätze, Studien und Ergebnisse geben. Dabei wird auch besonders auf die Situation der kreativen Akteure, der KünstlerInnen und »neuen Kulturunternehmer« eingegangen. *Zum anderen* geht es darum, die Beziehung der wirtschafts- und stadtpolitischen Ansätze zum kulturpolitischen Handeln und zu kulturpolitischen Konzepten auf kommunaler, Länder- und Bundesebene näher zu untersuchen, nach ihrer Bedeutung und ihren Folgen für Kulturpolitik zu fragen, Möglichkeiten der Kooperation aufzuzeigen sowie kulturpolitische Konzeptionen der Einbindung der Kreativökonomie und kreativen Stadt im Sinne einer integrierenden Kulturpolitik als Stadtpolitik zu diskutieren.

Herzlich danken möchte ich den Autorinnen und Autoren der Beiträge im Themenschwerpunkt und im Kulturstatistikteil sowie den Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des *Instituts für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft* am hinteren »Serviceteil« für ihr Engagement. Darin eingeschlossen sind auch diejenigen, die bei der Korrektur und Herstellung wesentlich zur Entstehung dieses Buches beigetragen haben. Ein besonderer Dank gilt dem *Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien* für die finanzielle Förderung und die Unterstützung der Herausgabe dieses Jahrbuches.

Oliver Scheytt, Präsident der *Kulturpolitischen Gesellschaft e. V.*

Bernd Wagner

Kulturwirtschaft und Kreative Stadt

Einleitung

Es ist noch nicht lange her, da rief die Erwähnung der Kulturwirtschaft in kulturpolitischen Diskussionen ein zwiespältiges Echo hervor. Die einen freuten sich angesichts der hohen Umsatz-, Beschäftigungs- und Wachstumszahlen und hofften mit dem Verweis darauf, den leidigen Diskussionen um Kulturfinanzierung und darum, ob es sich bei den öffentlichen Kulturausgaben um Subventionen oder Investitionen handele, die Spitze zu nehmen. Die Kulturwirtschaft und – erweitert nach angloamerikanischem Vorbild – die Kreativwirtschaft galten als Wachstumsbranchen und Orte kultureller, technologischer und ökonomischer Entwicklung par excellence. Mit ihnen wurden Dynamik, Innovation, Kreativität und Zukunftsfähigkeit verbunden. Für die anderen war die immer häufigere Thematisierung der Kulturwirtschaft in kulturpolitischen Diskussionen nur ein weiterer Beleg für den schrittweisen Terraingewinn der »Ökonomisierung der Kultur«, mit der von den gesellschaftspolitischen Ansprüchen und inhaltlichen Zielen einer um kulturelle Bildung, Kunstvermittlung und demokratische Partizipation bemühten Kulturpolitik Abschied genommen würde. Der Markt, so die Befürchtung, trete an die Stelle einer solchen Kulturpolitik des »Bürgerrechtes Kultur«.

Inzwischen sind diese »Fronten« aufgeweicht und es beginnt eine inhaltliche Debatte über die Herausforderung für die Kulturpolitik durch die verstärkte Einbeziehung von Kultur- und Kreativwirtschaft in ihr Aufgabengebiet. Die Euphorie auf der einen Seite ist, auch angesichts teilweise ernüchternder Zahlen der Wachstumsentwicklung in einer Reihe von Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft und der praktischen Aktivitäten der Umsetzung einer Kulturwirtschaftspolitik in kulturpolitisches Alltagshandeln, weitgehend abgeklungen. Und bei vielen Skeptikern relativiert sich bei näherer Betrachtung der realen Veränderungen und konkreten Herausforderungen, vor denen Kulturpolitik gegenwärtig steht, die Befürchtung einer weiteren »kulturellen Ökonomisierung«. Mit der Kultur- und Kreativwirtschaft verhält es sich wie mit dem Scheinriesen Turtur in Michael Endes »Jim Knopf«, der

übermächtig scheint, aber immer kleiner wird, je näher man ihm kommt, bis er das normale Maß jedes Irdischen hat, wenn man ihm gegenübersteht. Er ist ein liebenswerter Geselle, der gar nichts Ehrfürchtiges an sich hat, wenn er sich in normaler Umgebung befindet. In dem Maße wie die Diskussion über die Kulturwirtschaft von ihrem ursprünglichen Hype befreit und wieder auf das zurückgeführt wurde, was sie schon immer war und ist, kann im kulturpolitischen Alltag auch normal über veränderte Anforderungen und Aufgaben von Kulturpolitik in diesem Kontext diskutiert werden. Bazon Brocks Unterscheidung der kulturellen Akteure aus den achtziger Jahren zwischen den »Unterhaltungsidioten« und der »Gottsucherbande« bildet für unsere gegenwärtige kulturpolitische Diskussion keine tragfähige Konstruktion, wenn sie denn je gestimmt hat.

Mit dem hier vorgelegten *Jahrbuch 2008* zum Thema »Kulturwirtschaft« und »Kreative Stadt« möchten wir einen Beitrag zur Diskussion über die Herausforderungen der Kulturwirtschaft für die Kulturpolitik leisten.

Wir haben den Themenschwerpunkt in sechs Komplexe unterteilt: »Kultur und Wirtschaft«, »Kulturwirtschaft auf Landes- und Kommunalebene«, »Kulturwirtschaft und Kulturpolitik« und »Blick über die Grenzen« sowie »Kreative Stadt« und »Künstler, Kulturarbeiter und Kulturunternehmer«.

Kultur und Wirtschaft

Es gibt vermutlich wenige Themenfelder bezogen auf Kultur, über die so viel geschrieben wurde wie über das Verhältnis von Kultur und Wirtschaft, abgesehen von der ähnlich ausführlich behandelten Beziehung »Kultur und Politik«. Aus gesellschaftstheoretischer, ökonomischer, kulturwissenschaftlicher oder philosophischer Sicht sind die verschiedenen Facetten beleuchtet und sehr unterschiedliche theoretische Vorstellungen dieses Verhältnisses entwickelt worden. Auch in kulturpolitischen Konzepten und Theorien nimmt das Thema einen entsprechenden Raum ein. Dabei hat es in den vergangenen drei bis vier Jahrzehnten eine besondere Beachtung gefunden.

So erschienen ab Mitte der siebziger Jahre vermehrt Beiträge zur wirtschaftlichen Bedeutung von Kulturausgaben und Kultureinrichtungen. Studien belegten den »Wirtschaftsfaktor Kultur« an zusätzlichen Einnahmen der lokalen Wirtschaft und des Kommunalhaushaltes durch die Besucher der öffentlich geförderter Theater, Musikveranstaltungen, Museen und anderer Kunstangebote. Mit »Umwegrentabilitätsrechnungen« für die Theater in Basel, Bonn, Wien und andernorts, für das Schleswig-Holstein Musikfestival und die Salzburger Festspiele, die Bremer Kultureinrichtungen und die Züricher Kulturinstitute wurden deren wirtschaftlicher Nutzen durch zusätzliche Gastronomie-, Hotel- und Steuereinnahmen in empirischen Studien untersucht und die Bedeutung des »Standortfaktors Kultur« in einer Reihe lokaler und regionaler Unternehmensbefragungen belegt.

Die »neue Allianz von Kultur und Wirtschaft«, von der damals häufig die Rede war, schlug sich auch in der Hervorhebung der Bedeutung der Kultur für den tech-

nisch-wissenschaftlichen Fortschritt und in Darstellungen der Wechselwirkungen zwischen kultureller und wirtschaftlicher Entwicklung nieder. »Économie et culture – le même combat« wurde mit dem französischen Kulturminister Jack Lang auch in Deutschland in dieser Zeit immer wieder betont, von Lothar Späth in Baden-Württemberg bis zur sächsisch-bayerischen Zukunftskommission.

In den achtziger und neunziger Jahren entstanden auch eine Reihe von Publikationen über den »Versuch einer Kulturökonomie« (Boris Groys), zur »Kulturökonomik« (Michael Hutter), zu einer »Ökonomie der Kunst« (Bruno S. Frey, Werner Pommerehne) und einer »Kultur- und Kunstökonomie« (Peter Bendixen).

Die kulturpolitischen Debatten über »Umwegrentabilität«, »Standortfaktor Kultur« und »Kultur als Wirtschaftsfaktor« in diesen Jahren hatten oft aber weniger das Ziel, kulturpolitisches Handeln dementsprechend auszurichten, sondern sie dienten vor allem als ökonomische Begründung öffentlicher Kulturförderung – allerdings mit der fatalen Folge, dass in dem Maße wie sich die Situation der öffentlichen Haushalte verschlechterte und für andere gesellschaftliche Bereiche ein größerer »Umwegsrentabilitätsfaktor« errechnet oder eine höhere Standortattraktivität konstatiert wurde, diese Argumentation in sich zusammenfiel.

Die Diskussionen in der Kulturpolitik über diesen Zusammenhang von Kultur und Wirtschaft sind zwar in den letzten drei Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts besonders intensiv geführt worden, entsprechende Bezugnahmen waren allerdings auch schon im 18. und 19. Jahrhundert nicht ungewöhnlich. Auch in dieser Zeit wurden bereits ökonomische Argumentationen wie Tourismusattraktion, Standortfaktor und »Umwegrentabilität« sowie die Verbesserung der wirtschaftlichen Konkurrenzfähigkeit durch künstlerisch ansprechende Produkte bei der Begründung von öffentlichen Kulturaufwendungen herangezogen.

Einen weiteren Strang des ökonomischen Blicks auf die Kultur in der jüngeren Geschichte der Kulturpolitik bildet ab den neunziger Jahren die verstärkte Betrachtung der öffentlichen Theater, Museen, Konzerthallen und anderen Kultureinrichtungen nicht nur als Kulturorte, sondern auch als Wirtschaftsunternehmen, wie sie sich beispielsweise in der Kulturverwaltungsreform niederschlägt. Als solche sollten diese sich in ihren inneren Strukturen stärker als lange Zeit üblich an betriebswirtschaftlichen Rationalitätskriterien orientieren, effizient und effektiv wirtschaften, ihre Eigeneinnahmen steigern und sich als »Marktteilnehmer« durch Kulturmarketing und Kulturmanagement um die »knappe Ressource Aufmerksamkeit«, das heißt um Publikum und Einnahmen bemühen.

Neben der »kommunalen Kultur als Image-, Attraktivitäts- und Identifikationsfaktor«, wie eine »empirische Untersuchung in zwölf Mittelstädten« (Peter Hellwig) überschrieben ist, und der stärkeren Betonung des Unternehmenscharakters von Kultureinrichtungen war die Debatte über Kultur und Wirtschaft ab der zweiten Hälfte der achtziger Jahre besonders durch die verstärkten Bemühungen um private Kulturförderung, Sponsoring und Mäzenatentum geprägt. In vielen Diskussionen, Tagungen und Publikationen wurde diese Seite des Verhältnisses von Kultur und Wirtschaft intensiv und vielfach kontrovers behandelt.

Zu diesen verschiedenen Strängen des Zusammenhangs von Kultur und Wirtschaft trat im Rahmen des Projektes »Kultur 90« in Nordrhein-Westfalen Ende der achtziger Jahre auch verstärkt der Kulturwirtschaftssektor ins Blickfeld der Kulturpolitik. Ab dieser Zeit entstanden erste Studien zur Kulturwirtschaft für nordrhein-westfälische Städte wie unter anderem Dortmund, Bochum, Unna. 1992 erschien mit dem »Kulturwirtschaftsbericht Nordrhein-Westfalens« der erste Kulturwirtschaftsbericht eines Landes. (2007 wurde der fünfte nordrhein-westfälische Kulturwirtschaftsbericht vorgelegt.) Kurz darauf folgten entsprechende Berichte von Städten außerhalb Nordrhein-Westfalens und von anderen Bundesländern wie Berlin (1992) und Niedersachsen (1993).

Dieser kleine Rückblick soll deutlich machen, dass das Themenfeld »Kultur und Wirtschaft« eine Vielzahl unterschiedlicher Dimensionen hat, die gerade in der Diskussion um Kulturwirtschaft nicht vermischt werden sollten.

Als allgemeine Grundlegung des Themas »Kulturwirtschaft« dieses Jahrbuches haben wir drei Beiträge an den Anfang gestellt, die aus sehr unterschiedlicher Sicht, teilweise mit weitem, teilweise engem Bezug auf die Kulturwirtschaftsdiskussion sich mit dem Verhältnis von Kultur und Wirtschaft auseinandersetzen.

Peter Bendixen geht von der populären, aus seiner Sicht aber falschen Komplementarität des Beziehungssystems von Kultur und Wirtschaft aus. Für ihn besteht stattdessen ein Rivalitätsverhältnis. Beide bringen gleichermaßen die gesellschaftliche Makrostruktur mit hervor und üben somit rivalisierende Einflüsse auf die Gesellschaft aus. Während im gängigen ökonomischen Denken durch die Fixierung auf die dingliche Seite der Produktion und das Geld der kulturelle Charakter des Wirtschaftens und der kommunikative des Marktes aus den wirtschaftlichen Theorien weitgehend ausgeblendet ist, wird entsprechend im kulturpolitischen Denken von zwei komplementären gesellschaftlichen Teilsystemen ausgegangen. Kulturpolitik sollte sich nach Bendixen demgegenüber mit den rivalisierenden Einflüssen aus dem ökonomischen Bereich auseinandersetzen und dagegen »deutliche Akzente setzen, um den vitalen Wert nichtkommerzieller Kulturprägungen, geschaffen etwa durch die Künste, nicht zerrinnen zu lassen«.

Armin Kleins Ausgangspunkt sind die drei Kultursektoren, der privatwirtschaftliche, der öffentliche und der freigemeinnützige/intermediäre, mit ihren jeweils eigenen Handlungslogiken. Kunst und Kultur sind für ihn meritorische Güter mit einer eigenen Begründungslogik und einer damit verbundenen Wirkungsabsicht. Diese sieht er in der Praxis der Kulturpolitik und der Kulturinstitutionen aber zunehmend in den Hintergrund gedrängt. Damit Kultur als »Interpretationsspielraum« gesellschaftlicher Selbstvergewisserung und Kunst als »Themenvorrat« dieses Selbstverständigungsprozesses wieder zum Tragen kommen, muss Kulturpolitik entscheiden, »wer die Bilder einer zukünftigen Welt entwirft: der kommerzielle oder der öffentliche Sektor«. Dazu sei allerdings ihre »Runderneuerung« notwendig, indem sie zum einen sich bewusst mit ihren Zielen, Visionen und Strategien auseinandersetzt und zum anderen dafür Sorge trägt, dass mit den eingesetzten Mitteln eine bestmögliche Wirkung erzielt wird.

Der Beitrag von *Andreas Joh. Wiesand* bildet die Verknüpfung zwischen den grundsätzlichen Reflexionen zum Verhältnis von Kultur und Wirtschaft und der aktuellen Kulturwirtschaftsdebatte. Im »neuen Hype« um die Kulturwirtschaft sieht er die Gefahr einer Unterordnung der Kulturpolitik unter Marktkriterien, die sich vor allem in der zunehmenden Tendenz, alles in Zahlen zu messen, ausdrückt und darin, dass auf die Frage nach den Zielen von Kulturpolitik immer häufiger mit wirtschaftlichen Argumenten geantwortet wird. Dem gegenüber plädiert er für eine Trennung von Kulturwirtschaft und öffentlichem Kultursektor, aber auch für eine Wahrnehmung der Verantwortung der öffentlichen Kulturpolitik gegenüber dem kulturwirtschaftlichen Bereich. Diese sieht er besonders auf dem Feld der Infrastrukturpolitik und der Künstlerinnen und Künstler des kreativen Bereichs als zentralem Verbindungsglied der drei Sektoren.

Kulturwirtschaft auf Landes- und Kommunalebene

Kulturwirtschaftsberichte und Vorschläge zur Stärkung der Kulturwirtschaft gibt es in Deutschland seit gut 20 Jahren. In jüngster Zeit ist die Debatte aber intensiver geworden, werden hierzu mehr Untersuchungen durchgeführt, Kolloquien veranstaltet und Publikationen verfasst. Dabei hat sich unter dem Einfluss angloamerikanischer Diskussionen das Gegenstandsfeld von der *Kultur*- auf die *Kreativ*wirtschaft erweitert und ist mit Elementen der Raum- und Stadtplanungsdiskussion wie »kreative Klasse« (Richard Florida) und »kreative Stadt« (Charles Landry) angereichert worden.

Nachdem bald von allen Bundesländern – teilweise auch schon in mehreren Folgen – und inzwischen auch von einer zunehmenden Zahl von Städten Kulturwirtschaftsberichte erarbeitet wurden und der Bundestag im vergangenen Jahr die Erarbeitung eines entsprechenden Berichtes auf Bundesebene sowie eine Reihe unterstützende Maßnahmen beschlossen hat, ist die Kultur- und Kreativwirtschaft ein immer häufiger diskutiertes Thema in der Kulturpolitik. Der im Dezember 2007 verabschiedete 500 Seiten umfassende Schlussbericht der *Enquetekommission des Deutschen Bundestages »Kultur in Deutschland«* hat eines seiner acht Kapitel der Kultur- und Kreativwirtschaft gewidmet mit mehr als 30 Handlungsempfehlungen an die unterschiedlichen kulturpolitischen Ebenen.

Als Belege für die kulturpolitische Bedeutung der Kulturwirtschaft werden die Ergebnisse der Kultur- und Kreativwirtschaftsberichte herangezogen. Aus denen geht hervor – gleich ob der Anteil der Kultur-Kreativwirtschaft am Bruttoinlandsprodukt mit 2,5 oder 6,0 Prozent angegeben wird, er über der Chemie und unter der Autoindustrie liegt oder umgekehrt, ob die Beschäftigungszahlen schneller oder langsamer steigen als in anderen Branchen –, dass dieser Bereich volkswirtschaftlich bedeutend ist und, wenn auch diskontinuierlich, wächst. Damit das so bleibt und er im internationalen Konkurrenzkampf gestärkt wird, benötigt er staatliche Unterstützung, zu der auch die Kulturpolitik beitragen soll.

Dabei ist die Existenz eines Kulturwirtschaftssektors beileibe keine neue Entwicklung. Als die Medici im Florenz der Renaissance einen »strategischen Willen ausbildeten, der als Kunstpolitik bezeichnet werden kann« (Martin Warnke), entstand – erst in Italien und den Niederlanden, etwas später in Deutschland und Westeuropa – ein Kunst- und ein Literaturmarkt. Der Merkantilismus absolutistischer Höfe bezog sich besonders auch auf kunstgewerbliche Produktionen, mit der die Gründung von Kunstakademien und später von Kunstschulen einherging. Bis Ende des 19. Jahrhunderts war Theater in Deutschland mehrheitlich ein Geschäftsbetrieb von Aktiengesellschaften und Theaterunternehmern. Der Musikmarkt expandierte fast explosionsartig mit der Entwicklung der Schallplatte um die Wende zum 20. Jahrhundert. Mit Film und Rundfunk entstanden kurze Zeit später die ersten audiovisuellen Massenmedien, die die kulturelle Produktion und Rezeption revolutionierten.

Diese Kunst-, Literatur-, Theater-, Musik- und Filmmärkte, die nach Angebot und Nachfrage funktionieren, deren Medium Geld und deren zentrales Motiv ökonomischer Gewinn mittels kultureller Unterhaltungsangebote und künstlerischer Produkte ist, bildeten sich parallel und teilweise auch vor den höfisch-staatlichen und kommunal getragenen Kultureinrichtungen aus. Zu diesem öffentlich getragenen und dem privatwirtschaftlichen Kultursektor kommt seit jeher der frei-gemeinnützige Bereich der Vereine, Stiftungen und anderen gesellschaftlichen Kooperationen. Gemeinsam bilden diese drei Kultursektoren die vielgestaltige Kulturlandschaft Deutschlands.

In allen Kunstsparten gab es zu fast allen Zeiten Einrichtungen und Angebote von allen drei Akteursgruppen. In der einen dominierten zeitweise privatwirtschaftliche Angebote, in der anderen staatlich-kommunale und in einer dritten die gesellschaftlichen Träger und umgekehrt. Diese Verhältnisse sind nicht statisch und verschoben sich im Laufe der Zeit immer wieder. Aber in der Regel bilden fast immer die Einrichtungen aller drei Trägergruppen das Angebot einer Sparte. So gab es beispielsweise in Deutschland um 1900 zwischen 300 und 400 professionelle Theater. Davon waren zwei Dutzend in höfisch-staatlicher und lediglich zwei in kommunaler Trägerschaft, mehr als 90 Prozent demgegenüber privatwirtschaftlich betriebene Theaterunternehmen, die teilweise geringe, teilweise keine öffentliche Unterstützung erhielten. Hundert Jahre später bilden die 150 von Kommunen und Ländern getragenen Theater, 185 Privattheater und 2000 freie Theater sowie eine größere Zahl von Tourneetheatern die professionelle Theaterlandschaft Deutschlands.

Lange Zeit wurden im kulturpolitischen Denken gegenüber dem öffentlichen Kultursektor sowohl der frei-gemeinnützige wie der privatwirtschaftliche Kulturbereich weitgehend vernachlässigt. Die kulturpolitischen Debatten über ehrenamtlich-bürgerschaftliches Engagement im Kulturbereich und über die Bedeutung der Kulturwirtschaft der letzten Jahre haben diese »Schieflage« langsam beseitigt. Schon darin liegt ein Erfolg der aktuellen Kulturwirtschaftsdiskussionen, ohne dass diese darauf beschränkt wären.

Im Jahrbuch wird dieser Komplex mit dem Beitrag von *Oliver Scheytt* und *Dieter Gorny* eröffnet. Ausgehend von der Einbettung der gegenwärtigen Kreativwirtschaftsdiskussion in den Wandel von der Industrie- zur Wissens- und Kulturgesellschaft, den sie als einen »weltgeschichtlichen Umbruch« auf der Basis von Individualisierung, Globalisierung und Digitalisierung begreifen, fordern sie von der Kulturpolitik, sich an drei zentralen Faktoren zu orientieren: »Fortschritt und Wandel«, um diesen Übergangsprozess bewusst voranzutreiben, »Mut« zur Verzahnung von Technologie, Kultur und Wirtschaft, die in der Industriegesellschaft getrennt waren, und »Respekt« vor dem geistigen Eigentum der vielen Kreativen. Am Beispiel von Projekten im Rahmen von *Ruhr2010* wird dies konkretisiert.

Friedrich Gnad und *Klaus Kunzmann* geben einen Überblick über 15 Jahre Kulturwirtschaftsberichte auf der nordrhein-westfälischen Landes- und Kommunalebene und skizzieren dabei zentrale Aussagen dieser Studien. *Katharina Schwalm-Schäfer* stellt ausgehend von den fünf NRW-Landeskulturberichten davon angeregte praktische Projekte, Maßnahmen und Beratungsangebote vor. Dabei geht sie besonders auf den Wettbewerb »Create.NRW« ein, mit dem die besten Ideen und Köpfe ausgezeichnet werden sollen.

Der zweite Kulturwirtschaftsbericht Niedersachsens, der im Frühjahr 2008 vorgestellt wurde, ist Gegenstand des Beitrages von *Manfred Gaulhofer* und *Dieter Haselbach*. Gegenüber den allgemeinen Zahlen vieler anderer Kulturwirtschaftsberichte findet im zweiten niedersächsischen eine »Vertiefung des ökonomischen Blicks« durch die Fokussierung auf den Musiksektor statt. In ihrer Darstellung gehen die Autoren auch auf methodische Fragen des »Drei-Sektoren-Modells« und die »Wertschöpfungskette« im Musikbereich ein. Mit dem Artikel von *Christian Antz* wird die Kulturwirtschaftsdiskussion in einem ostdeutschen Land vorgestellt. Der Autor skizziert dabei zentrale Ergebnisse des zweiten Kulturwirtschaftsberichtes von Sachsen-Anhalt, geht besonders auf die Wechselwirkung zwischen den verschiedenen Sektoren ein und zeigt konkrete politische Handlungsstrategien in der Design- und Medienwirtschaft Sachsen-Anhalts. *Tobias Knoblich* zieht einen interessanten Vergleich zwischen der gegenwärtigen Diskussion um die gemeinsame Kulturlandschaft der drei Länder Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen und einer Initiative zur Wirtschaftsentwicklung Mitteldeutschlands in den 1920er Jahren, die vom kulturellen und landschaftlichen Reichtum dieser Region und der Einheit von Verkehr, Wirtschaft und Kultur ausging.

Mit dem Beitrag von *Christoph Backes* und *Sylvia Hustedt* werden die Berichte zu Kulturwirtschaftsaktivitäten ausgewählter Kommunen eröffnet. Sie stellen die Arbeit des inzwischen für eine Reihe anderer Städte als Vorbild dienenden *GründerZentrum Kulturwirtschaft* in Aachen vor, beschreiben beispielhafte Aktivitäten und gehen auf verschiedene, oft wiederkehrende Probleme ein. Gegenstand von *Ralf Eberts* Ausführungen ist der erste Kulturwirtschaftsbericht Dortmunds von 2007. Bei der Vorstellung einzelner Ergebnisse stellt er auch das in den letzten Jahren gewandelte städtische Profil Dortmunds dem von Düsseldorf und Essen gegenüber. Als besonderes Zukunftsfeld der kreativen Kulturwirtschaft werden

für Dortmund die Design-Wirtschaft und der Veranstaltungsmarkt hervorgehoben.

Hans-Georg Bögner wirft anhand der Diskussionen um den zweiten Kulturwirtschaftsbericht von Köln eine Reihe von Fragen auf, die seines Erachtens bislang kulturpolitisch vernachlässigt wurden, wie die zu wenig differenzierte Darstellung einzelner Sparten in vielen Berichten, die die Entwicklung entsprechender politischer Maßnahmen erschwert. Er plädiert für eine integrierte Kultur-, Wirtschafts-, Stadtentwicklungs-, Arbeitsmarkt- und Bildungspolitik und legt ein besonderes Augenmerk auf die Aufgaben kommunaler Politik gegenüber den Akteuren in den Kultur- und Medienberufen.

Dass die Stadt Mannheim neuerdings in Städterankings unter den ersten zehn kreativen Städten geführt wird, ist für *Peter Kurz* ein Ergebnis der Umsetzung des »Mannheimer Modells«, mit der der Charakter Mannheims als traditionelle Musikstadt konsequent weiter entwickelt wird. Die drei Säulen dieses Modells bestehen aus einem städtischen Pop- und Rockbeauftragten und der öffentlichen Förderung von Basis- und freien Aktivitäten, dem Aufbau der *Pop-Akademie* als PPP-Modell öffentlicher und privatwirtschaftlicher Zusammenarbeit sowie des *Musikparks Mannheim* als Existenzgründerzentrum für Musik.

Einen Blick auf eine andere Ebene öffnet der Beitrag von *Dieter Rossmeissl*. Am Beispiel der europäischen Metropolregion Nürnberg, einem Ballungsraum von zehn kreisfreien Städten und 21 Landkreisen, geht er auf die Rolle der Metropolregionen im Rahmen der Lissabon-Strategie der EU ein, in denen Kultur keine Bedeutung beigemessen wird, und diskutiert die Möglichkeit durch Kultur, unter Einbeziehung der Kulturwirtschaft, die Herausbildung eines Regionalbewusstseins in der Metropolregion Nürnberg zu befördern.

Kulturwirtschaft und Kulturpolitik

Zentrale Aufgabe von Kulturpolitik – so die weitgehend geteilte Auffassung – ist es, möglichst vielen Menschen die Teilnahme an Kunst und Kultur zu ermöglichen sowie die Künste und KünstlerInnen zu fördern. Dazu bedient sie sich einer vielgestaltigen Förderpolitik, setzt ordnungspolitische Rahmenbedingungen und schafft mit ihrer Verantwortung für kulturell-künstlerische Grund-, Aus- und Fortbildung die Voraussetzungen dafür, dass Künstler sich qualifizieren können und ein entsprechend aufnahmefähiges Publikum finden. Das ist der öffentliche, in fast allen Bundesländern verfassungsmäßig verankerte Auftrag von Kulturpolitik.

Als solche hat sie in unterschiedlichem Umfang mit allen drei Sektoren zu tun. Der staatlich-kommunale Sektor ist der zentrale Gegenstandsbereich öffentlicher Kulturförderung. Die 8,3 Milliarden Euro jährliche öffentliche Kulturaufwendungen fließen zu einem großen Teil in diesen Bereich. Mit dem anderen geringeren Anteil werden die Angebote und Einrichtungen des frei-gemeinnützigen, intermediären Sektors gefördert. Der kulturwirtschaftliche Bereich ist nicht Gegenstand

der öffentlichen Förderung, da er sich über den Markt finanziert und trägt. Eine Ausnahme bildet hier die Künstlerförderung, wie Stipendien, Preise, Atelierprogramme, mit denen Künstler als Akteure in und zwischen allen drei Sektoren unterstützt werden.

Im Unterschied dazu betreffen die beiden anderen Dimensionen der Kulturpolitik, unter anderem die Setzung ordnungspolitischer Rahmenbedingungen wie Urheber- und Verwertungsrechte, Steuergesetzgebungen, Künstlersozialkasse sowie die Qualifizierung der Künstler und des Publikums in Musik-, Kunst- und Volkshochschulen, in Musik- und allgemeinbildenden Schulen, das gesamte kulturell-künstlerische Feld und damit auch den kulturwirtschaftlichen Bereich. Viele ordnungspolitische Maßnahmen der Kulturpolitik zielen besonders auf ihn. Auf dieses kulturpolitische Aufgabenportfolio aus Ordnungs-, Bildungs- und in geringerem Anteil von Förderpolitik beschränken sich bislang weitgehend die Handlungsmöglichkeiten von Kulturpolitik gegenüber der Kulturwirtschaft.

Allerdings lassen sich die drei kulturellen Sektoren in der Praxis nicht so trennen wie im theoretischen Modell. Solange es Kulturwirtschaft, öffentlich getragenen Kultureinrichtungen und gesellschaftlich organisierte Kulturangebote gibt, solange besteht auch einen wechselseitiger Austausch zwischen diesen drei Feldern. Erst diese Übergänge und Wechsel machen die Lebendigkeit des Kulturbereiches aus und bringen neue Kunstformen und künstlerische Weiterentwicklung hervor. Das trifft und traf auf die große Masse der unbekannten Künstler, Musiker, Schauspieler eben so zu wie auf die namhaften Künstler. Cranach und Dürer waren agile Kulturunternehmer, Cranach war gleichzeitig sächsischer Hofmaler, Mozart Angestellter des Kaiserhofes und reüssierte mit der »Zauberflöte« an einem privaten Wiener Vorstadttheater.

Zudem sind durch die gesellschaftlichen, ökonomischen, medientechnologischen und kulturellen Entwicklungen der letzten Jahre die Übergänge zwischen den verschiedenen kulturellen Sektoren flüssiger geworden. Die stärkere marktwirtschaftliche Orientierung öffentlich getragener Kultureinrichtungen, der neue Aufschwung bürgerschaftlichen Engagements etwa im Stiftungswesen, neue Arbeitsfelder und Kulturberufe in und zwischen dem privatwirtschaftlichen und dem freigemeinnützigen Sektor haben eine größere Durchlässigkeit zwischen den verschiedenen Bereichen und neue Kooperationsformen zwischen ihnen hervorgebracht. Für eine wachsende Zahl von Beschäftigten im Kulturbereich ist der Wechsel zwischen den Sektoren und die Arbeit bei unterschiedlichen Trägern üblich. Neue Arrangements für die Einzelnen und kooperative Trägerschaften für die Einrichtungen sind zum Alltag geworden.

Diese »Verflüssigung« betrifft nicht mehr vornehmlich die Ränder, wo Wechsel und Austausch schon immer ein Kennzeichen waren, sondern bezieht zunehmend auch die Kernbereiche und eine wachsende Zahl von Beschäftigten ein. Der Musiker eines kommunalen Orchesters spielt gleichzeitig mit einem privaten Kammerorchester Plattenaufnahmen ein und engagiert sich ehrenamtlich in einem Ensemble moderner Musik. Ein Schauspieler verdient sich seinen Unterhalt durch

einen Stückevertrag am städtischen Theater, arbeitet als Synchronstimme bei einem kommerziellen Fernsehsender und führt Regie in einer freien Theatergruppe. Eine Absolventin mit einem Kulturmanagementdiplom ist morgens selbstständige Unternehmerin eines Ein-Personen-Betriebes für Veranstaltungsorganisation, jobbt nachmittags im Verkaufsbüro der örtlichen Konzerthalle und betreibt abends mit Freunden ein Galeriecafé. Das gleiche Musikensemble wird von einer städtischen Konzerthalle wie von einem von einem Verein getragenen Kulturzentrum und einer kommerziellen Musikagentur engagiert. Das gab es alles auch schon früher, aber heute betrifft es eine steigende Zahl von Kulturakteuren.

Als Träger von Bildungseinrichtungen ist öffentliche Kulturpolitik aufgefordert, die späteren Kulturakteure und Künstler auf die Anforderungen einer Beschäftigungsrealität mit fließenden Tätigkeitsfeldern, hohen Anforderungen an Marketing- und Selbstvermarktungsfähigkeiten, schwankenden, meist niedrigen Einkommen und einem ständigen Zwang zur Weiterqualifizierung vorzubereiten. Als Ordnungspolitik hat sie unter anderem die Aufgabe, die steuerlichen und sozialrechtlichen Bestimmungen auf die veränderte Arbeitswirklichkeit der Künstler und der vielen Kleinunternehmer im kulturellen Feld anzupassen. Und als Förderpolitik kann sie Räume schaffen, in denen die Übergänge sich leichter vollziehen lassen, Begegnungen zwischen verschiedenen Feldern möglich sind und neue Allianzen entstehen können. Kulturpolitik kann durch ihre spezifischen Kenntnisse des kulturellen Feldes gemeinsam mit der Wirtschaftsförderung und der Beschäftigungspolitik passgenauere unterstützende Maßnahmen für den Markteintritt der jungen Künstler und Kulturunternehmer anbieten.

Die kulturwirtschaftliche Herausforderung der Kulturpolitik betrifft aber nicht nur die Erweiterung ihrer Aufgaben, sondern auch ihre konzeptionellen Grundlagen und handlungsleitenden Begründungen. Damit setzt sich *Volker Heller* in seinem Beitrag auseinander. Für ihn bedeutet die Kulturwirtschaftsdebatte, dass die Kulturpolitik sich größerer Änderungen als bislang stellen und ihre bisherigen Konzepte hinterfragen muss. Bei der Gegenüberstellung der kulturpolitischen Ziele und des kulturwirtschaftlichen Beitrages zur gegenwärtigen Kulturlandschaft stellt er größere Übereinstimmungen fest als sie vielfach gesehen werden und relativiert das bestehende Selbstbild von Kulturpolitik als Pflege des Guten, Wahren und Schönen sowie von kulturpolitischen Essentials wie »Fördern, was es schwer hat«, Teilhabegerechtigkeit und Qualitätsförderung. Gerade dabei klaffen für ihn Anspruch und Wirklichkeit der Kulturpolitik oft weit auseinander. Die Kulturwirtschaft trage umgekehrt genau so viel zu einer qualitätsvollen Kunst und Kultur bei wie die öffentlich geförderten Kulturangebote. Für ihn muss Kulturpolitik sich selbstkritisch mit den eigenen Vorstellungen auseinandersetzen, institutionelle Blockaden überwinden und neue Strukturen entwickeln, um nicht »zum bloßen Hüter oder bestenfalls Zeremonienmeister in repräsentativen Tempeln des kulturellen Erbes zu werden«.

Dieter Haselbach plädiert in seinem Beitrag für eine größere begriffliche Sorgfalt in den gegenwärtigen Diskussionen, beschreibt was Kulturwirtschaft nicht ist

und zeigt Fallstricke in den kulturpolitischen Diskussionen über sie. Dabei setzt er sich kritisch mit dem Drei-Sektoren-Modell auseinander und diskutiert Unterschiede und Verbindungen zum »Matrix-Modell«. Die kulturpolitische Dimension der Kulturwirtschaft liegt für ihn besonders im Bereich der Rezipienten und der kulturellen Akteure sowie auf dem Feld der Ordnungspolitik und in den Wertschöpfungsbeziehungen, wo er große Schnittmengen zwischen den beiden Sektoren sieht.

Im Mittelpunkt von *Volkmar Strauch* stehen die Gemeinsamkeiten von Wirtschafts- und Kulturpolitik, deren Aufgaben er jeweils im Vorhalten einer Infrastruktur sieht. Die Frage ist dabei für ihn lediglich eine des »Wie« und was die öffentliche Hand selbst machen soll. Grundlage einer Kulturwirtschaftspolitik sollte die Wertschöpfungskette und nicht das Drei-Sektoren-Modell sein, das er als nicht zielführend einschätzt, da zwischen den drei Sektoren enge Austauschbeziehung existierten, öffentliche Einrichtungen sich auch auf dem Markt bewegten und private Kulturwirtschaft in Konkurrenz zu öffentlichen Anbietern stehe. Er plädiert für eine Öffnung der Wirtschaftsförderung für die Kulturwirtschaft, was bislang zu wenig geschehen sei, da sie aus deren Förderbereich herausfiel, weil sie als Kultur wahrgenommen wurde, wie Kulturwirtschaft umgekehrt für die Kulturpolitik vor allem als Wirtschaft galt. Am Beispiel von drei Ansätzen Berliner Kulturwirtschaftspolitik konkretisiert er seine Überlegungen.

Aus der Sicht des *Kulturausschusses des Deutschen Städtetages* geht *Klaus Hebborn* auf die Kulturwirtschaftsdebatte ein. Er setzt sich mit der seiner Meinung nach falschen Polarisierung von Kultur und Wirtschaft auseinander und plädiert für eine Entideologisierung und eine offene Debatte. Seine Überlegungen konkretisiert er an einer Darstellung der Diskussionen über Kulturwirtschaft im *Kulturausschuss des Deutschen Städtetages.* Dabei sieht er ein öffentliches Interesse an der Kulturwirtschaft besonders bezogen auf die beschäftigungspolitischen und wirtschaftlichen Effekte, die Attraktivität für Ansiedlungen und die Interaktion der drei Sektoren.

Dieter Kramer wirft einen Blick zurück und verweist mit Bezug auf Walther von der Vogelweide, Friedrich Schiller und auf nationalökonomische Texte vom Beginn des 20. Jahrhunderts darauf, dass der Doppelcharakter kultureller Güter schon lange Gegenstand theoretischer Betrachtungen ist. Dieser Doppelcharakter als einerseits Waren und Dienstleistungen und andererseits als Ausdruck von Werten und Standards bestimmt nach ihm die Besonderheit der Diskussion über den Zusammenhang von Kulturpolitik und Kulturwirtschaft, was er beispielsweise am Problem der Marktorientierung im Unterschied zu kulturpolitischen Zielen und der Qualitätsförderung konkretisiert.

In den Beiträgen der Sprecherinnen und Sprecher der fünf im Bundestag vertretenen Parteien werden unterschiedliche kulturpolitische Aspekte der gegenwärtigen Kulturwirtschaftsdebatte angesprochen. *Rita Pawelski* beschreibt die ökonomischen Potenzen der Kulturwirtschaft, geht auf den Doppelcharakter von Kulturgütern ein und hebt die Bedeutung der Kulturwirtschaft für die Attraktivität der Städte hervor. *Monika Griefahn* weist auf Leerstellen der gegenwärtigen De-

batte hin, kritisiert deren vielfach ökonomische Ausrichtung und benennt mit Kultureller Bildung, Nachhaltigkeit und Globalisierung drei zentrale politische Gestaltungsaufgaben, denen sich auch Kulturwirtschaft verpflichtet fühlen müsse, da es »im Kern um einen Wandel der Kultur des Wirtschaftens geht«. *Hans-Joachim Otto* unterscheidet bei einer Kulturwirtschaftspolitik zwischen makropolitischen Maßnahmen wie die Setzung rechtlicher, finanzieller und sozialer Rahmenbedingungen und mikropolitischen Aktivitäten vor allem der lokalen Ebene wie Standort-, Struktur- und Fördermaßnahmen. Für *Lothar Bisky* macht der Doppelcharakter kultureller Produkte als Waren und als Träger von Ideen und Wertvorstellungen die Kulturwirtschaft zu einer Aufgabe sowohl von Wirtschafts- wie von Kulturpolitik, wobei er für seine Partei die Konzentration auf die sozialen Probleme der KünstlerInnen und Kulturakteure als zentral ansieht. Auch für *Katrin Göring-Eckardt* stehen die Produzenten von Kultur und Kunst im Mittelpunkt, und hier besonders die Selbstständigen und die in den Mikrounternehmen Tätigen, für welche die Rahmenbedingungen verbessert werden sollen, wozu auch der leichtere Zugang zu Räumen gehört – »Eroberungsräume für Kreative«.

Blick über die Grenzen

Der »Blick über die Grenzen« beginnt mit einem Beitrag von *Manfred Gerig* und *Christoph Weckerle* über die Kreativen in der Schweizer Kulturwirtschaft. Darin unterscheiden sie, ausgehend von ihrer ausführlichen Studie zur Kreativwirtschaft in der Schweiz, die »Kreativszene« der Selbstständigen und Mikrounternehmen von den »etablieren Unternehmen in der Kreativwirtschaft« und den »Kreativakteuren außerhalb der Kreativwirtschaft«. Die »Kreativszene« sehen sie, in Abgrenzung zu den Beschäftigten in den etablieren Unternehmen, gekennzeichnet durch die »Verrechnung des symbolischen Kapitals gegen den Mangel an finanziellem Kapital«, ihre besonderen Motivstrukturen und die anderen Arbeitsweisen sowie ihre finanziell prekären Bedingungen.

Veronika Ratzenböck und *Anja Lungstraß* geben einen Überblick über die bisherigen Kulturwirtschaftsdiskussionen in Österreich und skizzieren dabei zentrale Ergebnisse und Aussagen der bisherigen Kultur- und Kreativwirtschaftsberichte auf gesamtstaatlicher, Bundesländer- und kommunaler Ebene. Von diesen Studien, die vor allem die ökonomischen und die Beschäftigungspotenziale untersuchen, unterscheiden sie wissenschaftliche Ansätze, die sich besonders um eine theoretische Fundierung des Konzeptes der Kreativwirtschaft bemühen. Darüber hinaus stellen sie Förderstrategien und -maßnahmen für die Kreativwirtschaft in Österreich vor.

In ihrem Beitrag zur Kulturwirtschaft auf der europäischen Ebene plädiert *Helga Trüpel* dafür, die Kulturwirtschaftspolitik der EU nicht nur im Rahmen der »Lissabon-Strategie für Wachstum und Beschäftigung« zu sehen, sondern auch das »*UNESCO*-Übereinkommen über den Schutz und die Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen« einzubinden. Mit Bezug auf Richard Floridas drei

»T« hebt sie bei **T**echnologie besonders »Öko-High-Tec, etwa im Energiebereich«, bei **T**alent die Bildungspolitik und bei **T**oleranz die gesellschaftliche Durchlässigkeit hervor.

Auf ein bislang in der deutschen Kulturwirtschaftsdiskussion kaum beachtetes Thema lenkt *Cornelia Dümcke* den Blick mit ihrer Vorstellung einiger Ergebnisse des »Creative Economy Report 2008« von fünf UN-Organisationen. Danach hat sich der Anteil der Güter und Dienstleistungen der Kreativindustrie im Welthandel zwischen 1996 und 2005 fast verdoppelt. Zwar dominierten dabei die Industriestaaten, aber die Entwicklungs- und Schwellenländer konnten ihren Anteil stetig erhöhen. Die Autorin weist auf verschiedene Disparitäten in diesem Prozess hin, hebt die Bedeutung der *UNESCO*-Konvention zur kulturellen Vielfalt in diesem Kontext hervor und diskutiert Möglichkeiten einer stärkeren Einbindung von Kultur- und Kreativwirtschaftsaktivitäten in die Entwicklungspolitik.

Kreative Stadt

Mit den Konzepten zur »Kreativen Stadt« hat die Kultur- und Kreativwirtschaftsdiskussion eine Erweiterung erfahren, die sie in den konkreten Stadtraum einbindet und dadurch besonders für Kulturpolitik neue Ansatzpunkte und inhaltliche Optionen eröffnet.

Nach dem in den deutschen Diskussionen häufig zitierten US-amerikanischen Stadtforscher Richard Florida hängt die Zukunftsfähigkeit der Städte von den drei »T« ab: Technologie, Talent, Toleranz. Bei seinem Kollegen Charles Landry, einem anderen prägenden Theoretiker und Stichwortgeber in dieser Debatte, rücken stärker Fragen der Partizipation und kreativer Selbstverwirklichung ins Zentrum. Er argumentiert eher ganzheitlich im Verständnis einer integrierenden Stadtpolitik und nicht im Sinne einer eher kurzfristigen kulturellen Leuchtturmpolitik im internationalen Standortwettbewerb um kreative Köpfe und Ansiedlungen zukunftsträchtiger Unternehmen.

Der diesen Komplex eröffnende Aufsatz von *Walter Siebel* geht von einer Kritik an Richard Floridas Ansatz aus, der für ihn keine neuen Ideen enthält, empirisch falsch und sozialpolitisch blind ist. Seine Argumentation trage nicht zur Klärung bei, warum eine Stadt produktiv ist. Daran anschließend diskutiert er Ansätze der europäischen Stadtdiskussion, besonders von Georg Simmel, und hebt mit »Markt«, »Recht«, »Demokratie« und »urbaner Lebensweise« vier Merkmale der modernen Stadt hervor, die jeweils indifferent gegen Unterschiede sind. Ein wesentliches Kennzeichen für die moderne Stadt sei aber auch die Fähigkeit, real vorhandene Differenzen auszuhalten. Dazu gehört auch deren Dethematisierung wie beispielsweise durch sozialräumliche Segregation, die Konflikte entschärfen könnte. Für Siebel ist die »Stadt ein Mosaik gleichberechtigter kultureller Dörfer« und die »kreative Stadt« auch als ein »ungemütlicher Ort« sowie einer des »gelingenden Zusammenlebens von Fremden« zu denken.

Für *Albrecht Göschel* wird mit dem Label »Kreative Stadt« eine relativ banale Konstruktion der Wirtschaftsförderung kulturell geadelt. Der Ansatz hat für ihn zahlreiche Nebenfolgen wie die Forcierung der Polarität von wachsenden und schrumpfenden Städten und die Rechtfertigung von Ungleichheit über kulturelle Identitätskonstruktion. Die Innenstadtaufwertung gehe zudem mit einer problematischen Fortschrittssymbolik und einer gleichzeitigen Historisierung einher. In der »Kreativen Stadt« finde keine Wiedergeburt des »Bürgers« statt, sondern dessen Ende werde hier definitiv besiegelt, da es sich bei den modernen Dienstleistungseliten der kreativen Stadt nicht um eine humanistisch-universell gebildete Gruppe handle und ihr auch die biografisch gewachsene Bindung an den Ort und eines entsprechenden Engagements fehle, was die Bürger früherer Zeiten ausgezeichnet habe.

Ralf Ebert entwickelt in seinem Beitrag Anforderungen an eine zukunftsorientierte Stadtpolitik. Dabei geht er von unterschiedlichen Arten kreativer Räume in den jeweiligen Stadttypen wie Metropolen, Großstädten mit altindustriellem Hintergrund und solchen unter Transformationsbedingungen, Städten mit bedeutenden Bildungseinrichtungen sowie Grundzentren aus. Die Bedingungen und Möglichkeiten der Entwicklung kreativer Räume und kulturwirtschaftlicher Unternehmen sind in ihnen jeweils verschieden, was von der Stadtentwicklungs-, der Kultur- und der Wirtschaftspolitik entsprechend berücksichtigt werden müsse. Aus dem Ausgeführten zieht er unter anderem als Schlussfolgerungen, dass Standorte für Kulturwirtschaft nur dort sinnvoll zu initiieren seien, wo schon Selbstständige sind und dass es sinnvoll sei, immer eine Mischung von Top-Down- und Bottom-Up-Strategien zu verfolgen.

Für *Karin von Welck* stellt sich nicht die Frage, was die Kultur kostet, sondern was es kostet, keine kulturell-künstlerischen Fähigkeiten in einer Stadt zu haben. Da Hamburg schon von je her durch eine breite Kulturlandschaft geprägt sei, die von der »Hochkultur« bis zur Stadtteilkultur reicht und besonders über eine lange Musiktradition und eine lebendige Musikszene verfügt, hält sie es für sie sinnvoll, das Profil der Hansestadt darauf auszurichten. Anhand der Darstellung der »Initiative Talentstadt« beschreibt sie den Ausbau und die Schaffung von strukturellen Voraussetzungen für den innovativen Technologiestandort Hamburg. Dabei kommt den neuen Handlungsstrategien besonders im Medienbereich und den Aktivitäten im Musiksektor, wie der geplanten *Elbphilharmonie* und der Stärkung der Zentren der Off-Szene eine besondere Bedeutung zu.

Ebenfalls am Beispiel Hamburg entwickelt *Willfried Maier* seine Vorstellungen zur »Kreativen Stadt«. Diese will er nicht als allgemeine Blaupausen verstanden wissen, da jede Stadt ihre Besonderheiten habe, auf die bei politischen Handlungsstrategien aufgebaut werden sollte. Ausgehend von der Feststellung zentraler Mängel der gegenwärtigen Situation in Hamburg wie unter anderem die schlechte Integration von Zuwanderern, die Vernachlässigung der kreativen Potenziale von Frauen bedeutet für ihn »Kreative Stadt« vor allem diese »Kreativitätsbremsen« zu beseitigen. Kreativität brauche ein anregungsreiches Umfeld. Für Hamburg heißt

das für ihn, dass die Stadtentwicklung sich nicht allein auf die international strahlenden Großprojekte reduzieren dürfe, sondern am Bild der »grünen Metropole am Wasser« anzuknüpfend die kulturelle Kreativität durch eine Stärkung der Kulturwirtschaft zu entwickeln sei. Vor allem müsse aber die »Armut als schlimmstes Hindernis menschlicher Entwicklungsmöglichkeiten« bekämpft werden. Neben der Stadtentwicklungs-, der Wirtschafts-, der Sozial- und der Bildungspolitik komme dabei der Kulturpolitik eine besondere Rolle zu.

Für *Claudia Roth* und *Reinhard Olschanski* liegt das Besondere der gegenwärtigen Diskussion um Kreativität darin, dass diese vom »Faustischen« befreit sei und es nun um »kreativ für und durch alle« gehe. Sie skizzieren einige Wege und Ansätze der Kreativitätsdebatte, weisen auf die veränderten ökonomischen und gesellschaftlichen Grundlagen hin und plädieren dafür, Kreativitätspolitik als Querschnittsaufgabe in allen Politikfeldern zu verankern. Allerdings darf für sie eine solche allgemeine Kreativitätsförderung nicht zur Kürzung von Kulturausgaben führen, und Kulturpolitik müsse auch die Schattenseiten wie die Arbeitsbedingungen der Kreativen im Auge haben und darauf reagieren.

Künstler, Kulturarbeiter und Kulturunternehmer

In Deutschland gibt es gegenwärtig etwa 158 000 Selbstständige und Unternehmen in der Kulturwirtschaft. Rund 80 Prozent davon werden der so genannten »kleinen Kulturwirtschaft« zugerechnet, deren Anteil am Gesamtumsatz allerdings nur rund 15 Prozent ausmacht. Die Zahl der Selbständigen und Kleinunternehmer im Kulturbereich wächst ständig, und ihr durchschnittliches Jahreseinkommen geht weiter zurück.

Nachdem lange Zeit die Seite der Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft wenig beachtet wurde, wird inzwischen das eklatante Auseinanderklaffen zwischen dem gefeierten »Wachstumsmotor Kreativwirtschaft« und den schlechten Arbeitsbedingungen und geringen Verdiensten der großen Mehrzahl der darin Beschäftigten zunehmend konstatiert. Die Einkünfte vieler dieser Einzelunternehmen, nicht fest angestellten Künstler und Kreativen liegen unter dem gesellschaftlichen Durchschnittseinkommen. Hinzu kommen die wenig geregelten Arbeitsstrukturen und langen Arbeitszeiten, bei denen vom Normalarbeitstag, 9-to-5-Jobs, geregelten Wochenarbeitszeiten nur in den seltensten Fällen die Rede sein kann. Zudem verlangen die häufig kurzfristigen Arbeitsverhältnisse und fließenden Tätigkeitsfelder hohe Anforderungen an Marketing- und Selbstvermarktungsfähigkeiten sowie eine ständige Weiterqualifizierung. Für die Qualifizierung, soziale Absicherung und für den Arbeitsmarkteintritt dieser »neuen Kulturunternehmer«, Künstler, Kulturvermittler und anderen Kreativen haben Wirtschafts-, Beschäftigungs-, Sozial-, Arbeitsmarkt- und Kulturpolitik eine besondere Verantwortung.

Dieser Komplex wird mit einem Beitrag von *Max Fuchs* und *Olaf Zimmermann* eröffnet, die eine weiterhin hohe Attraktivität der Geistes- und Kulturwissen-

schaften und damit auch des »Arbeitsmarktes Kultur« für junge Leute konstatieren. An den bisherigen Kulturwirtschaftsberichten kritisieren sie vor allem die Ausblendung der ökonomischen Realität im Arbeitsmarkt Kultur. Während dieser in den achtziger Jahren noch vor allem durch abhängig Beschäftigte gekennzeichnet gewesen sei, bildeten heute Selbstständige und Kleinstunternehmer die Mehrzahl. Als Ursachen dafür führen sie vor allem die sinkenden Kulturausgaben von Ländern und Gemeinden und eine veränderte Politik der *Bundesagentur für Arbeit* an. Sie beschreiben die prekäre finanzielle Situation der großen Mehrheit der Kreativen und Künstler, gehen auf deren Motive und Vorstellungen über künftige Erwerbstätigkeiten ein und plädieren dafür, dass die Gruppe der Selbstständigen, die in Kultureinrichtungen freiberuflich arbeiten und nicht Mitglied der Künstlersozialversicherung sein können, »stärker in den Blick genommen werden soll«. Bei ihrer Darstellung der Selbstständigen haben sich Fuchs und Zimmermann auf eine Studie von Caroline Dangel und anderen gestützt. In ihrem Beitrag in diesem Jahrbuch spricht *Caroline Dangel* sich angesichts der schlechten Datenlage über die Situation der KünstlerInnen und Selbstständigen für eine Neuauflage des inzwischen 30 Jahre alten »Künstlerreportes« aus. Da eine entsprechende neue Untersuchung noch nicht absehbar sei, müsse gegenwärtig mit den wenigen vorhandenen Studien vorlieb genommen werden. Sie schildert danach einige wichtige Ergebnisse ihrer eigenen Erhebung von 2006, die allerdings mit einer Auswertung von 417 Fragebögen nicht den Mangel eines umfassenden statistischen Datenmaterials ausgleichen kann. Größere empirische Erhebungen über dieses Feld hält sie nicht nur für eine Politik im Kulturbereich für dringend notwendig, sondern auch, weil »die Existenzgründungen und Entwicklungsverläufe selbstständiger Erwerbstätigkeit im Bereich von Kunst und Kultur sich in einer Art und Weise vollziehen, die dem Trend des gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Strukturwandels vorauseilt«.

Ausgehend von der Skizzierung der Veränderungen des Kulturarbeitsmarktes im letzten Jahrzehnt, die besonders durch die Verlagerung von Festangestellte auf Selbstständige geprägt ist, beschreibt *Birgit Mandel* zentrale Kennzeichen der »neuen Kulturunternehmer«, ihre Motive, Strategien und Perspektiven. Dabei hebt sie besonders den Netzwerkcharakter von deren Arbeit sowie die Verwischung der Grenzen von Arbeit und Leben hervor, geht näher auf die dafür notwendigen Kompetenzen ein und begründet daraus Anforderungen an die Ausbildungsinstitutionen und die Kulturpolitik. Im »neuen Kulturunternehmer« sieht sie ein »Leitbild für die perspektivische Entwicklung des Kultursektors und der Kulturarbeit«, die durch eine »Ablösung der Sektoren öffentlich, gemeinnützig und privat, der klassischen Kultursparten ebenso wie der traditionellen Kulturorganisationen durch interdisziplinäre, multimediale, multikulturelle mischfinanzierte Kulturformen« gekennzeichnet sei.

Auf einen in den Diskussionen über den Arbeitsmarkt der neuen Kulturarbeiter und Kulturunternehmer weitgehend übersehenen Aspekt weist *Helene Kleine* in ihrem Beitrag hin, in dem sie über die Arbeitsfelder, Aktivitäten und Erfahrun-

gen einer Reihe von Absolventen der *Fachhochschule Potsdam* in der »Provinz« im Land Brandenburg berichtet. Am Beispiel einer Galerie, eines Museums und eines Theaters schildert sie Anforderungen und Möglichkeiten an Kulturarbeit im ländlichen Raum und dafür notwendige Qualifikationen der dort tätigen Kulturakteure. Zur Verbesserung der Kulturarbeit auf dem Land hält sie eine »gezielte ressort- und länderübergreifende Politik« für dringend erforderlich sowie im Falle von Berlin und Brandenburg eine engere Verzahnung der Aktivitäten in diesen beiden Ländern.

Die abschließenden drei Beiträge beschäftigen sich mit konkreten Anforderungen an die Förderung der kleinen Kulturunternehmen und Selbstständigen im Kulturbereich. *Elmar D. Konrad* unterscheidet dabei zwischen der Vermittlung von Kenntnissen direkter Erfahrungswirkungen, wie Beziehungsportfolio, Organisationskultur und Unternehmensleistungsbeitrag, und der indirekten Erfolgswirkungen, wie »Sozialkompetenz, Kulturwissen, betriebswirtschaftliche Kenntnisse und unternehmerische Motivation« als Bedingungen erfolgreichen Kulturunternehmertums. Für *Bertram Abel* ist die Kulturwirtschaft ein neues Gebiet der Wirtschaftsförderung, für das die bisherigen Instrumentarien noch nicht hinreichend entwickelt sind. Er unterscheidet dabei bei der kleinteiligen Kulturwirtschaft zwischen »künstlerorientierter Selbstständigkeit« und »unternehmensorientierter Selbstständigkeit«. Für beide Felder werden die jeweils besonderen Kennzeichen, die spezifischen Probleme und die konkreten Anforderungen an die Qualifizierung der Akteure näher beschrieben, und es wird für eine zielgruppengerechte Akzentuierung der Wirtschaftsförderung plädiert. *Corinna Vosse* untersucht anhand der *Musikfabrik ORWO-Haus* und des *Radialsystems* in Berlin die Entwicklungsbedingungen neuer Kulturunternehmen und die entsprechenden Erfahrungen mit kultur- und wirtschaftspolitischen Fördermaßnahmen.

Auf die Beiträge zum Jahrbuchthema folgen im kulturstatistischen Teil die Fortschreibung der Analyse der öffentlichen Kulturfinanzierung in Deutschland von *Michael Söndermann,* ein vergleichbarer Beitrag zu den öffentlichen Kulturausgaben in der Schweiz von *Christoph Weckerle* und *Hubert Theler* sowie ein Text von *Franz-Otto Hofecker* zur Qualifizierung der kulturstatistischen Analysen in Europa mit einem Vergleich der Kulturausgaben in 40 europäischen Ländern. Daran schließen sich die regelmäßigen Rubriken jedes Jahrbuches, die *Chronik kulturpolitischer und kultureller Ereignisse 2007*, die *Bibliographie kulturpolitischer Neuerscheinungen* und der *Adressenteil* mit wichtigen Institutionen, Gremien und Verbänden sowie *Kunst und Kultur im Internet* an.

Allen Autorinnen und Autoren sei sehr herzlich für ihre Mitarbeit an diesem »Jahrbuch für Kulturpolitik« gedankt. Für die Erstellung des Bibliographie- und Adressenteils danken wir den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des *Instituts für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft* Ulrike Blumenreich, Ralf Brüninghaus, Jörg Hausmann, Franz Kröger und Roland Prüfer, für die Mitarbeit bei der Herstellung Aida Darida-Schmidt, Tatjana Flothen und Sarah Friedrichs sowie Wolfgang Röckel und Karin Dienst für ihre Arbeit bei Satz und Gestaltung.

Peter Bendixen

Kultur und Wirtschaft – Zwei Seiten einer Medaille?

Die theoretischen und realen Beziehungen zwischen Kultur und Wirtschaft sind seit Jahren ein beliebtes Thema für fachliche Abhandlungen und politische Debatten über die wechselseitigen Förderungswirkungen: Kulturelle Aktivitäten befeuern auf verschiedene Weise den Wirtschaftsprozess; sie fördern menschliche Kreativität, machen Städte und Regionen attraktiv, beleben die Nachfrage nach Gütern und Dienstleistungen – so das gängige Argumentationsmuster auf der einen Seite. Die Wirtschaft und ihre politischen Vertretungen argumentieren ergänzend, dass ihre Leistungen auf dem Gebiet der Einkommenserzielung und des Steueraufkommens die finanzielle Basis für Ausgaben für Kunst und Kultur darstellt.

Was ist realistisch in diesen Argumentationsmustern und was Klischee? Welche geläufigen Formen der Oberflächlichkeit, die Beziehungen zwischen Kultur und Wirtschaft betreffend, laufen über die öffentliche Debattenbühne und verdecken die Einsicht in tiefer greifende Zusammenhänge? In diesem Beitrag wird die These zur Diskussion gestellt, dass zwischen Kultur und Wirtschaft kein komplementäres, sondern ein Rivalitätsverhältnis besteht. Es geht um die Frage, welche gesellschaftlichen Kräfte das kulturelle Profil eines Landes, einer Region oder einer Stadt prägen, und es geht um die pessimistische Vision, dass der kommerzielle Druck der Wirtschaft auf das Alltagsleben vermutlich schon gesiegt hat. Hat Kunst im klassischen Sinne angesichts des kommerziellen Getöses in der Öffentlichkeit überhaupt noch eine Zukunft?

Die Kulturpolitik ist, wie es scheint, in eine Defensive geraten, die nur sehr schwer aufzubrechen ist. Dabei spielt ganz offensichtlich der Aspekt eine Rolle, dass Kulturpolitik sich auf etwas Abstraktes, auf das kulturelle Profil eines Landes oder einer Stadt, bezieht, während man die Wirtschaft unter dem Gesichtspunkt von etwas Handfestem, physisch Wahrnehmbaren zu sehen pflegt. Geht es hier um Philosophie gegen Pragmatik? Der Irrtum liegt wohl hauptsächlich darin, dass der Abstraktionscharakter der Wirtschaft, ihre spirituelle Existenz, gewöhn-

lich nicht beachtet und von der wissenschaftlichen Ökonomie auch gar nicht aufgegriffen wird. Geld zählt eben erst, wenn man es in der Hand hat. Doch auch die Wirtschaft ist ein Abstraktum, nicht anders als die Kultur. Beide sind virtuelle Ganzheiten, die sich nicht einfach additiv aus ihren physischen Elementen ergeben.

Das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile

Dieser alte aristotelische Satz beschreibt auf einfache Weise eine auf Vieles übertragbare Wahrnehmung und Erkenntnis. Auch das Ganze des kulturellen Profils einer Stadt, eines Landes oder einer Gesellschaft geht aus unübersehbar vielen, nur schwach koordinierten kulturellen Handlungen und Institutionen hervor und weist dabei Eigenschaften auf, die nicht additiv aus den einzelnen Aktionen hergeleitet werden können; vergleichbar einem bunten Haufen kleiner Steinchen, die durch bestimmte Anordnungen zufällig oder gezielt ein Muster ergeben: ein mit Bedeutung aufgeladenes Mosaik.

Das Mosaik ist eine (nur im aktivierten Gehirn sich bildende) Makrostruktur eigener Art. Die menschliche Lebenswelt ist voller kleiner und großer, wichtiger und unwichtiger Makrostrukturen. Sie alle sind – im wahren Sinne des Wortes – cerebrale Einbildungen. Dass eine Stadt ein kulturelles Profil besitzt, ist eine subjektive, innere Visualisierung, die trotz aller Unterschiedlichkeiten im Detail so etwas wie kollektive Kongruenz aufweist. Diese ist vielleicht eines der interessantesten Studienobjekte der Kulturpolitik.

Das kulturelle Erscheinungsbild einer Stadt wie beispielsweise Wien formt sich aus den bekannten Highlights (Steffansdom, Staatsoper, Burgtheater, Kunsthistorisches Museum, Albertina, Belvedere usw.) und unzähligen kulturellen Miniaturen (Caféhäuser, Straßenszenen, Straßenkünstler), und das alles belebt durch einen nie abreißenden Touristenstrom. Das eigentlich Aktive darin ist aber der Betrachter selbst, der im Erleben allmählich für sich die Konturen einer Kulturstadt formt, so wie er sie sieht. Dauerbewohner haben gewiss eine ganz anders akzentuierte Wahrnehmung als sporadische Besucher oder literarisch inspirierte Träumer. Wien ist nicht für jeden gleich.

Kulturelle Aktionen, etwa eine Kunstausstellung, erlebt man zwar singulär, projiziert sie aber insgeheim auf das kulturelle Ganze, das sich im Gedächtnis gebildet hat. Kulturpolitisch heißt, die (oft zum Klischee verbogenen) kulturellen Muster der Stadt als Ganzheiten zu erkennen und den kulturellen Gesamtwert im Auge zu behalten und sie nicht, wie dies oft bei den so genannten Umwegrentabilitäten geschieht, auf Maßstäbe der Ergiebigkeit zu reduzieren. Der gesellschaftliche Wert kultureller Arbeit ergibt sich niemals aus der Addition der gemachten Aufwendungen für die künstlerische Arbeit. Der Subventionsbedarf als Differenz zwischen Eigeneinnahmen und Aufwendungen ist nicht im Geringsten ein Maßstab für den Wert der kulturellen Resultate und schon gar nicht für den analytisch kaum bestimmbaren Beitrag zum kulturellen Gesamtbild.

Die einzelnen kulturellen Aktionen folgen ihrem eigenen (meist künstlerisch bestimmten) Sinn. Dass jemand als Künstler mit seinen Installationen vielleicht zum Profil der Kultur als Ganzes beiträgt, mag ihm zwar mitunter vage in den Sinn kommen. Generell aber kann man nicht davon ausgehen, dass Künstler und andere Kulturschöpfer ihre Beiträge gezielt auf die Gestaltung des kulturellen Gesamtbildes richten. Makrostrukturen sind Konstrukte der Bewusstseinsarbeit, die aus erlebten Wahrnehmungen verbunden mit Aktivierungen des Gedächtnisses »eingebildete« Zusammenhänge erzeugen. Sie geschehen, ohne dass sie künstlich und von außen gezielt gemacht werden können. Das Ganze wird zwar durch einzelne Taten induziert, aber es geschieht etwas Eigenes im ganzheitlichen Denken (genauer: in der Plastizität der im Gehirn gebildeten Muster).

Die Kultur als eine Makrostruktur zu deuten, bedeutet einen gedanklichen Einstieg ins Abstrakte, das sich ausschließlich in Gehirnen von Denkenden formen und allenfalls äußerlich dokumentiert werden kann. Da nun jedes menschliche Gehirn ein Unikat ist, obschon innerhalb ein und desselben Kulturkreises von starker Kongruenz durch allgemein angenommene Muster geprägt, ist die Vorstellung einer kulturellen Makrostruktur weder objektivierbar noch eindeutig umrissen. Darin unterscheidet sich das kulturelle Erscheinungsbild als Ganzheit von der Eindeutigkeit eines Mosaiks, welches dennoch einen weiten Deutungsspielraum lassen kann.[1]

Ohne hier auf komplizierte Definitionsfragen einzugehen, sei der Einfachheit halber vorgeschlagen, dass Kulturpolitik, um die es hier gehen soll, sich im Allgemeinen auf Ganzheiten, auf die vielschichtigen kulturellen Makrostrukturen, nicht aber auf die Anleitung oder dirigistische Steuerung individuell Handelnder ausrichtet (außer vielleicht in totalitären Staaten).[2] Allerdings wirken starke Muster, zum Beispiel Stile oder thematische Akzente, auf die individuellen Dispositionen als stimulierende Reflexionsflächen ein. So bilden sich zeitweilig kulturelle Strömungen aus, die aufgegriffen, umgeformt und variiert werden und mit der Zeit ihren Neuigkeitswert einbüßen, um schließlich wieder zu verschwinden und von anderen ersetzt zu werden. Das Ganze ist nicht nur ein Produkt seiner Teile, sondern besitzt zugleich Bündelungsenergie, indem es Wertorientierungen präsentiert und so sich gewissermaßen selbst bekräftigt.

An der Entstehung kultureller Makrostrukturen sind nicht nur die Künste und kunstnahen Arbeiten, zum Beispiel Architektur, beteiligt, weshalb in einem beliebigen Moment die gerade wahrnehmbaren und deutbaren Kulturmuster keine lineare Funktion der Aktivitäten kulturbewusster Individuen, sondern eine im Einzelnen kaum rekonstruierbare Erscheinung der gesamten gesellschaftlichen

1 Es würde hier zu weit führen, die innere Bildung von Makrostrukturen bei der Wahrnehmung von Kunst zu diskutieren. Darüber liegen mittlerweile zahlreiche neurologische Publikationen vor. Ergiebig in dieser Hinsicht ist Zeki (1999) sowie Kandel (2006).

2 Unvermeidlich liegt natürlich ein starkes Steuerungsinstrument in der Vergabe von Subventionen durch kommunale Ämter oder staatliche Ministerien. Kulturpolitik auf die Verwaltung von Haushaltsmitteln und die regulierte Zuteilung von Zuwendungen zu reduzieren, käme allerdings einem politischen Minimalismus gleich, der Chancen verschenkt.

Vitalität sind. Jede Handlung geschieht in einem Umfeld, welches als Szene stets eine mitwirkende Rolle spielt.

Kulturell relevant sind also nicht nur die Künste; sie prägen allenfalls eine eigene, spezifisch akzentuierte Makrostruktur der Kunst innerhalb der Kultur. Hervorbringer kulturell relevanter Makroeffekte ist vor allem jener überaus dynamische Gesellschaftsbereich, den wir etwas unspezifiziert als »die Wirtschaft« bezeichnen. Das Profil der Wirtschaft ihrerseits (zum Beispiel ihr Dienstleistungscharakter im fortgeschrittenen Stadium der Verdrängung der klassischen Industrie, wie er in den meisten Industrieländern längst unterwegs ist) ist selbst ebenfalls eine Makrostruktur. Die Frage steht also im Raum, welcher Art die Beziehungen zwischen kulturellen und wirtschaftlichen Makrostrukturen sind. Was im Bereich der Wirtschaft geschieht, ist, zumindest in Zeiten dominanter kommerzieller Prägungen des Alltags, die vermutlich stärkste Kulturerzeugung unter allen anderen – mit möglicherweise sehr problematischen Folgen.

Die von der Wirtschaft ausgehenden Energien und ihr häufig auch verkündeter Dominanzanspruch sind für kulturelle Aktivitäten auf künstlerischer Basis ein Problem. Welche Antworten und Handlungsprogramme sich daraus ableiten, hängt ganz entscheidend von der korrekten Klärung des Verhältnisses von Kultur und Wirtschaft ab.

Die strukturelle Analogie zwischen Kultur und Wirtschaft

Die Überschrift dieses Beitrags ist problematisch, denn sie suggeriert Kultur und Wirtschaft als etwas Getrenntes, gleichwohl aufeinander Wirkendes. Ich möchte versuchen zu zeigen, dass diese Vorstellung allzu leicht Fehlschlüsse induzieren kann, etwa solcher (sehr beliebter) Art, dass man das Geld, das für die Kultur ausgegeben werden soll, zuerst in der Wirtschaft verdienen müsse. Mit diesem Satz wird indirekt der Vorrang des Wirtschaftlichen vor dem Kulturellen behauptet. Ein folgenschwerer Irrtum, der in der Praxis wegen der Macht des Geldes (und einiger anderer Umstände) kaum noch hinterfragt wird. Kurz geantwortet: Wirtschaft ohne Einbindung in die Wertemuster der Kultur erzeugt allenfalls Chaos. Es müsste also heißen, wer erfolgreich wirtschaften will, muss sich auf die Vitalität der Kultur verlassen können.

Der anfangs zitierte aristotelische Satz lässt sich mühelos auch auf alle Erscheinungen des Wirtschaftslebens anwenden. Die eigenartig dialektische Beziehung zwischen dem Handeln auf der elementaren Ebene einzelner Produzenten und Konsumenten und den gesamtwirtschaftlichen Effekten, lässt besonders deutlich den Umstand erkennen, dass das Ganze Eigenschaften aufweist, die den Einzelhandlungen in der Regel abgehen. Konjunkturbewegungen, Investitionsraten, Arbeitslosenquoten sind andeutungsweise Qualitäten dieser Art, die sich allerdings noch ganz in den ökonomischen Denkschablonen bewegen. Demgegenüber werden andere Makroerscheinungen ausgeblendet, zum Beispiel die fortschreitende Ersetzung der Tradition des Strebens nach Könnerschaft (Meisterschaft als Lebensprinzip,

etwa im alten Handwerk, in der Architektur oder nach wie vor in vielen Künsten) durch das Prinzip rationaler Zielstrebigkeit, die das Industriesystem mit seiner ungeahnten technischen Leistungsfähigkeit hervorgebracht hat. Dieser Profilwandel ist noch im vollen Gange, wie man in der Dritten Welt unschwer beobachten kann.

Nun sollte man meinen, dass sich die wissenschaftliche Ökonomie mit guten Gründen methodologisch an dem zitierten (auch in der Systemtheorie relevanten) aristotelischen Satz orientiert, denn bei der Wirtschaft handelt sich offensichtlich um etwas Ganzes, welches aus seinen aktiven Elementen auf individueller Handlungsebene hervorgeht und dabei markante Eigenschaften erzeugt. Die Ökonomen haben aber gerade das Gegenteil getan mit der Vorstellung, dass das Ganze (die Volkswirtschaft) nichts anderes ist als die Summe der individuellen Handlungen der Marktteilnehmer. Kollektive Erscheinungen, so heißt es, müssen immer von den individuellen Handlungen her erfasst und erklärt werden.

Es handelt sich hier keineswegs um eine akademische Spielerei, sondern um eine weit reichende methodologische Problematik, die der herrschenden neoklassischen Ökonomie eine schwerwiegende Fokusverengung eingebracht hat. Die Konsequenzen, insbesondere die Zentrierung des ökonomischen Denkens auf die Kategorie »Geld«, finden sich nicht nur auf der theoretischen Ebene, sondern sind als Grundüberzeugungen und Handlungsleitbilder auch in die Köpfe von Wirtschafts- und Gesellschaftspolitikern eingedrungen und führen dort pragmatisch Regie (etwa in neoliberalen Konzeptionen). Die aus elementaren wirtschaftlichen Tätigkeiten hervorgehenden Makrostrukturen haben, anders als uns Ökonomen glauben machen wollen, eine prägnante kulturelle Dimension und besitzen damit einen deutlich weiteren Horizont als die pure Dimensionen des Geldes ihn je erzeugen könnte.

Die These, der wir hier näher nachgehen wollen, geht von dem methodologischen Versäumnis der Ökonomie aus, die unausweichliche kulturelle Ummantelung jeglichen wirtschaftenden Handelns als etwas Elementares und damit vom physischen (handfesten) Geschehen in der Wirtschaft Untrennbares zu erkennen. Diesem Fokus entgeht systematisch der Beitrag der Wirtschaft zur Formung des kulturellen Ganzen eines Landes oder einer Stadt und verweist damit die Kulturpolitik systematisch in eine Gegenposition zur Wirtschaftspolitik bei gleichzeitigem Anspruch auf Priorität. Viele Aussagen in Sachen Kulturwirtschaft, Kreativwirtschaft (*creative industries*) und Kulturpolitik, sofern darin die Beziehungen zur Wirtschaft eine Rolle spielen, laufen ganz einfach ins Leere. Aus der Sicht der Kulturpolitik haben wir es mit dem Phänomen zu tun, dass gegenwärtig die Wirtschaft das Kulturleben viel massiver und nachhaltiger prägt als alle Kunst zusammen genommen. Kein Wunder, dass praktische Kulturpolitik, wenn sie sich auf ihren klassischen Horizont (um die hohen Künste herum) einigelt, permanent in die Defensive gerät.

Im Folgenden muss in gebotener Kürze die methodologische Problematik der Ökonomie, bestehend in der Diskrepanz zwischen dem Bild der Theorie und der wirtschaftlichen Wirklichkeit, aufgerollt und zu klären versucht werden. Ohne das »schiefe« Bild von der Wirtschaft zu korrigieren, kommt man in der Frage der Be-

ziehungen zwischen Kultur und Wirtschaft nicht weiter. Sodann muss die gesellschaftliche Funktion des Geldes aufgegriffen werden; denn das Geld ist auch im Kulturbereich nicht wegzudenken und wird nur allzu leicht als etwas bloß Kommerzielles und damit Niederes eingeschätzt. Schließlich wird die zentrale Frage aufgeworfen, ob und in welcher Hinsicht die Beziehungen zwischen den Bereichen Wirtschaft und Kultur (vorerst noch im gängigen polaren Verständnis dieses Begriffspaares) mehr von graduellen Gewichtsverlagerungen als von einem disparaten Gegensatz gekennzeichnet sind.

Das methodologische Dilemma der neoklassischen Ökonomik

Das heute verbreitete ökonomische Denken ist grundlegend um die Vorgänge in der Produktion (Einsatz von Kapital, Arbeitleistungen, Arbeitsteilung, Produktivität) angelegt, während dem Markt eine instrumentelle Rolle zukommt, nämlich die arbeitsteilig erzeugten Produkte auf bestmögliche Weise zu verteilen (an private und öffentliche Haushalte als Konsumnachfrager). Das klassische, auf dem Prinzip der ökonomischen Rationalität beruhende Theorem der optimalen Allokation der Produktionsfaktoren Boden, Arbeit und Kapital hat sich bis heute erhalten.[3] Die Crux liegt in der sich schon in den Anfängen der modernen Ökonomie[4] anbahnenden Euphorie des durch Naturwissenschaftler wie Isaac Newton beflügelten technischen Fortschritts, welcher den mächtigen Prozess der Industrialisierung einleitete. Die wichtigsten Charakterzüge der modernen Marktwirtschaft, deren Kern die schon im frühen Mittelalter sich langsam herausbildende Händler- und Kaufmannsmentalität ist, geriet trotz der stets hervorgehobenen Bedeutung des »mit unsichtbarer Hand«[5] lenkenden Marktes gegenüber der Produktionsorientierung in die zweite Linie.

Aus dieser theoretischen Entwicklungslinie ist in der akademischen Ökonomie eine überbetont dingliche Grundorientierung des Denkens hervorgegangen, die das Wesen des Agierens auf Märkten weitgehend verfehlt: Das Markthandeln besteht aus Kommunikation, nicht aus dinglichen Hantierungen. Wenn konkret Ware gegen Geld über den Ladentisch gereicht wird, wird nur physisch vollzogen, was vorher kommunikativ ausgehandelt wurde; das eigentlich Ökonomische liegt also im kommunikativen Vorfeld und nur hier findet Markt statt. Eine ökonomische Theorie, die sich fast ausschließlich auf die dinglichen Erscheinungen

3 Mit wahrscheinlich unabsehbaren Fehlbeurteilungen des längst vollzogenen Wandels der Industriegesellschaften in Dienstleistungsgesellschaften. Die Trilogie der Produktionsfaktoren Boden, Arbeit und Kapital auf Dienstleistungen wie etwa Unternehmensberatung oder Konzertveranstaltungen zu übertragen, ist eine Quälerei des Denkens. Der Anteil des tertiären Sektors am Bruttoinlandsprodukt (statistisch natürlich unter Einschluss der marktfähigen Leistungen des Kultursektors) liegt in den klassischen Industrieländern zum Teil weit über 70 Prozent.

4 Im Wesentlichen eine Pionierleistung von Adam Smith (1723–1790) und seinen Zeitgenossen der Schottischen Aufklärung im 18. Jahrhundert.

5 Die unter Ökonomen beliebte Metapher von der unsichtbaren Hand des Marktes geht auf Adam Smith zurück. Der hat aber an keiner Stelle seines Werkes je von einer realen Erscheinung, sondern nur von einem »als ob« gesprochen. (Vgl. Bendixen 2006)

fokussiert, kann logischerweise kein vollständiges Bild des Wirtschaftsgeschehens erfassen und interpretieren.[6]

Abgesehen von dem – hier nicht ausdiskutierbaren – Umstand, dass Kommunikation ein vielschichtiger, wenn auch mit technischen Mitteln teilweise standardisierbarer Prozess ist, hat Kommunikation die Eigenschaft, stets irgendwo in Köpfen zu beginnen und zu enden. Was immer irgendwo in Sachen Wirtschaft dinglich geschieht, ist stets der Ausfluss vorangegangener Kommunikation, wenn man die elementare Kommunikationsform des inneren Monologs (des bewussten Denkens) hinzurechnet. Markttheorien, die sich um dingliche Vorgänge wie Erzeugung des Warenangebots, Erwerb von Kaufkraft und Warentausch auf Märkten herumranken, müssen folglich in die Irre gehen, falls die entsprechenden Modelle einen erklärenden oder womöglich operativen Bezug zum realen Geschehen auf Märkten erreichen sollen. Anders als die Objekte der Natur unterliegen die von Menschenhand erzeugten Objekte dem Willen (und Können) des Menschen und vergegenständlichen dessen kulturelle Wert- und Formideen.

Das Denken, welches sich aus einem Geflecht von Bewusstsein, visueller Konstruktion (Phantasie) und emotionalen Energien oder Antrieben strukturiert,[7] findet in Gehirnen statt, deren neuronale Architektur höchst individuell ist und die individuell höchst verschieden auf den Erfahrungen und archivierten Erlebnissen im Laufe des Lebens fußen. Diese individuellen Erfahrungen und Erlebnisse spiegeln nun aber, individuell akzentuiert, auch jene äußeren Gegebenheiten wider, die als wirksame Kultur bezeichnet werden können. Die Geltung kultureller Werte und Lebensmuster kann sich auf verschiedene Weise im menschlichen Gehirn einnisten, zum Beispiel durch bildende Kommunikation (Eltern, Lehrer, berufliches Umfeld, soziales Umfeld, Medien) oder durch den konkreten Umgang mit physischen Objekten, die eine im weitesten Sinne kulturelle Botschaft enthalten, wie Bauten mit ihren Ästhetiken und Bedeutungen (Stadtarchitektur, Landschaftsgestalten, Monumente, Ruinen) oder schließlich durch Objekte, denen eine spirituelle Botschaft imprägniert ist (Gemälde, Skulpturen, ästhetische Installationen, musikalische und dramatisch Vorführungen, Druckwerke).

Alle diese Gegenstände wie überhaupt alles, was Menschen bewusst gestalten, hat folglich einen, wenn auch nicht immer deutlich erkennbaren, oft rätselhaften Bezug zu den kulturellen Mustern und Werten einer Gemeinschaft oder Gesellschaft. Mit Bezug ist natürlich nicht irgendein überindividueller Zwang zur Nachahmung gemeint, sondern eine soziale Spiegelfläche, die auch zu Veränderungen und manchmal strukturellen Verschiebungen und Werteüberwindungen

6 Die Fokussierung des theoretischen Denkens auf die Geldsphäre bedeutet die stillschweigende Anerkennung, dass das Gewinninteresse individueller Akteure bis hin zu den makrostrukturellen Erscheinungen das Primäre an der Wirtschaft, nicht etwa das nur Dienende ist. Die herrschende Ökonomie ruht folglich in einer Ideologie. Dass pragmatische Gründe für eine geldgesteuerte Wirtschaftsweise sprechen, ist eine ganz andere Frage.

7 Manche Philosophen und Neurowissenschaftler gehen heute davon aus, dass das menschliche Bewusstsein oder der Geist eine hirnphysiologisch nicht erklärbare Makrostruktur neuronaler Aktivitäten des Gehirns darstellt. Hier könnte der aristotelische Satz eine unvermutet moderne Färbung bekommen.

ermuntern kann. Wichtig ist jedoch, dass sämtliche Erzeugnisse der Wirtschaft, auch solche, die gar nicht über den Markt laufen, sondern beispielsweise der Eigenproduktion entstammen, in gleicher Weise kulturell verfasst sind.

Die kulturelle Gestalt, nicht die reine Stofflichkeit eines kommerziellen Gutes (sein Design, seine Symbolik, seine Ästhetik) ist in der kommunikativen Sphäre des Markthandelns die den Erfolg maßgeblich bestimmende Zentralkategorie, denn wenn ein Erzeugnis in den genannten Eigenschaften nicht auf die entsprechenden kulturellen Repräsentationen (inneren Vorstellungen) möglicher und angesprochener Käufer trifft, wird ihm der Erfolg versagt bleiben. Es ist dann – in kapitalistischer Terminologie – nicht profitfähig. Wie kann es also sein, dass eine ökonomische Theorie entwickelt werden konnte, die diese kulturellen Komponenten systematisch ausblendet und dennoch ein (neoliberal geprägtes) Weltbild hat schaffen können, das sich längst in den Köpfen von Politikern und Kommentatoren eingenistet hat?

Eine erste Folgerung daraus ist die Feststellung der tendenziellen Inkompetenz der Ökonomie, die Beziehungen zwischen Wirtschaft und Kultur angemessen zu klären. Es handelt sich nämlich nicht um zwei interagierende, komplementäre Teilsysteme der Gesellschaft, sondern in beiden Fällen um Handlungszusammenhänge zwischen schöpferischem Denken und dinglicher Verwirklichung. Diese Handlungsfigur trifft auf beide zu, die kulturellen (künstlerischen) ebenso wie die wirtschaftlichen (kommerziellen) Gestaltungen. Die Fragen und Probleme der Kulturpolitik liegen folglich nicht in irgendwelchen Polaritäten zwischen Wirtschaft und Kultur, sondern in den Spannungen zwischen rivalisierenden Einfluss- oder Machtsphären, die beide ein kulturelles Potenzial enthalten und dadurch das kulturelle Profil oder die Makrostrukturen einer Gesellschaft formen. Dass derzeit die Wirtschaft dominiert, dürfte außer Zweifel stehen. Kultur und Wirtschaft sind, so darf man folgern, nicht die Kehrseite derselben Medaille, sondern je für sich eine komplette Medaille von allerdings unterschiedlichem »Gewicht«.

Das Geld als dingliche und als kulturelle Kategorie

Zwischen Kunst und Kommerz gab es immer schon rege Beziehungen um die Frage des Geldes herum. Geld ist selbst eine kulturelle Kategorie, von der Ökonomen annehmen, sie sei irgendwann in archaischer Zeit von Händler erfunden worden, um den Markttausch zu erleichtern. Das Geld ist eine Stellvertreterkategorie. Sein innerer Wert bezieht sich auf für wertvoll gehaltene Dinge, die in früheren Epochen in den zirkulierenden Münzen noch als Edelmetallgehalt innewohnten. Heute wird der materielle Gegenwert im Allgemeinen zentral aufbewahrt (zum Beispiel die Gold- und Devisenreserven von Nationalbanken).

Die Bedeutung des Geldes für die Entfaltung moderner Volkswirtschaften steht außer Zweifel.[8] Nur wird meist vergessen, dass der historische Ursprung des Geldes außerhalb der kommerziellen Sphäre lag, dass es nicht etwa, wie gelegentlich behauptet wird, mit der Entfaltung des Handels (in der Antike) in die Welt

kam, sondern es wurde wegen seiner kulturellen Bedeutung als Machtmedium zu einem Interesseobjekt gewerblicher Handelstätigkeit (von Aristoteles noch etwas verächtlich als *chremastiké* bezeichnet[9]). Der schlaue Händler erkannte seine Chancen, sich in archaische Tauschvorgänge unter den Warenerzeugern vermittelnd einzumischen und dabei »seinen Schnitt« zu machen.

Vordergründig besaß und besitzt das Geld selber Warencharakter. Da es sich um Wertobjekte handelt, die fast jedermann zu besitzen wünscht, war es immer schon und ist nach wie vor möglich, die Gier nach seinem Besitz wie einen Flächenbrand zu entfachen. So bekam historisch schon sehr früh die außergewöhnliche Bedeutung des Geldes als Kultur erzeugendes und Kultur zerbrechendes Mittel eine die Phantasien beflügelnde Kraft. Sie war es, die den Handel kulturell in die Welt setzte. Mit Geld kann man eine moralische oder richterliche Schuld begleichen, andere zu etwas verführen, was sie bei vernünftigem Nachdenken besser lassen sollten, Politiker oder Beamte bestechen, sich zum Kunstgönner aufschwingen, einem Kloster ein Opfer bringen, und viele weitere Felder, sich Anerkennung und Macht, Bedeutung und Bequemlichkeit, Freunde und Neider zu verschaffen. Der kulturelle Bedeutungshorizont des Geldes ist erheblich weiter als seine das Marktgeschehen strukturierende Koordinationsleistung.

Gelderwerb durch Wirtschaftstätigkeit ist daher in doppelter Weise kulturell verankert: zum einen durch die Instrumente, um in seinen Besitz zu gelangen, seine Akkumulation[10] einzuleiten und seinem eigenen Leben Bedeutung zu geben – Handel ist eine Kulturpraxis -, und zum anderen durch die kulturellen Prägungen, die ein erzeugter Gegenstand in seiner Stofflichkeit und Ästhetik aufnimmt, weil er anders auf dem Markt nicht reüssiert – Handelsobjekte sind Kulturträger. Die kulturell relevanten Wirkungen von Wirtschaftstätigkeiten liegen und lagen immer schon in beiden Bereichen.

Die Ästhetik erhalten gebliebener Altstädte mit kaufmännischer Vergangenheit (Erfurt, Lübeck, Görlitz, Augsburg usw.) ist Ausdruck von Handel als Kulturpraxis. Die weitgehend standardisierten, wenn auch modisch höchst variabel oszillierenden Wohn- und Lebensstile von heute beruhen auf dem Kultur formenden Charakter von kommerziell bestimmten Produktgestalten, umgeben von lautstarkem Marketing. Ein reichhaltiges historisches Beispiel für beide kulturelle Wirkungsebenen war der Handel entlang der Seidenstraße, der über mehr als 1500 Jahre einen gewaltigen Kulturtransfer bewirkte.

8 Eine historisch untermauerte, ausführliche Darstellung der ökonomischen Funktion des Geldes findet sich in dem auch sonst lesenswerten Buch von John Kenneth Galbraith *A History of Economics. The Past as the Present* (1991).

9 Aristoteles unterschied zwischen »Oikonomia« und »Chrematistiké«. Die heutige Bezeichnung »Ökonomie« bezieht sich zwar darauf, übergeht aber damit den Charakter der modernen Marktwirtschaft als eine reine Geldwirtschaft. Das Fach müsste also eigentlich Chrematistik genannt werden. Ich habe mich damit etwas ausführlicher befasst (Bendixen 2007).

10 Eine geradezu klassische Form der Erzeugung einer Makrostruktur ist das An- oder Einsammeln von kleinen Geldsummen, bis diese einen ausreichenden Umfang erreichen, um damit Einfluss auszuüben, oder bis eben ein wirksames Kapital gebildet ist, das profitabel investiert werden kann. Die Tradition der Sparkassen gehört ebenso hierher wie das Auflegen von börsenfähigen Fonds.

Ohne hier ins Detail zu gehen, sei festgehalten, dass Kulturpolitik, die sich auf die aufkommenden und wieder vergehenden Makrostrukturen des kulturellen Profils eines Landes richtet, den fast übermächtigen Gestaltungsfaktor »Wirtschaft« insbesondere in seinen konsumnahen und Konsum prägenden Bereichen (etwa die so genannten *creative industries*) im Visier haben muss. Das Problem der Kulturpolitik liegt dann unter anderem darin, ob man den Dingen ihren freien Lauf lassen oder ob man deutliche Akzente setzen will, um den vitalen Wert nichtkommerzieller Kulturprägungen, geschaffen etwa durch die Künste, nicht zerrinnen zu lassen. Diese Gefahr ist freilich gegenwärtig nicht zu unterschätzen, weil längst akut geworden.

Die Eigenwilligkeit der Künste und der Dominanztrieb des Kommerzes

Gibt es einen markanten Unterschied zwischen einer kommerziellen Ware und einem Kunstgegenstand? Theoretisch ist die Frage anders zu beantworten als in der realen Wahrnehmung. Ausgangspunkt ist in beiden Fällen die Feststellung, dass jeder von Menschenhand geschaffene Gegenstand eine materielle Seite besitzt (seine Stofflichkeit) und dass die Gestalt (die ästhetische Form, das Design) aus kulturellen Wert- und Musterquellen gespeist wird, für die der Mensch seine Ideenwelt sowie seine sozialen Umfeldwahrnehmungen in Anspruch nimmt. Nun folgt aber nach der Regel, dass der Inhalt die Form bestimmt, die entscheidende Frage, was im Falle einer kommerziellen Ware und was im Falle eines Kunstobjektes der Inhalt ist.

Hier kommt ein weiterer grundlegender Aspekt zum Zuge, nämlich dass mit dem Inhalt nicht etwa die Stofflichkeit des Gegenstandes gemeint ist, sondern die abstrakte (geistige) Leitidee, die den jeweils gestaltenden Menschen bewegt. Das ist ohne Zweifel im Falle kommerzieller Waren die Leitidee der Gewinnerzielung mit der Konsequenz, dass die ästhetische Form der Ware – wenn auch unter Berücksichtigung der Akzeptanzchancen bei potenziellen Käufern – dem Gewinnziel folgt, und zwar sowohl hinsichtlich ihrer ästhetischen Nuancen als auch in der Selektion der geeigneten Stofflichkeit (z. B. Fastfood-Produkte[11]). Wenn man so will, ist die ästhetische Gestalt eine (nicht immer sofort erkennbare) Botschaft aus dem Reich der intendierten Gewinnerzielung.[12]

Künstlerische Gestaltungen mit dem erklärten Ziel der Gewinnmaximierung können bei aller Fragwürdigkeit solcher Ambitionen als pragmatische Möglichkeiten nicht prinzipiell ausgeschlossen werden.[13] Im Grundsatz aber gilt, dass der

11 Charakteristisch sind die Qualitätsprobleme, die aus nachlässiger Verarbeitung und Grenzwerte überschreitende chemische Zusätze resultieren, Erscheinungen, die allesamt im Gewinnmotiv verankert sind. Genmanipulationen folgen ebenfalls keiner anderen Leitidee.

12 Aus genau diesem Grunde ist das gesamte Instrumentarium der Betriebswirtschaftslehre, welches ja aus der Pragmatik Gewinn erzielender Wirtschaftseinheiten hervorgegangen ist, gewissermaßen kommerziell infiziert und nur mit größter Vorsicht und nur nach reiflicher Reflexion auf andere kulturell relevante Tätigkeiten, etwa im Kulturmanagement, übertragbar.

13 Wohlgemerkt: Es geht um inhaltliche Intervention in die künstlerische Gestaltung, nicht etwa um die Vermarktung fertiger Kunstwerke wie beim Verlag oder dem Kunsthandel.

Künstler eben keine profitable Ware herstellt, sondern die stofflichen Möglichkeiten eines Materials dazu benutzt, seine kulturelle (symbolische, ästhetische, soziale) Botschaft auszudrücken. Hat der kulturelle Mantel einer kommerziellen Ware ausschließlich den dienenden, also unselbständigen Charakter, den verkäuflichen Gegenstand attraktiv zu machen, so kehrt sich dies im Kunstwerk um: Die Stofflichkeit dient nur als Trägersubstanz für künstlerische Aussagen.[14]

Theoretisch lässt sich diese Unterscheidung zwischen kommerziellen Waren und Kunstobjekten (darstellende Künste eingeschlossen) jeweils als Umkehrung des »Gewichtes« von kulturellem Mantel und Stofflichkeit einigermaßen begründen. Schwierig wird diese Frage in der Pragmatik der realen Wahrnehmungen, denn nicht wenige Bereiche des so genannten Kulturlebens lassen ihren kommerziellen Gehalt in ihren Gestalten nicht auf den ersten Blick erkennen. Man könnte lange darüber debattieren, weshalb kunsthandwerkliche Gegenstände, etwa Porzellane oder Möbel, oft (und ebenso oft nicht) den reinen Künsten sehr nahe kommen, wenn sie in ihren Gestalten deutlichen Bezug auf inhaltsreiche kulturelle Werte und Lebensmuster nehmen, während Industrieerzeugnisse allein wegen ihrer ästhetischen Standardisierungen und oft Banalisierungen einen solchen Zug kaum ausweisen können. Die Grenzen zwischen Kunst und Kommerz sind wahrnehmungspsychologisch uneindeutig.

Das historisch sehr alte und in vielen Kulturregionen der Erde noch immer lebendige Streben nach persönlicher Meisterschaft oder Könnerschaft, welches in den Künsten oft noch hohen Rang hat, hatte in vergangenen Epochen weite Bereiche des Wirtschaftslebens geprägt. Das ist praktisch vorbei, nämlich abgelöst durch das Industrieprinzip, welches aus Gründen, die mit der Dominanz des Kapital zusammenhängen (siehe Bendixen 2008), die kulturelle Gestalt industrieller Produkte unter das Kommando der Gewinnerzielung in höchst rationeller (nicht rationaler) Weise setzt. Industrielles Design enthält keine andere Botschaft als den um Attraktivität buhlenden Gewinntrieb; es reflektiert nicht die kulturellen Makrostrukturen, obwohl es sie massiv beeinflusst.

Fazit

Gestützt von einer historisch wirksam und dominant gewordenen, zugleich kulturabstinenten akademischen Ökonomie, hat sich, wie es scheint, ein öffentliches Bewusstsein herauskristallisiert, das zwischen Wirtschaft und Kultur ein systemtheoretisches Beziehungsgeflecht vermutet und zu ihrer Optimierung politischer Gestaltungsprogramme bedarf, um zwischen beiden eine moderierende, vielleicht befruchtende, ethisch verantwortungsbewusste Balance zu erreichen. Mit dieser Vorstellung aber, deren Geltung hier nur andeutungsweise kritisiert werden konnte, geht man an der Einsicht vorbei, dass es sich eben nicht um irgendwie

14 Besonders deutlich wird dies bei den darstellenden Künsten, denn die agierenden Schauspieler, Sänger, Musiker benutzen ihre biologische Stofflichkeit lediglich, um in ästhetisch konzipierten (konzertierten) Handlungsabfolgen eine künstlerische Botschaft an die Öffentlichkeit zu vermitteln.

komplementäre, versöhnungsbedürftige Gesellschaftssysteme handelt, sondern um konkurrierende Kräfte, die auf die kulturelle Makrostruktur eines Landes (ihr im weitesten Sinne humanes, zivilisiertes Gesicht) einwirken.

Eine kulturpolitische Programmatik, die diesen »Kampfcharakter« nicht erkennt, läuft Gefahr, ständig aus der Defensive heraus zu agieren, es sei denn, man hält das, was durch kommerziell beherrschte Strömungen ganz von allein geschieht und historisch-faktisch wird, für genau das, was eine moderne liberale Gesellschaft eben ausmacht. Die Gefahr solch liberaler Haltungen liegt, nach der hier vertretenen Auffassung, in der langsam wachsenden und schon ziemlich weit vorangeschrittenen Erosion hochgradig filigraner kultureller Werte, deren historische Botschaft davon erzählt, wie über Jahrhunderte, wenn nicht Jahrtausende aufstrebender Gesellschaftsentwicklung eine Moderne entstanden ist, ohne die eine leistungsfähige Wirtschaft, wie wir sie heute vorfinden, absolut undenkbar gewesen wäre. Kulturelle Werte ideeller (normativer) und physischer Art sind eben nicht ein ornamentales Begleitwerk zum Ernst der Wirtschaft, sondern deren Quelle, wovon erhalten gebliebene Objekte zeugen, die einmal aus erfolgreicher Wirtschaftstätigkeit hervorgegangen sind und die nicht selten einen beträchtlichen Wert als Antiquitäten besitzen. Wer eine filigran entfaltete Zivilisation einbrechen lässt, gefährdet den wirtschaftlichen Wohlstand.

Ein spezieller kultureller Aspekt, der hier bewusst beiseite gelassen wurde, sei wenigstens abschließend erwähnt: Die traditionelle ökonomische Denkweise, wie sie seit Adam Smith vorherrschend geworden ist, geht von dem Basistheorem der optimalen Allokation der Ressourcen »Boden«, »Arbeit« und »Kapital« aus. Dem sei entgegen gehalten, dass es nur eine einzige Kategorie als Produktionsfaktor gibt, nämlich die auf mentalen und emotionalen und damit kulturellen Qualitäten beruhende menschliche Schaffenskraft und Schaffensfreude. Das bedeutet, dass im Rahmen einer effizienten Kulturpolitik die Bildungspolitik eine zentrale Rolle spielen muss, denn in den Individuen und nur in ihnen verwirklicht sich, was im Zusammenspiel der Kräfte eine kulturelle Gesamtkontur werden kann. Indessen ist, wie nicht anders zu erwarten, auch die Konkurrenz schon auf dem Plan, nämlich die Wirtschaft, die ihrerseits auf einem effizienten Bildungssystem besteht.

Literatur

Bendixen, Peter (2008): *Fastfood-Ökonomie – Die unaufhaltsame Kommerzialisierung der Zeit*, Berlin: Pro Business

Bendixen, Peter (2007): *Ökonomie der Entgrenzung – Wege aus der Unwirtlichkeit*, Berlin: Pro Business

Bendixen, Peter (2006): »Die unsichtbare Hand hat schon viel Unheil angerichtet – Über Adam Smith«, in: *Merkur*, Heft 691 (Nov. 2006), S. 1089–1094

Galbraith, John Kenneth (1991): *A History of Economics. The Past as the Present*, London: Penguin Books

Kandel, Eric (2006): *Auf der Suche nach dem Gedächtnis – Die Entstehung einer neuen Wissenschaft des Geistes*, München: Pantheon

Zeki, Semir (1999): *Inner Vision – An Exploration of Art and the Brain*, Oxford: Oxford University Press

Armin Klein

Zwischen Markt, Staat und (Zivil-)Gesellschaft

Komplexe Arenen und gemischte Strukturen im kulturellen Bereich

Die drei Sektoren und ihre Handlungslogiken

Aus analytischer Sicht kann der Kulturbetrieb in Deutschland in drei Sektoren differenziert werden; es wird unterschieden in:

1) den *kommerziellen* Sektor (in der Themenstellung also »der Markt«); hierzu gehören etwa Buchverlage, die Film- und Tonträgerindustrie, Galerien, Auktionshäuser, Musicaltheater, Buchverlage und so weiter. Zweifelsohne bildet dieser Sektor auch den Kern der so genannten »Kulturwirtschaft«.
2) den öffentlichen Sektor (in der Themenstellung also »der *Staat*«, wobei hier der Staat als Bund, als Bundesland oder als Kommune handelt). Der »Staat« tritt in Deutschland erstens als *Träger* von Kultureinrichtungen auf (also etwa von Staats- und Stadttheatern, von Landes- und Stadtmuseen, von Orchestern, Musik- und Jugendkunstschulen, von Volkshochschulen, Galerien, Kommunalen Kinos usw.). Zweitens setzt er *Rahmenbedingungen* (etwa durch entsprechende Gesetze, wie die Künstlersozialversicherung, die Buchpreisbindung oder auf der kommunalen Ebene durch Satzungen, wie zum Beispiel den Haushaltsplan, Gebührensatzungen für das Stadttheater etc.) Und drittens tritt er als *Förderer* auf, das heißt er fördert kulturelle und künstlerische Aktivitäten Dritter, das heißt in aller Regel Einrichtungen des so genannten Dritten Sektors, etwa Chöre und Gesangsvereine usw.
3) Drittens kennen wir den so genannten »Dritten Sektor« (in der Themenstellung also die [*Zivil-*]*Gesellschaft* oder in einer etwas präziseren Formulierung der *privatrechtlich-gemeinnützige Sektor*). Hierzu zählen beispielsweise die vielen Chöre und Gesangsvereine, Kunst- und Literaturvereine, aber auch Freie Theater, soziokulturellen Einrichtungen in Selbstverwaltung usw.

Diese Sektoren unterliegen ganz speziellen Handlungslogiken beziehungsweise sie sind – in den Worten des Soziologen Gerhard Schulze – durch jeweils unterschiedliche »Rationalitätstypen« geprägt.

1) Der *kommerzielle* Kulturbetrieb wird von *einer* dominanten Logik dominiert, nämlich dem Prinzip der *Gewinnmaximierung*. Oder in den unnachahmlichen Worten von Patrick McKenna, lange Zeit rechte Hand des erfolgreichen Musicalkomponisten Andrew Lloyd Webber: »Wir wollen so viel Geld verdienen wie irgend möglich.« Dabei kann nicht übersehen werden, dass gerade für die »neuen Kulturunternehmer« (Birgit Mandel) das Ziel weniger in der Gewinnmaximierung als in der Existenzsicherung liegt. Gleichwohl muss in der Jahresbilanz letztendlich mindestens eine »schwarze Null« stehen.
2) Der öffentliche Sektor, also das Handeln des Staates, wird dominiert von der Logik der *Erreichung bestimmter inhaltlicher Ziele*. Im Bereich der Kulturpolitik – so noch einmal Schulze – dominiert »der Rationalitätstypus der *Gesellschaftspolitik*«. Dieser Rationalitätstypus – so Schulze – »ist auf das Ziel der Stabilisierung oder Veränderung bestimmter Aspekte der sozialen Wirklichkeit ausgerichtet« (Schulze 1994: 503).
3) Der »Dritte Sektor« schließlich, der Bereich des bürgerschaftlichen Engagements, ist im Wesentlichen gekennzeichnet durch den Rationalitätstypus der *Selbstverwirklichung*. Menschen wollen sich im Bereich von Kunst und Kultur selbst verwirklichen, indem sie entweder selbst künstlerisch aktiv werden (etwa in Chören oder Gesangsvereinen), oder dadurch, dass sie sich kulturell engagieren und andere unterstützen und Kunst ermöglichen, etwa in Kunst- und Literaturvereinen.

Wie funktionieren nun die Handlungslogiken im Spezifischen? Im *kommerziellen* Sektor dominiert die Handlungslogik der Gewinnmaximierung (beziehungsweise der eigenständigen Existenzsicherung). Der Ort, wo dies realisiert wird, ist der *Markt*. Auf ihm treffen *Angebot* und *Nachfrage* als die wichtigsten Determinanten des Austauschprozesses zusammen. Der Markt ist sicherlich das wohl effizienteste Instrument, um Individuen mit ihren Wünschen und Bedürfnissen und die entsprechende Güter- und Dienstleistungsproduktion zu koordinieren. Noch das ausgefeilteste Instrument der Konsumentenbefragung kann das nicht leisten, was ein funktionierender Markt leistet – und alle Realisierungsversuche einer Planwirtschaft, die den Markt durch andere Koordinierungsmechanismen ersetzen wollen, sind mehr oder weniger kläglich gescheitert. Auf der *Mikroebene*, das heißt dem Zusammentreffen von individueller Nachfrage und entsprechender betrieblicher Produktion, ist das Instrumentarium des Marktes wohl nach wie vor und auch in Zukunft sicherlich unübertroffen – und in dessen Logik sollte daher (zumindest auf dieser Ebene) auch nicht eingegriffen werden.

Das klingt sicherlich sehr zugespitzt, denn der Markt ist durchaus ausgesprochen »grausam«: Wenn etwas produziert wird, das keine Nachfrager findet, bleibt es unverkauft liegen und derjenige, der es »am Markt vorbei« produziert, wird auf

Dauer nicht lebensfähig bleiben geschweige denn Gewinn machen. So hat Schulze für den kommerziellen Kultursektor pointiert darauf hingewiesen, dass eine kommerzielle Kultureinrichtung, »die ihr Überlebensproblem nicht zu lösen vermag, *unbeschadet der Qualität ihrer Angebote*« (Schulze 1994: 504) vom Markt verschwinden wird.

Greift Politik auf dieser Ebene ein, holt sie sich nicht selten eine blutige Nase. Ein Zeitungskommentar zur Entscheidung des finnischen Mobiltelefonherstellers *Nokia*, seine Arbeitsplätze aus Deutschland nach Rumänien zu verlagern, hat dies in aller Klarheit auf den Punkt gebracht: »*Nokia* hat die Fördergelder gern genommen, sich an die vereinbarte Bindungsfrist für die Arbeitsplätze gehalten und danach eine nüchtern kalkulierte Standortentscheidung getroffen. Das passiert ständig und überall. Täglich sticht im innerdeutschen Wettbewerb zwischen kommunalen Gewerbegebieten ein Bürgermeister eine Nachbargemeinde aus. Ebenfalls täglich treffen deutsche Firmen auf der ganzen Welt Standortentscheidungen, schließen oder eröffnen neue Fabriken und nehmen oft auch Steuergeschenke der Gastländer mit. Wie wäre es, wenn jedes Mal zum Boykott deutscher Produkte aufgerufen würde? Der Exportweltmeister Deutschland bliebe auf seinen Maschinen Autos und anderen Waren sitzen.« (Steltzner 2008)

Auf dieser Mikroebene treffen individuelle Kulturnachfrage und öffentlich sowie gemeinnützig produzierte Kulturprodukte aufeinander: und der Besucher, der Nutzer, der Kunde wählt aus. Zu welchen Fehlschlüssen ein Verkennen dieser Marktlogik mit ihrem Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage führt, belegt ein Zitat des Schweizer Schriftstellers Alfred Muschg. Er schreibt zunächst sehr richtig: »Nichts, was das Kunstwerk zu bieten hat, war vorher auf dem Markt; also konnte es auch keine Nachfrage danach geben.« (Muschg 2003) Es ist ja gerade das Definitionskriterium der Kunst, innovativ zu sein, da sie andernfalls Kitsch wäre. So richtig der erste Satz ist, so falsch ist der direkt folgende: »Wer Kunst kann, müsste per se ein Gegenstand des Interesses sein. Er braucht sich nicht weiter interessant zu machen oder seine Leistung als Dienstleistung zu empfehlen.« Diese Formulierung verkennt gerade das Zusammenspiel von individueller Nachfrage und Angebot.

Ist der Markt auf der Mikroebene von Angebot und Nachfrage sicherlich das beste Koordinierungsinstrument, so stellt sich dies auf der *Makroebene*, das heißt der gesamtgesellschaftlichen Koordination von Angebot und Nachfrage, allerdings schon sehr viel problematischer dar. Denn tatsächlich gibt es Güter, die eine Gesellschaft dringend benötigt, die aber von der Wirtschaft mit ihrer ökonomischen Marktlogik nicht in ausreichendem Maße produziert werden. Adam Smith, »Klassiker« und »Begründer« des Wirtschaftsliberalismus und der liberalen Marktwirtschaft, vertraute zwar weitgehend auf die »unsichtbare Hand« des Marktes, die die Angelegenheiten im Allgemeinen zufrieden stellend regelt. Gleichzeitig stellt aber auch er in seinem Standardwerk vom *Der Wohlstand der Nationen* (erstmals 1776) fest, dass die »Aufgabe des Staates darin besteht, solche öffentlichen Anlagen und Einrichtungen aufzubauen und zu unterhalten, die, obwohl sie für ein Gemeinwe-

sen höchst nützlich sind, ihrer ganzen Natur nach niemals einen Ertrag abwerfen, der hoch genug für eine oder mehrere Privatpersonen sein könnte, um die anfallenden Kosten zu decken, weshalb man von ihnen nicht erwarten kann, dass sie diese Aufgabe übernehmen«. (Smith 1978: 612)

Kunst und Kultur als meritorische Güter

Diese »Güter« stiften – aus Sicht der Gesellschaft insgesamt – einen hohen gewünschten kollektiven Nutzen, der zu ihrem Funktionieren notwendig ist. Deshalb wird ihre Herstellung von der Gesellschaft respektive dem Staat gefördert, da sie ansonsten nicht ausreichend hergestellt beziehungsweise nachgefragt werden. Bei Adam Smith selbst sind dies neben der Herstellung der äußeren und der inneren Sicherheit (ohne die keine Gesellschaft dauerhaft bestehen kann) ausdrücklich die Bildung, deren »Herstellung« daher vom Staat gewährleistet und finanziert werden muss.

Die Wirtschaftslehre nennt solche Güter »meritorische Güter« und versteht darunter Güter, die der Staat zur Verfügung stellt oder per Gesetz sichert, weil er aufgrund verzerrter Präferenzen der Bürger vermuten muss, dass diese Güter nicht in dem Maße nachgefragt werden, wie dies für einen gesellschaftlich wünschenswerten Versorgungsgrad notwendig wäre. Neben den bereits genannten meritorischen Gütern innere und äußere Sicherheit sind dies in Deutschland beispielsweise die Sozial- und Krankenversicherungspflicht, die Kraftfahrzeug-Haftpflicht, die Vermögensbildung in Arbeitnehmerhand, die Finanzierung von Schulen und Hochschulen usw.

Diese Beispiele zeigen zweierlei. Erstens ist keineswegs universell ausgemacht, was meritorische Güter sind. Gerade die Frage der pflichtmäßigen Krankenversicherung ist in anderen Ländern, beispielsweise in den USA, ein immer wiederkehrendes Wahlkampfthema. Zweitens ist keineswegs für ewig und immer entschieden, was meritorische Güter sind, wie das Beispiel der – mittlerweile weggefallenen – Eigenheimzulage zeigt. Lag es in den Wiederaufbaujahren nach dem Zweiten Weltkrieg offensichtlich im Interesse der Gesellschaft, den Einzelnen dazu zu motivieren, privates Wohneigentum zu schaffen, so scheint das öffentliche Interesse daran mittlerweile nicht mehr so stark zu sein. Auch die Einführung von Studiengebühren war über 50 Jahre ein Tabu – in vielen Bundesländern sind sie innerhalb kürzester Zeit eingeführt worden. Über das, was meritorische Güter sind, entscheidet also der öffentliche, das heißt der politische Diskurs.

In Deutschland waren und sind dem eigenen Selbstverständnis nach bis heute auch Kunst und Kultur meritorische Güter, Deutschland begreift sich explizit als »Kulturstaat«. In anderen Staaten dagegen, etwa in den USA, werden Kunst und Kultur keineswegs als meritorische Güter definiert, sondern sind dort Güter und Dienstleistungen, die vorwiegend der Markt mit seinen entsprechenden Anbietern bereitstellt. Diese Sicht der Dinge markiert im Übrigen den kulturpolitischen Konflikt in den aktuellen Auseinandersetzungen um GATS beziehungsweise der

UNESCO-Resolution zur *Cultural Diversity*. Dieses Selbstverständnis als »Kulturstaat« lässt sich aus den Besonderheiten der deutschen Geschichte erklären, in der Kunst und Kultur über mehr als zwei Jahrhunderte eine doppelte Kompensationsfunktion hatten: Zum einen als Kompensation der fehlenden nationalen *politischen* Einheit (die statt dessen zweihundert Jahre lang als »Kulturnation« gedacht wurde), zum anderen der ausgebliebenen bürgerlichen Revolution (die statt dessen als »Gelehrtenrepublik« [Klopstock] entworfen wurde).

Die Erhebung von Kunst und Kultur zu meritorischen Gütern ist somit eine normative Entscheidung des Staates beziehungsweise seiner Bürgerinnen und Bürger. Es ist das Ergebnis eines entsprechenden gesellschaftlichen Diskurses beziehungsweise des sich daraus entwickelnden Selbstverständnisses. Allerdings wurde dies bislang (noch) nicht normativ im Grundgesetz (etwa als »Staatsziel Kulturstaat«) festgeschrieben, obwohl in den letzten Jahren durch die *Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland«* verstärkt Anstrengungen in diese Richtungen unternommen wurden.

Akzeptiert man die dargelegte Definition von Kunst und Kultur als »meritorische Güter«, so lässt man sich auf eine ganz bestimmte Begründungslogik ein, die aus unsäglichen Diskussion ob öffentliche Kulturausgaben »Subventionen« oder »Investitionen« herausführt. Denn wie gezeigt, will der Staat mit der Erhebung von Kunst und Kultur zu meritorischen Gütern ganz eindeutig etwas bewirken (ebenso, wie er dies mit anderen meritorischen Gütern, wie etwa der Bildung oder der sozialen Absicherung, auch tut). Und deshalb subventioniert er diese völlig zu Recht.

Allerdings ist diese klare Wirkungsabsicht im Laufe der letzten Jahrzehnte in vielen Bereichen mehr und mehr verschwunden. Die Subventionen werden vielfach nur deshalb gegeben, weil sie immer schon gegeben wurden und damit der Betrieb (irgendwie) weiterläuft (und in Wahrheit lästige öffentliche politische Diskussionen mit den Betroffenen vermieden werden). Kein Finanzminister und keine Boulevardpresse, sondern Claus Peymann, streitbarer Theatermann, brachte diesen Skandal unlängst in die drastischen Sätze: »Heute wird Theater manchmal zu einer egomanischen Nabelschau. Wen interessieren die Probleme, die Regiejungstars mit ihrem Pimmel oder ihrer Mutti haben? Das Theater ist vielerorts von einer moralischen Anstalt zu einer Schmuddelbude verkommen.« (Peymann 2008)

An die Stelle einer klaren Wirkungsabsicht (und einer entsprechenden Evaluation) ist fataler Weise das getreten, was Schulze schon vor mehr als fünfzehn Jahren als die »Logik der korporativen Selbsterhaltung« bezeichnet und kritisiert hat: »Im Laufe der Jahre werden Etatzuweisungen, Stellenkontingente, Gebäude und langfristig tätiges Personal allmählich zu politischen Selbstverständlichkeiten mit einer Eigendynamik des Fortbestehens. Wenn eine öffentliche Institution längere Zeit existiert hat, ist die zukünftige Existenz oft ausreichend durch die vergangene legitimiert. Deshalb streben Korporationen von Werkverträgen zu Arbeitsverträgen, von kurzfristigen Engagements zu Planstellen, von einzelnen Subventionen zu regelmäßigen Zuweisungen, von teilgenutzten Räumen zum eigenen Gebäude, von Kleinheit zur Größe.« (Schulze 1994: 505)

Martin Steinhoff, ehemaliger geschäftsführender Intendant der *Frankfurter Oper*, hat das vor vielen Jahren in den *Kulturpolitischen Mitteilungen* sarkastisch so beschrieben: »Wer ein Opernhaus betritt, betritt die Räumlichkeiten einer Behörde. Diese Behörde ist seit Jahren und Jahrzehnten als Behörde geführt worden, das heißt sie ist der Logik der Geschichte von Behörden gefolgt. Diese Logik heißt: immer etwas mehr im nächsten Jahr zu bekommen, als man bereits im letzten Jahr hatte. Das ist nicht die Logik der Künstler an der Oper, das ist die Logik dieser Institutionen.« (Steinhoff 1992: 24)

Welch fatale kulturpolitische, aber letztlich auch künstlerische Folgen dies haben kann hat Pius Knüsel, der Direktor der Schweizerischen Kulturstiftung *Pro Helvetia*, am Beispiel der Schweiz kritisiert:

- Kulturförderung vertritt in wachsendem Maße die Sicht der Kulturschaffenden statt jene des Gemeinwesens und seiner übergeordneten Bedürfnisse.
- In der Kulturförderung pflanzen sich Traditionen fort, in denen viele Profiteure sich bestens eingerichtet haben, deren Tun jedoch weitgehend bedeutungslos ist.
- Die öffentliche Kulturförderung privilegiert die Produktion statt der gesellschaftlich relevanten Distribution. Gefördert wird also vorrangig das Angebot, nicht aber die Nachfrage.
- Kulturförderung könnte staatspolitische Ziele wesentlich effizienter erreichen, wenn sie sich mehr mit Wirkungsfragen beschäftigen würde und all dies käme mit einer verstärkten Wirkungsanalyse ans Licht. (Knüsel 2003)

Strukturkonservativismus oder Wertkonservativismus?

Die Frage, die sich an dieser Stelle in aller Schärfe stellt, ist die nach *Strukturkonservativismus* oder *Wertkonservativismus*? Der dargestellte und kritisierte Strukturkonservativismus mit seiner verselbstständigten Institutionenlogik (das Erhalten bestimmter Strukturen und Einrichtungen um des bloßen Erhaltens willen), dessen Kraft nur noch mühsam dazu ausreicht, das Bestehende festzuschreiben und die vorhandenen Strukturen immer schlechter zu sichern, ist weder effizient genug, um die Zukunftsprobleme des öffentlichen Kulturbetriebs zu lösen, noch ist er gerecht.

Dieser Strukturkonservativismus gerät zunehmend in Konflikt »mit einer anderen Form von Konservativismus, dem es weniger um die Bewahrung von (formalen) *Strukturen* als vielmehr um die Konservierung von (inhaltlichen) *Werten* geht«, wie Erhard Eppler, auf den dieses Begriffspaar zurückgeht, bereits Mitte der siebziger Jahre feststellte (Eppler 1975: 37). Ein solcher bewahrenswerter »Wert« ist zweifelsohne der oben skizzierte Kulturstaatsgedanke im normativen Sinn. Angesichts drängender gesellschaftlichen Gegenwartsprobleme war schon damals für Eppler die alles entscheidende Frage, »ob wir Strukturen auf Kosten von Werten oder Werte auf Kosten von Strukturen bewahren wollen« (Eppler 1975: 47). Das zu ständiger Innovation zwingende Existenzrisiko, das den kommerziellen Sektor bestimmt, haben der Staat und die Kommunen den öffentli-

chen Kulturbetrieben (trotz aller Sparmassnahmen) bislang weitestgehend abgenommen. So gut und erfreulich dies für die Betroffenen in den Kultureinrichtungen zunächst sein mag, so problematisch und gefährlich ist dies andererseits langfristig, weil dadurch diese Betriebe mehr oder weniger von der Notwendigkeit, sich zu verändern, befreit werden. Fataler Weise kommen gerade in Deutschland »gezielt Binnensektoren, die vom frischen Wind des internationalen Wettbewerbs weitgehend abgeschirmt sind, in den Genuss staatlicher Förderung«, wie Astrid Rosenschon (2005: 23) vom Kieler *Institut für Weltwirtschaft* unter ausdrücklicher Nennung von öffentlichen Theatern und Museen in ihrer Analyse der Finanzhilfen von 2000–2004 kritisiert. Dies bewahrte sie in der Vergangenheit davor, sich diesem Wind allzu sehr aussetzen zu müssen.

Diese »Abschirmung« hatte allerdings fatale Konsequenzen für die Innovationsfähigkeit der öffentlichen Kulturbetriebe. Während sich die privaten Kulturbetriebe (seien sie nun kommerziell orientiert oder als so genannte Non-Profit-Organisationen verfasst) bereits seit vielen Jahren, ja Jahrzehnten die Instrumente und Methoden des Kulturmanagements, insbesondere des Kulturmarketings zu eigen gemacht haben und dadurch den öffentlichen Kulturbetrieben organisatorisch und unternehmerisch immer überlegener wurden, öffneten sich letztere diesem allgemein zugänglichen Wissen (wenn überhaupt) nur ausgesprochen zögerlich.

Es macht also von daher wenig Sinn, dass sich Kulturpolitik in die Logik der Kulturwirtschaft einmischt; eine zukunftsorientierte Kulturpolitik sollte vielmehr aus der ihr eigentlich fremden Institutionenlogik ausbrechen und sich wieder auf ihre eigentliche Handlungslogik besinnen.

Logik kulturpolitischen Handelns

Was ist nun die Logik kulturpolitischen Handelns unter diesem Gesichtspunkt? Wie das Beispiel Nokia gezeigt hat, ist die Logik des kommerziellen Sektors in letzter Konsequenz eindimensional – oder, wie es unlängst ein Journalist im Kontext der Bildungsdebatte auf den Punkt brachte: »Wenn das die beschworene *ökonomische* Rationalität ist, sollten wir sie lieber gleich bei ihrem richtigen Namen nennen und von *unseliger Einfalt* sprechen.« (Geyer: 2008) Trotz aller wohlfeiler Bekenntnisse vieler Wirtschaftsunternehmen zu sozialer und gar kultureller Verantwortung sind Wirtschaftsunternehmen, auch kulturelle, in letzter Konsequenz darauf ausgerichtet, Gewinn zu machen beziehungsweise ihre Existenzsicherung zu garantieren, weil sie ansonsten ihr Überlebensproblem nicht lösen könnten. Hier etwas anderes zu erwarten wäre etwa so sinnvoll wie sich zu wünschen, dass das Wasser den Berg hinauf läuft.

Aber eben weil diese Logik so konsequent und so eindimensional ist, braucht die Gesellschaft die so ganz anders geartete »Logik« von Kunst und Kultur, die eben nicht der Logik des kommerziellen Sektors folgt, sondern einer ganz anderen. Folgt man den Analysen des Vorsitzenden der *Foundation on Economics Trends*

und langjährigen US-Präsidentenberaters, Jeremy Rifkin (2000: 14), so erleben wir augenblicklich und in naher Zukunft die »Metamorphose der industriellen Produktion in einen Kultur vermarktenden Kapitalismus« beziehungsweise »das Marketing kultureller Ressourcen«. Nach Rifkins Auffassung ist »die Produktion von Kultur die letzte Stufe des Kapitalismus, dessen wesentliche Triebkraft es seit jeher war, immer mehr menschliche Aktivitäten für das Wirtschaftsleben zu vereinnahmen« (Rifkin 2000: 16).

Nicht nur für Rifkin ist daher »die große Frage der kommenden Jahre, wie ein ziviles Zusammenleben bestehen kann, wenn Staat und kultureller Sektor ihre Selbstständigkeit weitgehend verlieren und als Mediator des menschlichen Lebens nur der *kommerzielle* Bereich übrig bleibt« (Rifkin 2000: 18). Sollen in Zukunft also vor allem die kommerziellen Film-, Fernseh- und Neue-Medienproduzenten darüber bestimmen, welche Bilder wir uns von unserer Gesellschaft und unserer Zukunft machen – oder haben nicht auch die Gesellschaft, ihre Bürger und die sie bildende Öffentlichkeit ein genuines Interesse an der Mitentscheidung über diese Zukunftsentwürfe?

Die Logik des kommerziellen Sektors ist ja nicht deshalb schlecht, weil sie auf Gewinnerzielung aus ist. Dies ist keineswegs verwerflich, wenn es nach einigermaßen akzeptablen Regeln geschieht. Das Problem der ökonomischen Logik ist vielmehr, dass sie *eindimensional* ist. Das hat zur Folge, dass die von Menschen gemachten Verhältnisse mehr und mehr als naturgesetzlich gegeben betrachtet werden: So, wie es ist, muss es – angeblich –sein. Vom Menschen selbst produzierte Zwänge werden somit quasi zu Naturgewalten, die der Mensch nicht mehr beherrschen kann. Zu erleben ist dies aktuell in nahezu allen Diskussionen um Lohnabschlüsse, um die Verlagerung von Arbeitsplätzen, in der Globalisierungsdebatte insgesamt.

Demgegenüber sollte eine (kultur-)politische Logik daran festhalten, *dass alles eben auch ganz anders sein könnte*. Die scheinbar so fest zementierten Verhältnisse können, sollen quasi wieder »verflüssigt« werden. Gegenüber der ökonomischen Logik sollten wir Kunst und Kultur ganz im Sinne der normativen Idee eines »Kulturstaates Deutschland«, euphemistisch (mit den Worten Dirk Baeckers) »als *Formel und Praxis einer gesellschaftlichen Selbstverständigung*« verstehen, sie also nicht bloß begreifen als die Summe der »Werte« oder »kulturellen Güter« (im Sinne eines erstarrten kulturellen Erbe), mit denen eine Gesellschaft ausgestattet ist, sondern »als eine *mitlaufende Beobachtung*, die zu jedem Wert den *möglichen Gegenwert* bereithält. Kultur bedeutet, Gründe bereitzustellen, die es ermöglichen, das, was der eine feiert, vom anderen kritisieren zu lassen.« (Baecker 2003: 9)

Nur im Medium von Kunst und Kultur kann eine Gesellschaft sich selbst *frei* das heißt spielerisch-ästhetisch reflektieren. Kultur (und insbesondere im engeren Sinne die Künste) waren und sind diejenigen Medien, in denen die Menschen ihre gesellschaftliche Wirklichkeit reflektieren, mit deren Hilfe also die Gesellschaft mit sich selbst in Dialog tritt. Aufgrund seiner anthropologisch bedingten, prinzipiellen »Weltoffenheit« (Berger/Luckmann) hat der Mensch – ganz anders

als das Tier – »keine artspezifische Umwelt, keine Umgebung, deren Struktur ihm sein eigener Instinktapparat sichert«. (Berger/Luckmann 1991 50). Der Mensch handelt also nicht instinktiv, naturgegeben »richtig«, sondern muss – sowohl als Individuum wie auch als Gesellschaftswesen – sein Handeln immer wieder neu reflektieren und definieren.

Das Besondere an Kultur und Kunst ist nun gerade die Tatsache, dass sie nicht den üblichen Zwecken und Funktionen einer ansonsten nahezu vollständig zweckrationalisierten Welt (wie etwa die ökonomische Logik) unterliegen – ihr spezifisches Reflexionsvermögen ist eben kein zweckspezifisches. Für Immanuel Kant ist Kunst diejenige »Vorstellungsart, die für sich selbst zweckmäßig ist«, jedoch »ohne Zweck« (1978: 240); sie ist für ihn eine »Einbildungskraft, die viel zu denken veranlasst, ohne dass ihr doch ein bestimmter Gedanke, d. i. Begriff adäquat sein kann, die folglich keine Sprache völlig erreicht und verständlich machen kann« (Kant 1978: 250). Und für August Wilhelm Schlegel (1963: 13) »liegt es im Wesen der schönen Künste, *nicht nützlich* sein zu wollen«. Das »Schöne ist«, so Schlegel, »auf gewisse Weise der Gegensatz des Nützlichen: es ist dasjenige, dem das Nützlichsein erlassen ist«. Die Funktion der Kunst ist somit, »dass sie den Geist aus der Haft der Sinne erlöst, dem Zeitlichen das Zeitlose entwindet, und der Vielfalt die Einheit entreißt«.

Kultur bedeutet somit eine Art von »*Selbst-Teilung* ebenso wie eine *Selbst-Heilung*«, wie Terry Eagleton (2001: 15) in Beantwortung seiner Frage »*Was ist Kultur*?« schreibt. »Der Riss zwischen Staat und Zivilgesellschaft – zwischen dem, was das bürgerliche Individuum als Staatsbürger darstellen will, und dem, was es tatsächlich ist – bleibt erhalten und wird doch verschliffen.«

Insbesondere Kunstwerke eignen sich in besonderem Maße, quasi als »Themen« innerhalb dieses Selbstverständigungsprozesses zu fungieren. Ihre »Zeitlosigkeit« erlaubt es, sie in den jeweiligen gesellschaftlichen Kontexten neu zu interpretieren – sei es als Jahrhunderte alter Theatertext, der neu inszeniert auf aktuelle Probleme überraschende Antworten gibt, sei es als Werk der Bildenden Kunst, das auch in der Gegenwart nichts von seiner Spannung verloren hat, sei es als Jahrtausende altes Epos, dessen tragischer Konflikt auch in der aktuellen Situation nicht erlischt.

Niklas Luhmann (1987: 224) definiert Kultur daher als »Themenvorrat«, als »eine Art Vorrat möglicher Themen, die für rasche und rasch verständliche Aufnahme in konkreten kommunikativen Prozessen bereitstehen«. Kultur ist für ihn »eine *Sinnfestlegung*, eine Reduktion von Komplexität (gleichzeitig aber auch Erzeugung von Sinnüberschuss), gebündelt nach Themen, die für Anschlussfähigkeit sorgen. Kultur sind alle Themen, mit deren Hilfe Kommunikation strukturiert wird« (Burkhart 2004: 15). Nach Kai-Uwe Hellmann (2004: 141) fungiert in diesem Konzept Kultur gewissermaßen als »Problemformel zur Markierung einer Situation, in der die bisherigen Kommunikationsroutinen – einschließlich der Routinen zur Auflösung von Kommunikationsproblemen – nicht mehr weiterhelfen«. Genau darum geht es in den gegenwärtigen postmodernen Gesellschaften, die einerseits einem (von wem auch immer festgelegten) »Sinn« (im Singular)

misstrauen, andererseits aber auch nicht ohne »Sinn« als Mittel der Reduktion angesichts ständig wachsender Komplexität auskommen.

In dieser paradoxen Situation kommt »Kultur« ihre herausragende Rolle zu. Luhmann schreibt hierzu: »Wir nennen diesen Themenvorrat Kultur und, wenn er eigens für Kommunikationszwecke aufbewahrt wird, *Semantik*«. Und weiter: »Kultur ist kein notwendig *normativer Sinngehalt*, wohl aber eine *Sinnfestlegung* (Reduktion), die es ermöglicht, in themenbezogener Kommunikation passende und nichtpassende Beiträge oder auch korrekten beziehungsweise inkorrekten Themengebrauch zu unterscheiden.« (Luhmann 1987: 225) *Semantik* wird hier verstanden »als Begriff, mit dem sich die Gesellschaft selbst beobachtet, ihre eigenen Operationen und die daraus entstehenden Strukturen interpretiert« (Burkhart 2004: 19). Burkhart bringt dies auf die knappe Formel: »Gesellschaft ist, dass kommuniziert wird – Kultur ist das wie – oder wie dies geschehen wird.« (Ebd.: 20)

Die »Selbstbeobachtung« der Gesellschaft wird mittels Kultur zur »*Selbstbeschreibung*«, »es geht sozusagen um die *Kultivierung* der Selbstreferenz des sozialen Systems Gesellschaft«, (Burkhart). In dieser Funktion kann Kultur auch als das »Gedächtnis« der Gesellschaft interpretiert werden, allerdings »Gedächtnis« nicht im Sinne von »Archiv oder Wasserspeicher«, das heißt »es geht nicht um ein Hinabsteigen oder Zurückgehen in die Vergangenheit, um ›dort‹ etwas zu suchen und heraufzuholen – sondern eine Funktion in der Gegenwart, Vergangenheit und Zukunft zu unterscheiden« (Burkhart 2004: 22).

Luhmann (1997: 558) spricht in seinem Buch *Die Gesellschaft der Gesellschaft* von diesem Gedächtnis der Gesellschaft recht plastisch als dem »Filter von Vergessen/Erinnern und die Inanspruchnahme von Vergangenheit zur Bestimmung des Variationsrahmens der Zukunft«. Dieses »Gedächtnis« analysiert alle anlaufenden Operationen und entscheidet, was weitergeführt und was zurückgelassen werden kann. Durch »Vergessen« werden neue Kapazitäten frei. Kultur ist somit »keine Lagerhalle der Symbole, sondern ein *Seismograph der Zukunft*« (Burkhart 2004: 23). Das »Ergebnis dieses Prozesses der Sinnverfestigung« (Burkhart 2004: 25) ist »Kultur«. Kultur wird so »zu einer Art Umgangstechnik mit dem Sinnüberschuss«, dessen »Ziel« aber keineswegs festgelegt ist.

Dieser (Selbst-)Verständigungsprozess der Gesellschaft kann zum einen rückwärts orientiert sein, im Sinne einer (Wieder-)Selbstvergewisserung (»Wer sind wir?« »Woher kommen wir?«), also im Sinne eines reflektierten Erbes, eines kulturellen Gedächtnis dienen. Er kann zweitens eher zukunftsorientiert ausgerichtet sein (»Wohin wollen wir?« »Wie wollen wir einmal leben?« »Welches Bild von der Welt machen wir uns?«), also eher eine zukunftsgestaltende, visionäre Funktion erfüllen. Drittens schließlich kann er direkt auf die Gegenwart bezogen sein (»Wo stehen wir eigentlich?«). Dies heißt, »dass die Zukunft uns nicht vom Blick auf die Gegenwart befreit, sondern die Gegenwart überhaupt erst in das Zentrum der Aufmerksamkeit rückt« (Baecker 2003: 10).

Kultur stellt somit »*Interpretationsspielräume* zur Verfügung, ein *Gedächtnis* der Gesellschaft mit *Blick auf eine offene Zukunft*«, wie Dirk Baecker (2003: 9) schreibt.

Verschwinden diese öffentlich geprägten Interpretationsspielräume beziehungsweise werden diese ausschließlich dem kommerziellen Gewinnstreben untergeordnet, wird die gesellschaftliche Zukunft zunehmend eindimensional begriffen und von rein ökonomischen Interessen determiniert. Diese ökonomischen Interessen mutieren dann sehr schnell zu scheinbar unveränderbaren naturgesetzlichen »Zwängen«, an denen das Individuum oder der einzelne (National-)Staat mit seiner Politik (scheinbar) sowieso nichts ändern können. Zunehmend ginge das Gefühl, das alles »auch ganz anders sein könnte«, verloren.

Es wird somit eine der Kernfragen sowohl der gesellschaftlichen wie auch der individuellen Zukunft sein, wer die Bilder einer zukünftigen Welt entwirft: der kommerzielle oder der öffentliche Sektor. Schon um diese Rolle für das Gemeinwesen wieder übernehmen und mit dem kommerziellen Bereich überhaupt konkurrieren zu können, bedarf es allerdings einer grundlegend neuen Positionierung und Stärkung der öffentlichen Kultureinrichtungen. Es steht also im genuinen Eigeninteresse der Gesellschaft, auch in Zukunft (beziehungsweise gerade um dieser Zukunft willen!) jenen Sektor zu erhalten, zu fördern und in seiner Organisation grundlegend zu reformieren, der ihr Selbstbeobachtung, Selbstreflexion und Selbstvergewisserung erst ermöglicht. Und die Wahrnehmung dieser Funktion muss Staat und Gesellschaft auch etwas wert sein – das heißt sie müssen einen Konsens darüber finden, dass die hierfür notwendigen Mittel bereit gestellt werden.

Es ist dabei keineswegs ausgemacht, dass das in öffentlicher Trägerschaft hergestellte Angebot das »Beste« ist (wie immer man die Kriterien hierfür festlegt). Umgekehrt ist damit auch nicht gesagt, dass das preiswerteste Angebot das »Beste« ist. Es ist aber sehr wohl möglich, eine Vielzahl von Prüfkriterien aufzustellen und dann zu entscheiden, wer vor Ort, gegebenenfalls mit öffentlicher Unterstützung, diese Angebote herstellt – eine Frage des offenen Wettbewerbes. (Es wäre unter diesem Gesichtspunkt auch einmal ganz unorthodox zu fragen, warum die Städte und Gemeinden scheinbar selbstverständlich Musik-, nicht aber Tanz- beziehungsweise Ballettunterricht anbieten. Dieser wird jedoch – scheinbar ebenso selbstverständlich – dem so genannten freien Markt überlassen. Doch woher kommt diese »Selbstverständlichkeit«? Alles eine Frage von hervorragender Lobbyarbeit?)

Oliver Scheytt (2005: 44) befasst sich in seinem *Kommunalen Kulturrecht* mit dieser Fragestellung unter juristischen Gesichtspunkten, wenn er zunächst die eine Grenze markiert: »Das ›Dass‹ kommunaler Kulturarbeit hat also pflichtigen Charakter. Jede Kommune muss auch Angebote zur kulturellen Betreuung ihrer Einwohner vorhalten. Damit wird eine bindende Ermessungsrichtlinie dahingehend aufgestellt, dass der Kulturbereich bei den Selbstverwaltungsentscheidungen in jedem Fall zu berücksichtigen ist.« Doch für Scheytt »unterliegt das ›Wie‹ zunächst grundsätzlich dem Ermessen der Kommune. Daraus ergibt sich auch, dass es keinen Bestandsschutz für eine ganz bestimmte Form von Kulturarbeit oder auch für einzelne Einrichtungen gibt, der jegliche Veränderung verwehrt.«

Für Scheytt ergibt sich aus der konstatierten »prinzipiellen Verpflichtung« zur Bereitstellung eines kulturellen Angebotes noch längst »nicht zwangsläufig, in welcher Form und in welchem *Umfang* eine Kommune Kulturförderung betreiben sollte« (Scheytt 2005: 44).

Er schreibt dazu aus dem Blickwinkel der Städte und Gemeinden ausdrücklich: »Wenn sich eine Kommune auf die Förderung privater Anbieter von Kulturveranstaltungen konzentriert und sie auf diese Weise ein vielfältiges Kulturangebot sicherstellen kann, kann sie damit auch dem Kulturauftrag gerecht werden. Die Sicherstellung der kulturellen Grundversorgung bedarf nicht notwendigerweise der Organisation der Kulturveranstaltungen durch das Kulturamt und die kommunalen Kultureinrichtungen.« (Scheytt 2005: 44) Aufgrund knapper werdender Mittel lassen sich hier also in Zukunft ganz neue Konstellationen der Zusammenarbeit von privatem und öffentlichem Sektor vorstellen.

Zusammenfassung

Was folgt aus alledem? Zunächst muss die öffentliche Hand, also konkret Bund, Länder und Kommunen, überall dort, wo sie mit öffentlichen Mitteln Kunst und Kultur fördern, in einem ersten Schritt ihre (kultur-)politischen Ziele klar und deutlich benennen und durch entsprechende Zielvereinbarungen mit den Zuwendungen erhaltenden Kultureinrichtungen absichern. Da der Staat beziehungsweise die Kommunen diese Subventionierung mit Steuergeldern (das heißt einem erzwungenen, zumindest teilweisen Konsumverzicht der Bürgerinnen und Bürgern) bezahlt, muss er zweitens dafür Sorge tragen, dass er durch die eingesetzten Mittel die höchst- beziehungsweise *bestmögliche Wirkung* erzielt. So heißt es im bereits zitierten *Subventionsbericht*: »Einer regelmäßigen und wirkungsvollen Erfolgskontrolle kommt dabei entscheidende Bedeutung zu. Dabei ist zu prüfen, ob und in welchem Umfang die betrachtete Maßnahme tatsächlich das gewünschte Ziel erreicht.« (19. Subventionsbericht: 42)

Dieser »Eingriff« in den Markt, den eine Subvention immer darstellt, sollte daher stets aufs Neue reflektiert und begründet werden. Schon 1992 hatte Gerhard Schulze – gegen den von ihm kritisierten »Rechtfertigungskonsens« – konstatiert: »Kulturpolitik verdient jedoch dieselbe skeptische Distanz wie jeder andere Versuch, in das Alltagshandeln oder in die Natur einzugreifen.«(1994: 496) Im Bereich von Kunst und Kultur scheint diese Logik bislang allerdings weitgehend außer Kraft gesetzt, das heißt der allzu kritiklose Appell an den »Kulturstaat« beziehungsweise der skizzierte »Rechtfertigungskonsens«, dass Kunst und Kultur immer nur gut und wichtig seien, verschleiert diesen klaren Zusammenhang von gewollter Zielsetzung einerseits und tatsächlich erreichter Wirkung andererseits.

Es genügt also längst nicht mehr, das Vorhandene nur ordentlich zu verwalten oder zu managen. Um ihre eigene Zukunft zu sichern, müssen die einzelnen Kultureinrichtungen selbst aktiv werden und im wohl verstandenen Eigeninteresse ihre »Runderneuerung« in Angriff nehmen. Sie müssen sich quasi selbst neu er-

finden, sich neu aufstellen, ihre Potenziale sehr viel besser als in der Vergangenheit und Gegenwart entfalten und sich strategisch neu positionieren. Kulturmanagement kann sie dabei unterstützen, ihnen allerdings nicht dabei helfen, diesen Wandel zu »wollen« – das müssen sie schon selbst tun!

In der Kulturpolitik scheint sich, wenn auch bislang eher zögerlich, ein Bewusstseinswandel zu vollziehen. So empfahl Oliver Scheytt (2006: 36) in einer viel beachteten Grundsatzrede anlässlich des dreißigjährigen Bestehens der *Kulturpolitischen Gesellschaft* im Sommer 2006, den Begriff der »*Neuen* Kulturpolitik« durch den der »*Aktivierenden* Kulturpolitik« abzulösen: »Es geht darum, dass der Kulturstaat als *aktivierender Kulturstaat* verstanden wird: Kommunale Selbstverwaltung, Kulturföderalismus und die Aktivierung der Kulturbürger sind die Leitvokabeln eines solchen Kulturpolitikverständnisses.« Und weiter: »*Aktivierende Kulturpolitik* erfüllt das Leitbild des aktivierenden Kulturstaates auf Basis eines öffentlichen Gestaltungsauftrages. Dazu gehören normative Entscheidungen, die sich in einer Programmatik ausdrücken, welche im Diskurs in der kulturellen Öffentlichkeit entwickelt wird.« Die normativen Entscheidungen hat die Kulturpolitik zu treffen; Kulturmanagement beschränkt sich darauf, diese normativen Vorgaben so effizient und effektiv wie möglich in die Wirklichkeit umzusetzen.

Diese Erkenntnisse sind indes keineswegs neu. Das, was für die bislang öffentlich getragenen Kulturbetriebe aus kulturmanagerialer Sicht vor allem notwendig ist, hatte die *Kommunale Gemeinschaftsstelle* (1989: 3) bereits im Jahre 1989 in aller wünschenswerter Klarheit (seinerzeit mit Blick auf die öffentlichen Theater) geschrieben. Das dort ganz grundsätzlich Gesagte kann für alle öffentlichen Kulturbetriebe gelten. Jeder einzelne öffentliche Kulturbetrieb – so die *KGSt* – »ist seiner Anlage nach ein *Betrieb*. Allerdings ist sein Betriebscharakter nur ansatzweise verwirklicht.« Leiterinnen und Leiter von öffentlichen Kultureinrichtungen sehen sich bislang allerdings sehr viel eher (oder so gar ausschließlich) als diejenigen, die für die »Inhalte« zuständig sind. Das führt vielfach dazu, dass sich die jeweilige Leitung »für die *wirtschaftliche* Steuerung des Betriebs auch nur eingeschränkt verantwortlich« fühlt. »Sie denkt eher *administrativ* als betriebswirtschaftlich.« Gegen die in so verfassten öffentlichen Kulturbetrieben zu beobachtende »Flucht in den Komfort der Gängelung statt verantwortlicher Selbststeuerung« setzte die *KGSt* seiner Zeit die programmatische Forderung, endlich auch die »*Betriebsnatur voll zu entfalten*«. Sie kommt zu dem Ergebnis, dass eine Stadt, die ihre Kultureinrichtungen »bei hohem künstlerischen Anspruch auch wirtschaftlich in der Hand behalten will, nur die Wahl hat, (sie) zu einem echten Betrieb zu machen«.

Genau darum geht es. Der öffentliche Kulturbetrieb der Zukunft braucht tatsächliches *Entrepreneurship*. Er benötigt – obwohl öffentlich abgesichert – »Unternehmertum« im Sinne von »schöpferischer Zerstörung, Invention, Innovation« (Joseph Schumpeter). Die Leiterinnen und Leiter öffentlicher Kultureinrichtungen dürfen sich nicht länger als »Behördenleiter« oder als die nur für »die Kunst« Verantwortlichen fühlen – sie müssen *Entrepreneurs* sein, bereit und entschlossen, mutig die Zukunftsaufgaben anzugehen.

»Wer nicht weiß, wo er hin will, darf sich nicht wundern, wenn er woanders ankommt«, wusste bereits Mark Twain. Schon seit Jahren ist die praktische Folge des weitgehenden Verzichts auf kulturpolitische Konzepte eine bloße Steigerung der »Menge der Produktion« (Drucker) und eine immer weiter reichende »*Diversifizierung des Angebots*, die mit einer erheblichen Unschärfe in der Zielsetzung einhergeht«, wie Heinrichs (2001: 23) schon vor Jahren kritisierte. Heinrichs weiter: »Staatliche und kommunale Kulturangebote können heute allem und jedem dienen. Natürlich dient Kultur immer einer Vielzahl von Zwecken und Zielen – gerade diese Farbigkeit macht ja ihren Reiz aus; aber wenn diese Vielfalt nur im Nachhinein achselzuckend konstatiert wird, spricht man wohl besser von Beliebigkeit als von einer stringenten Zielorientierung. Eine ziellose öffentliche Kulturförderung aber muss zwangsläufig scheitern, weil sie politisch nicht legitimierbar ist, und ein hemmungslos diversifiziertes Kulturangebot hat noch geringere Chancen, weil es nicht mehr finanzierbar ist.« Somit »ist eine Finanzierung der öffentlichen Kulturförderung nur möglich, wenn auch die *Ziele* knapp sind«.

Über kurz oder lang wird sich die Kulturpolitik die bislang so erfolgreich verdrängte Frage stellen müssen: Was sind denn eigentlich unsere Ziele und Visionen? Wie lässt sich das nach wie vor große finanzielle Engagement von Bund, Länder und Gemeinden im Kultursektor auf Dauer legitimieren? Und dann wird sich auch jede einzelne Kultureinrichtung die zentrale Existenzfrage stellen müssen: In welchem Geschäft sind wir eigentlich tätig (welche *Mission* haben wir)? Sehr schnell wird auch die viel entscheidendere, weil strategisch orientierte Frage gestellt werden müssen: In welchem Geschäft sollen und wollen wir zukünftig tätig sein (welche *Vision* haben wir)? Hieraus leitet sich die Legitimationsfrage ab: Warum hat die jeweilige Kultureinrichtung auch in Zukunft einen klar und explizit begründbaren Anspruch darauf, dass der Staat oder die Kommune ihr Handeln unterstützt beziehungsweise sogar trägt? Etwa nur deshalb, wie der alte »Rechtfertigungskonsens« glauben machen möchte, weil es sie bereits seit einigen Jahren oder Jahrzehnten gab? Das dürfte in Zukunft kaum noch ausreichen.

Literatur

Baecker, Dirk (2003): *Wozu Kultur?*, Berlin: Kadmos

Berger, Peter L./Luckmann, Thomas (1991): Die ges*ellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie*, Frankfurt am Main: Fischer

Burkhart, Günter (2004): »Niklas Luhmann: ein Theoretiker der Kultur?«, in: Burkhart, Günter/Runkel, Gunter (Hrsg.): *Luhmann und die Kulturtheorie*, Frankfurt am Main: Suhrkamp

Eagleton, Terry (2001): *Was ist Kultur?*, München: C. H. Beck

Eppler, Erhard (1975): *Ende oder Wende*, München: W. Kohlhammer

Geyer, Christian (2008): »Hände weg von unserer Kindheit«, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 4.2. 2008

Heinrichs, Werner (2001): »Weniger wäre mehr! Strategische Anmerkungen zur Zukunft öffent-

lich finanzierter Kulturangebote«, in: Heinrichs, Werner/Klein, Armin: *Jahrbuch für Kulturmanagement 2000*, Baden-Baden: Nomos

Hellmann, Kai-Uwe (2004): »Alles Konsum, oder was? Der Kulturbegriff von Luhmann und seine Nützlichkeit für die Konsumsoziologie«, in: Burkhart, Günter/Runkel, Gunter (Hrsg.): *Luhmann und die Kulturtheorie*, Frankfurt am Main: Suhrkamp

Kant, Immanuel (1978): *Kritik der Urteilskraft*, Frankfurt am Main: Suhrkamp

Knüsel, Pius (2003): »Der Teufel der Evaluation«, in: *Zeitschrift für Kulturaustausch*, Heft 4/2003

Kommunale Gemeinschaftsstelle (KGSt) (1989): *Führung und Steuerung des Theaters*, Köln

Luhmann, Niklas (1997): *Die Gesellschaft der Gesellschaft*, Frankfurt am Main: Suhrkamp

Luhmann, Niklas (1987): *Soziale Systeme. Grundriss einer allgemeine Theorie*, Frankfurt am Main: Suhrkamp

Muschg, Adolf (2003): »Die Akademie dankt«, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 10.9.2003

Peymann (2008): »›Andere lassen sich den Hintern vergolden.‹ Claus Peymann über Kapitalismus, seine Geschäfte mit Dieter Bohlen und wie er den Kündigungsschutz für Darsteller lockerte«, in: *Süddeutsche Zeitung*, 20./21.3.2008

Rifkin, Jeremy (2000): *Access. Das Verschwinden des Eigentums*, Frankfurt am Main: Campus

Rosenschon, Astrid (2005): *Finanzhilfen der Bundesländer in den Jahren 2000-2004: Eine empirische Analyse*, Kiel: Institut für Weltwirtschaft Kiel (Kieler Diskussionsbeiträge 422)

Scheytt, Oliver (2006): »Blick zurück nach vorn – Von der neuen zur aktivierenden Kulturpolitik«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 113 (II/2006)

Scheytt, Oliver (2005): *Kommunales Kulturrecht. Kultureinrichtungen, Kulturförderung und Kulturveranstaltungen*, München: C. H. Beck

Schlegel, August Wilhelm (1963): *Die Kunstlehre* (Kritische Schriften und Briefe, Bd. E), Stuttgart (hrsg. von Edgar Lohner)

Schulze, Gerhard (1994): *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*, Frankfurt am Main: Campus

Smith, Adam (1978): *Der Wohlstand der Nationen. Eine Untersuchung seiner Natur und seiner Ursachen*, München: dtv

Steinhoff, Martin (1992): »Vom Aussterben der Dinosaurier. Zur Zukunft des Musiktheaters«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 59 (IV/1992)

Steltzner, Holger (2008): »Boykott der Populisten«, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 21.1. 2008

Andreas Joh. Wiesand

Götterdämmerung der Kulturpolitik?

Anmerkungen zur Karriere der »Creative Industries«[1]

Als »Tage der Unruhe« waren sie angekündigt worden, und während der letzten Maiwoche 2008 wurde es in der Tat unruhig bei landesweiten Demonstrationen und anderen spektakulären Aktionen der tschechischen Initiative *Za Prahu kulturni* (»Für ein Prag der Kultur«). Stein des Anstoßes war eine von der konservativen Prager Stadtregierung verfügte Reform der kommunalen Kulturförderung, die von der Initiative und von bekannten Persönlichkeiten wie dem Dramatiker und früheren Staatspräsidenten Vaclav Havel als klare Benachteiligung nichtkommerzieller Kultureinrichtungen angesehen wird: Die Höhe der städtischen Subventionen richtet sich nun nicht mehr nach künstlerischen oder kulturpolitischen Kriterien, sondern danach, wie erfolgreich eine Einrichtung im vergangenen Jahr gewirtschaftet hat. Je mehr Eintrittskarten zum Beispiel durch ein Theater in der vergangenen Saison verkauft wurden, desto mehr Geld erhält die Bühne von der Stadt in der folgenden Spielzeit. Dieses Kriterium gilt dann für freie Ensembles ebenso wie für Großbetriebe der Kulturwirtschaft: ein kleines, experimentelles Theater wird also behandelt wie eine private Musical-Bühne, die sich an ein Massenpublikum richtet. In der Praxis führt die neue Reform schon jetzt zu großen Problemen bei einigen Prager Traditionsbühnen und selbst das renommierte internationale Tanzfestival *Tanec Praha* muss sich nun um Veranstaltungsorte außerhalb der tschechischen Hauptstadt bemühen, um den Verlust aufzufangen.

Drohen ähnliche Verhältnisse auch in Deutschland? Fast möchte man es glauben, sieht man das seit kurzem auch in der Politik hierzulande dramatisch gewachsene

1 Teile dieses Beitrags stammen aus einem bisher unveröffentlichten Vorbereitungstext des Autors für den 4. Kulturpolitischen Bundeskongress »kultur.macht.europa«, veranstaltet von der *Kulturpolitischen Gesellschaft* und der *Bundeszentrale für politische Bildung* in Kooperation mit der *Friedrich-Ebert-Stiftung (Forum Berlin)* am 7./8. Juni 2007 in Berlin. Ausführlicher dargestellt wurden verschiedene Forschungsergebnisse und Interpretationen auch im *5. Kulturwirtschaftsbericht NRW* (Düsseldorf, 2007), in einem Beitrag für *Aus Politik und Zeitgeschichte* (*APuZ* 34–35/2006) und in einem Referat beim 4. Treffen zu Kulturpolitik-Forschung im deutschsprachigen Raum, Zürich 19.5.2008.

Interesse für die so genannten *creative industries*. Gelegentlich, so der Eindruck in manchen wirtschafts- und kulturpolitischen Debatten, ist sogar von einem neuen »hype«, mindestens aber von einem wohlfeilen Schlagwort zu sprechen, verbinden sich mit diesem Begriff doch sehr weit reichende Erwartungen auf veränderte gesellschaftliche Arbeits- und Kommunikationsformen und zugleich auf kontinuierliches Wirtschaftswachstum. Ob in großen Stadtregionen, in Bundesländern oder in Berlin: Eine gezielte Förderung der Kultur- und/oder Kreativwirtschaft wird inzwischen – über die Wirtschafts- und Strukturpolitik hinaus – auch von Kulturpolitikern propagiert, so zum Beispiel im *Berliner Kulturwirtschaftsbericht* von 2005 oder Ende 2007 im Bericht der *Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland«* des Deutschen Bundestags.

Könnte es da nicht zu einer politischen Gemengelage ähnlich wie der in Prag kommen, vielleicht nur mit gewissen Verzögerungseffekten wegen der immer noch uneinheitlichen Vorstellungen über die Kreativwirtschaft bei uns und in anderen europäischen Ländern? Immerhin umfassen in der heute international besonders verbreiteten britischen Definition die *creative industries* sowohl öffentliche Institutionen wie auch kommerzielle Unternehmen des Kultur- und Medienbetriebs und darüber hinaus noch weitere Branchen wie die Software-Industrie oder die Werbung (wobei der kommerzielle Bereich natürlich klar dominiert). Geht es also eher um ein Schlagwort ohne praktische Relevanz oder muss sich die Kulturpolitik künftig umorientieren? Und falls dies bejaht wird: Kann eine kombinierte »Kulturwirtschaftspolitik« tatsächlich auch die Interessen der Kultur- und Medieninstitutionen mit öffentlichem Auftrag und ebenso die der Künstler berücksichtigen, also nicht nur globale Marktinteressen bedienen? Anders gefragt: Ist der »alte« europäische Kulturbegriff endgültig passé und auch eine auf dieser Grundlage operierende Kulturpolitik?

Über solche Fragen wird derzeit bei uns und anderswo heftig debattiert und teilweise sind durchaus Antworten möglich. Was bei aktuellen Plänen und Debatten besonders auffällt ist,

- dass man nun auch in Europa dazu übergeht, kulturelle Werte und Leistungen vor allem in monetären Kategorien und statistischen Trends ausdrücken zu wollen (der Verfasser kann leider nicht ausschließen, dass einige seiner Forschungsarbeiten in den letzten 38 Jahren ebenfalls im Sinne dieser Tendenz interpretiert werden); und
- dass auf die Frage nach den Zielen öffentlichen Engagements oft nur noch mit wirtschafts- und arbeitsmarktpolitischen Standardformeln geantwortet wird – vom wachsenden Kulturtourismus bis zu flexiblen beziehungsweise besonders »kreativen« Arbeitsmärkten – garniert vielleicht mit ein paar Management-Konzepten zur Effizienzsteigerung aus betriebswirtschaftlichen Arsenalen der *global player* und ihrer Berater.

Hier zeigt sich sogar die Washingtoner *Development Gateway Foundation* – eine Initiative der *Weltbank* – beunruhigt und ruft im Juni 2008 auf ihrem Internet-Portal zu einer Debatte über den mehr oder weniger unausweichlichen Marsch in die

»Global Monoculture« auf. In der Tat könnte es schon zum Nachdenken anregen, dass durch eine über Medien aller Art geförderte globale kulturelle Angleichung anscheinend mehr wirtschaftliche Ungleichheit bewirkt wird.[2] Andererseits ist das eigentlich keine neue Einsicht, denn schon 1955 hatte Claude Lévi-Strauss in seinen *Traurigen Tropen* diesen Marsch in die Monokultur vorgezeichnet.

Und wer möchte heute tatsächlich das Internet wieder abschaffen, das – obschon globales Medium par excellence – eben auch eine nie gekannte kulturelle Vielfalt bis in die letzten Wohnzimmer transportieren kann. Mit Nostalgie und bloßer Traditionspflege wird man jedenfalls kaum zu angemessenen Antworten auf die genannten und weitere aktuelle Themen der Kulturpolitik gelangen.

»Creative industries« und »creative class« – in verschiedenen Lesarten

Häufig wird die »Kulturwirtschaft« in einem Atemzug mit den *creative industries* beziehungsweise der »Kreativwirtschaft« genannt, oft auch schon in einem Begriff verbunden (so auch jüngst in einem statistischen Formelkompromiss von Bund und Ländern). Dabei gehen die dahinter verborgenen Konzepte von sehr unterschiedlichen Prämissen aus:

Konzepte der Kulturwirtschaft wurden in Deutschland in den achtziger Jahren des letzten Jahrhunderts zunächst vor allem in *Studien des Zentrums für Kulturforschung* (vgl. die Zusammenfassung von Ergebnissen solcher Studien für das Bundeskanzleramt in Fohrbeck/Wiesand 1989) und seit 1991 in den gemeinsam mit anderen Partnern wie dem *Büro STADTart*, der *Universität Dortmund* und dem *Arbeitskreis Kulturstatistik* entwickelten fünf Kulturwirtschaftsberichten für das Land Nordrhein-Westfalen vorgestellt. Soweit statistisch möglich, konzentrierten sie sich auf privatwirtschaftliche Betriebe im Kultur und Medienbereich sowie selbständige Künstler. In anderen Ländern – etwa in Frankreich – sind damit oft auch nur bestimmte »industrialisierte« Teilsektoren gemeint (vgl. etwa DEPS 2006).

Die *creative industries* spielten dagegen als Schlüsselbegriff erstmals im Rahmen der Wahlkampfstrategie der britischen *Labour Party* vor rund zehn Jahren eine wichtige Rolle und er wurde dann von der neuen Regierung übernommen (*Department for Culture, Media and Sport* 1998). Trotz des Begriffs »industries« (der in der englischen Sprache oft im weiteren Sinne, also zum Beispiel für größere Branchen verwendet wird) beziehen sich entsprechende Konzepte meist sowohl auf privatwirtschaftliche wie auf wichtige öffentliche Kultur- und Medienbetriebe und darüber hinaus oft auch auf Sektoren, die überwiegend nicht im bzw. für den Kultur- und Medienbereich produzieren (zum Beispiel die Software-Produktion).

2 »Economic globalisation, and the rules of the World Trade Organization (WTO), are homogenizing global cultures and values; soon every place may be just like every place else. Supposedly, this brings efficiency and growth: ›the rising tide lifts all boats.‹ Alas, it's only lifting yachts. A few decades ago, it was still possible to leave home and go somewhere else: the architecture was different, the landscape was different, the language, lifestyle, dress, and values were different. That was a time when we could speak of cultural diversity. But with economic globalisation, diversity is fast disappearing.« Zitiert nach: http://culture.developmentgateway.org/Forums, Juni 2008.

Obwohl für dieses Konzept – trotz sicher schon über 100 wirtschafts- und kulturpolitischen Konferenzen zu diesem Thema – bis heute keine einheitlichen Definitionen durchzusetzen waren, sind die *creative industries* heute in zahlreichen Ländern zu einem gelegentlich inflationär verwendeten Schlagwort geworden. Was seinen politischen Erfolg im Vereinigten Königreich betrifft, hat dies möglicherweise mit einem sozialpsychologischen Trick der Propagandisten dieses Begriffs zu tun: Nachdem sich die Werbewirtschaft schon einige Jahre zuvor mit dem Kreativitätsbegriff selbst aufgewertet hatte – seither wimmelt es dort von *creative directors* und dergleichen – wurde die bis dahin im Vereinigten Königreich nicht eben populäre, weil entweder mit dem Makel des Elitären (Kunst) oder, im Gegenteil, dem des *media trash* (Medien) behaftete Kultur- und Medienpolitik plötzlich durch »Kreativität« geadelt. Mit diesem Begriff ließen sich außerdem weit reichende Erwartungen auf wirtschaftliche Dynamik gut verknüpfen. Nur zu verständlich: Wer möchte sich nicht gerne mit dem Etikett »kreativ« schmücken und dabei zugleich wirtschaftlichen Erfolg signalisieren, zumal sich letzterer in manchen – keineswegs allen – Teilbranchen des Kultur- und Medienbetriebs ja immer wieder mal einstellt (derzeit vor allem bei den Designern von Computerspielen)?

Eine erste Lesart des Begriffs *creative industries* oder »Kreativwirtschaft« wäre es damit, dass inzwischen die Maßstäbe für Kreativität vor allem aus der Werbung, pardon: aus der »kreativen Kommunikation« stammen. Dieser Eindruck drängt sich in der Tat auf, wenn man zum Beispiel die Ankündigungen des *Art Directors Club für Deutschland* zum »Gipfel der Kreativität in Berlin« vom 9. bis 14. April 2008 liest: Mit Branchenprominenz wie Karl Lagerfeld sollten sich hier »Deutschlands Kreative, Medien- und Markenmacher in den Premium-Hallen« treffen, um »die besten kreativen Arbeiten des Jahres in 46 Kategorien« im Rahmen einer »glamourösen Gala« auszuzeichnen. *Art Directors*? Nein, das sind nicht die Leiter von Kunsthallen, sondern selbsternannte »Kommunikationskünstler«, die – je nach Perspektive – das Glück oder Pech haben, Werbestrategien für *Maggi* oder Magdeburg professionell ins Bild setzen zu dürfen.

Eine andere Lesart – und auch sie breitet sich aus wie ein Buschfeuer – sieht diese Dinge mehr in globalen, makroökonomischen Kontexten: bei der *Creative Economy* beziehungsweise den *Copyright Industries* geht es dann gar nicht mehr in erster und meist auch nicht in zweiter Linie um Kultur oder Medien, um Künstler, Architekten oder Journalisten, sondern um die Industrialisierung der Kreativität als eines wirtschaftlichen Schlüsselfaktors schlechthin. Der Hauptvertreter dieser Richtung, der englische Ökonom John Howkins (2001), sieht zum Beispiel recht klar, dass sich das Urheberrecht und verwandte Schutzrechte heute – weit weg von ihren ursprünglichen Zielsetzungen – zu einem ökonomischen Potenzial erster Ordnung für große Unternehmen und ihre Marken entwickelt haben: Bei vielen Konzernen, von *Microsoft* bis *Amazon*, stellt das Copyright durch seine Abwehr von Konkurrenten selbst dann die wichtigste Geschäftsgrundlage dar, wenn sie keine originären Kulturproduzenten sind (während es für die Mehrzahl der Künstler nur eine geringe wirtschaftliche Bedeutung hat). Howkins dient aber auch das

britische Patent für die Technik, die beim Klonen des Schafes Dolly zum Einsatz kam, als Beispiel dafür, was heute unter »Kreativität« zu verstehen sei.

Der Vollständigkeit halber muss auch noch die dritte derzeit in der Politik populäre Variante erwähnt werden, die in mancher Hinsicht mit der eben genannten verwandt ist, die sich aber an einer Klassifizierung beruflicher Tätigkeiten in allen Bereichen von Wirtschaft und Gesellschaft als mehr oder weniger »kreativ« versucht. Prominentester Vertreter dieser Richtung ist der amerikanische Ökonom Richard Florida (2002) mit seiner Idee vom Aufstieg einer *creative class*. Florida sieht schon rund 30 Prozent der Erwerbstätigen in den USA als Angehörige dieser neuen Klasse, zu der er so unterschiedliche Berufe wie Atomphysiker, Supermarktleiter, Journalisten oder Sicherheitsbeamte rechnet.

CIA-Agenten und Künstler in einem Boot? Der bekannte Künstler Jochen Gerz unternimmt derzeit den wagemutigen Versuch, diesen zunächst bizarren Gedanken aus ökonomischen Verwertungsprozessen oder aus den von Florida angestachelten Städtekonkurrenzen um globale Kapitalströme zu lösen und dabei auf seine Realisierbarkeit vor Ort hin zu überprüfen. In seinem für die europäische Kulturhauptstadt 2010 entwickelten Projekt »2–3 Straßen« erinnert Gerz an die, schon vor einigen Jahrzehnten diskutierte, Utopie einer »Kulturgesellschaft«, die prinzipiell von allen Bürgern mit Leben erfüllt werden soll. Entsprechend will er, durch die Verteilung vernetzter Laptops an potenziell alle Bewohner der am Projekt beteiligten Straßen in drei Städten des Ruhrgebiets, »den Ausdruck der Gesellschaft selbst« über »die Autorschaft von theoretisch allen« an einem gemeinsamen Text inszenieren.

Sind die creative industries eigentlich politikfähig?

Was die Diskussion über Konzepte wie Kultur- und/oder Kreativwirtschaft gelegentlich erschwert, ist dass die notwendigen statistischen Verbesserungen und begrifflichen Harmonisierungen in Europa oft nicht ausreichend daraufhin abgeklopft werden, ob die gefundenen Kompromisse dann am Ende auch zu Ergebnissen führen, die in sinnvolle politische Aktionen münden können.

Dabei gibt es keinen Zweifel: Beim Thema »Kultur-/Kreativwirtschaft« sind noch viele Methodenfragen mit Statistikern, Wirtschafts- und Behördenvertretern, Verbänden sowie unabhängigen Fachleuten aus den verschiedenen europäischen Ländern zu klären. So ist es unter anderem wegen neuer statistischer Systematiken, aber auch der vielfach prekären Lage von KünstlerInnen schwieriger geworden, erwerbswirtschaftlich definierte Betriebe und Existenzen präzise mit amtlichen Daten abzubilden. Definitionen müssen – und können nach dem heutigen Stand der Technik – so offen und flexibel sein, dass sie Querverbindungen angemessen berücksichtigen und, je nach Art der Fragestellung oder Aufgabe, erweiterungsfähig bleiben. Dies betrifft auch die zunehmenden grenzüberschreitenden Verbindungen und Austauschbeziehungen, Konzentrationstendenzen und ebenso neue, ökonomisch relevante Arbeitsfelder. Weniger wichtig ist dann im Grunde der gewählte

Sammelbegriff für die als zusammengehörig erkannten Kategorien, so lange er nur in einer stimmigen Formulierung alle mit Kultur und Medien im weiteren Sinne verbundenen Aktivitäten berücksichtigt. Dass »Kultur- und/oder Kreativ*wirtschaft*« dies vermöchte, darf aber bereits hier bezweifelt werden. Private, öffentliche und informelle Angebote, ihre unterschiedlichen Aufgaben, Maßstäbe und Probleme, müssen auch in Zukunft möglichst klar erkennbar bleiben, möglicherweise sogar noch stärker überprüfbar werden, wie die jüngste medienpolitische Debatte um die Internetauftritte von *ARD* und *ZDF* zeigt. Viele Berichte und Bestandsaufnahmen der letzten Jahre fördern diese Art der Transparenz leider nur unzureichend. Doch selbst dann, wenn im Inhalt sorgsam zwischen erwerbswirtschaftlichen und öffentlichen Leistungen unterschieden wird, kommt die Publikation im Haupttitel oft immer noch als »Kultur*wirtschafts*bericht« daher (so etwa bei ICG Culturplan/NIW 2007).

Gravierender ist aber wohl der Einbruch der angelsächsischen Begriffswelt: Obwohl er die Beschäftigung mit Konzepten der Wissens- und Kreativökonomie als durchaus anregend für die Kulturpolitik empfindet, erkennt zum Beispiel Dieter Haselbach doch, dass es sich bei Konzepten wie den *creative industries* (oder »*creative* clusters«) eigentlich um einen britischen »Sonderweg« (Haselbach 2006: 19) handle, und dass jedenfalls »die Kategorie Kreativwirtschaft für eine zielgenaue politische Förderung zu grob ist«.

Zwar steht diese Diskussion noch am Anfang, doch soll in *Übersicht 1* ein erster Versuch unternommen werden, einige der gängigen Termini auf ihre Politikfähigkeit hin etwas abzuklopfen (*siehe Übersicht 1, rechte Seite*).

Unter allen bisher erwähnten Begriffen bereiten die *creative industries* – jedenfalls in Mitteleuropa – im Grunde die größten Probleme für eine angemessene Zuordnung zu konkreten politischen Arbeitsfeldern: Durch die Ausweitung zum Beispiel in Richtung auf allgemeine Software-Unternehmen und die Werbung sind unter diesem Begriff zumindest Politikansätze aus einem Guss eher unwahrscheinlich (dazu mag es in Großbritannien und den Niederlanden andere Erfahrungen geben; allerdings wird auch dort häufiger eine Politik der regionalen »creative clusters« oder spezifischer kulturwirtschaftlicher Branchen verfolgt, während die *creative industries* wohl eher als Kategorie für die Ermittlung statistischer Trends wichtig sind).

Interessant ist, dass die Kategorie *Kulturwirtschaft* durchaus auch für die *Kulturpolitik* relevant sein kann. Eines ihrer möglichen, bisher aber kaum wahr genommenen Aktionsfelder liegt in einer ausgleichenden Strukturpolitik. So sind etwa für Bildende Künstler eine lebendige Szene mit Galerien, Werkstätten oder Kunstmagazinen ebenso wichtig wie öffentliche Qualifizierungs- und Ausstellungsmöglichkeiten oder das Engagement von Kunstvereinen. Private Firmen der Kulturwirtschaft stehen also in – im besten Fall: komplementären – Wechselbeziehungen mit Leistungen öffentlicher Kultur- und Medienbetriebe, solchen von Förderern und Bildungseinrichtungen, mit individuellen oder bürgerschaftlichen Initiativen u.a.m. Es gibt Beispiele dafür, dass sich solche Querverbindungen

Übersicht 1: Kulturell oder kreativ, Wirtschaft oder Szene: Welche Politik nützt wem?

Begriff	Ebenen der Politik	Mögliche politische Aktionsfelder
Künstler/Kreative »Szene« (incl. Designer, Manager etc.)	Überwiegend örtlich/ regional (Standortpolitik)	Infrastrukturen (Kommunikationsorte und -medien) Kulturförderung Bildungsangebote
Kultur- und Medien-Branchen (– Cluster, »Kreativsektor«)	A. Örtlich/Regional (Standortpolitik) B. National (Wettbewerbspolitik)	A. Infrastrukturen (Flächen, Quartiere, Verkehr etc.) Finanzierung/Auftragswesen (in einigen Branchen auch auf nationaler Ebene, zum Beispiel Film) B. Rechtliche Rahmenbedingungen (Steuern etc.)
Kulturwirtschaft (erwerbswirtschaftlich, incl. selbständige Künstler)	A. Regional (Standortpolitik) B. Europäisch	A./B. Wirtschafts-/Arbeitsmarktpolitik, Qualifizierung A. Kulturpolitik (komplementär/strukturell)
Creative Industries/ Knowledge Economy	Unklar (trotz unterschiedlicher Definitionen aber in Europa zum Beispiel bei statistischen Vergleichen häufig genutzte Begriffe)	Allg. Wirtschafts- und Technologiepolitik? (Problem: Branchen-Ungleichgewicht! Mangelnde Einbindung der Mikro-Firmen)
Creative Economy	Global (praxisnah nur für Großunternehmen)	Freihandelspolitik (zum Beispiel G8) Entwicklungspolitik zum Beispiel UNCTAD) Rechtliche Standards zum Beispiel universelles Copyright)

durch das Zusammenführen verschiedener politischer Zuständigkeiten unter Beteiligung oder sogar Federführung der Kulturpolitik fördern lassen, auf kommunaler Ebene naturgemäß durch eine kulturfreundliche Stadtentwicklungspolitik.

Das verbindende Element für verschiedene Politikansätze sind vor allem die Künstler und andere »kreative« Kultur- und Medienberufe, die in fast allen diesen Bereichen tätig werden oder mit ihnen kooperieren und sie durch Innovationen bereichern. In diesem Sinne könnte man, wie in *Übersicht 2* (*Seite XX*) dargestellt, statt von Kreativwirtschaft vielleicht eher von einem »Kreativsektor« sprechen, der alle öffentlichen, privaten und informellen Akteure und Arbeitsbereiche umfasst, diesen aber ihre unterschiedlichen Ziele und Rollenverständnisse belässt.

In einem Forschungsüberblick für die *European Cultural Foundation*, Amsterdam (Wiesand/Söndermann 2005) haben der Verfasser und Michael Söndermann 2005 festgestellt, dass sich dieser langsam europaweit integrierende Kreativsektor bisher noch sehr *arbeitsintensiv* darstellt: Die kombinierten Arbeitsmärkte für Kultur und Medien brachten es nach den damaligen Erkenntnissen zu Beginn des Jahrtausends in 31 europäischen Ländern (EU-Staaten, EFTA) auf über 5 Millionen Menschen. Zum Vergleich: In den USA lag diese Zahl nur bei rund 2,5

Millionen. Dagegen war das Brutto-Umsatz- beziehungsweise Haushaltsvolumen des Kreativsektors im gemeinsamen europäischen Markt mit rund 400 Milliarden Euro (circa 23 Prozent davon durch öffentliche Einrichtungen, einschließlich Rundfunkanstalten) ähnlich wie beim Vergleichssektor in den Vereinigten Staaten.

Während die Europäische Union im »Lissabon-Programm der Gemeinschaft« (Juli 2005), das »Innovationen, Wachstum und Beschäftigung« in der EU fördern soll, die Kulturwirtschaft noch aussparte, mehren sich inzwischen die Hinweise auf ein Umdenken: Nationale Regierungen und die EU sind in der Tat gefordert, durch neue Programme und Maßnahmen bessere Bedingungen für die Weiterentwicklung und die Wettbewerbsfähigkeit des Kreativsektors – und hier auch der Kulturwirtschaft – zu schaffen, ohne die kulturelle Vielfalt als Markenzeichen Europas zu beschädigen und die Künstler nicht für andere Zwecke zu instrumentalisieren. Aufgaben für die EU und ihre Mitgliedsländer bestehen etwa beim Ausgleich globaler Marktverzerrungen und Abhängigkeiten, in der Berücksichtigung kultureller Potenziale bei der Reform der Strukturfonds, in der Harmonisierung gesetzlicher und sozialer Rahmenbedingungen für Künstler und generell in der Verbesserung der Transparenz in diesem komplexen Bereich.

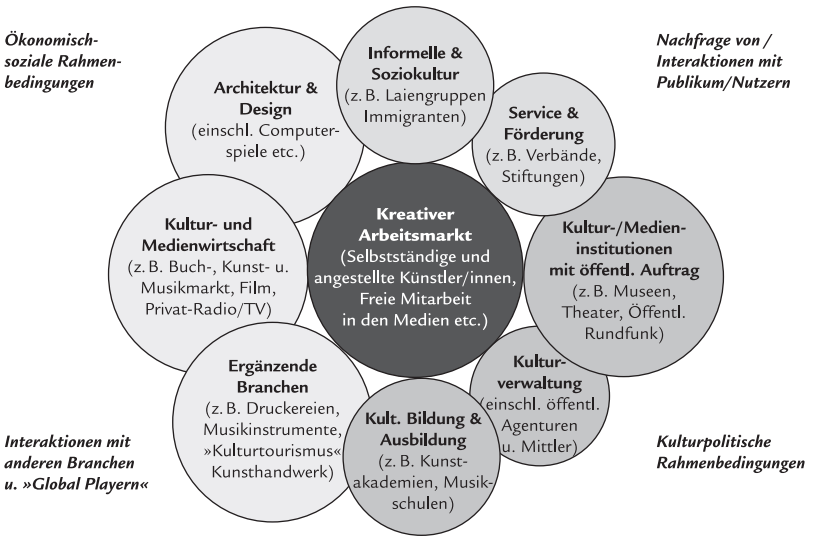
Kaisers neue Kleider? Ernüchterung!

Dass in manchen kulturökonomischen Begriffsfindungen viele Äpfel mit Birnen und auch ein paar Quitten und saure Gurken in einen Topf geworfen werden, mag heute vielleicht nur noch jene kleine Schicht von Ästheten schmerzen, die auf Unterschiede zwischen künstlerischer Arbeit und den Produkten der Hersteller von Büro-Software oder den Hervorbringungen der Werbewirtschaft pochen.

Kulturpolitisch gravierender ist wohl, dass in einigen Lesarten der »Kreativwirtschaft« – in Deutschland zum Beispiel in den *Hessischen Kulturwirtschaftsberichten* im Gegensatz zu denen aus Nordrhein-Westfalen – durch die begriffliche Vereinnahmung von Kultureinrichtungen und Medienangeboten mit öffentlichem Auftrag unter rein wirtschaftlichen Vorzeichen ein bisher in globalen Auseinandersetzungen zum Beispiel mit der *Welthandelsorganisation* (*WTO*) mindestens halbherzig verteidigtes *Europäisches Konzept von Kultur- und Medienpolitik* in Frage gestellt wird, immerhin ein Baustein der neuen UNESCO-Konvention über »den Schutz und die Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen« (2005), auf die doch von Kulturpolitikern sonst so gerne verwiesen wird. Danach sind die Anforderungen an öffentliche oder öffentlich geförderte Kultur- und Medienangebote grundsätzlich nicht identisch mit denen von Privatfirmen, die ohne solche Förderung auskommen, sich also am Markt refinanzieren können.

Gerade für kommunal oder staatlich getragene Einrichtungen, aber auch für die Fülle freier Initiativen und für öffentlich geförderte Projekte oder Veranstaltungen ohne kommerzielles Potenzial ist es daher wichtig, dass sie ihren – bisher leider häufig unzureichend formulierten – öffentlichen Auftrag nicht durch

Übersicht 2: Kultur und Medien (der »Kreativsektor«) in europäischer Perspektive



Quelle: Wiesand 2006. Entwickelt nach Modellen aus einem Forschungsüberblick für die *European Cultural Foundation*, Amsterdam (2005, mit M. Söndermann), verschiedenen Beiträgen auf der Unesco-Konferenz »The International Creative Sector« (Austin, 2003), *NRW- Kulturwirtschaftsberichten* (1992–2007) u. a.

schlechte Kopien kommerzieller Angebote gefährden, sondern zum Beispiel als *künstlerisch-publizistische Profilbildung* und als *Aufgabe der aktiven Vermittlung* dieses Profils an ein vielgestaltiges Publikum erkennen und wahrnehmen. Selbstverständlich dürfen, ja müssen sogar solche, der kulturellen Vielfalt dienende und aus diesem Grund geförderte Angebote ebenfalls Formen des Marketing nutzen und in ihrer Organisation transparent beziehungsweise professionell sein, damit sie solche Aufgaben überhaupt erfüllen und tatsächlich mehr »kulturelle Öffentlichkeit« mobilisieren können. Was sie dagegen vermeiden müssen, ist eine Anpassung ihrer Angebote allein an gängige Markt- und Nachfragetrends.

Eine mindestens ebenso gravierende Schieflage der Debatte um *creative industries* sind die damit häufig verknüpften ökonomischen Heilserwartungen. Selbst wenn sie inzwischen schon auf Hochglanzbroschüren verbreitet werden, sind sie in Europa eher fern der Realität:

- Auf die meisten Betriebe der Kulturwirtschaft passt das Etikett »Industrie« nicht einmal als Metapher; vielmehr sind sie als *kleine und Kleinst-Firmen* (»micro-businesses«) zu charakterisieren. Normalerweise werden sie von ihren Eigentü-

mern selbst geführt, die durchschnittliche Betriebsgröße liegt unter fünf Mitarbeitern. Wachstumsraten bei den Arbeitsplätzen sind hier längst nicht mehr so hoch wie in den 1990er Jahren. Das größte Problem dieser Struktur ist ihre *Unterkapitalisierung*, was zum Beispiel notwendige Investitionen für das Marketing oder die technische Ausstattung be- oder verhindert. Oft genug beruht Wachstum hier auf Verdrängungswettbewerb oder *Kannibalisierung*, wird auf dem Rücken der Inhaber und Mitarbeiter der Galerien, Buchhandlungen Musiklabels, Designbüros, TV-Produzenten und anderer solcher Kleinbetriebe ausgetragen.

- Auch die Assoziation von Kultur- und/oder Kreativwirtschaft mit ungebremstem Wachstum führt in die Irre. Vielmehr zeigen Studien in verschiedenen europäischen Ländern, dass es hier in Einzelbranchen und häufig auch insgesamt zu besonders deutlichen Ausschlägen in Erträgen und bei der Nachfrage nach Arbeitskräften nach oben wie nach unten kommt – und zwar oft unter Vorwegnahme der jeweiligen *Konjunkturzyklen*. Die *Übersicht 3* (*rechte Seite*) illustriert dies am Beispiel von Nordrhein-Westfalen.

Sicher steht am Beginn einer Marktentwicklung in einer Branche, derzeit etwa bei den Computer-Games, oft ein stürmischer Aufwärtstrend, doch sind in so volatilen und sich ständig verändernden Märkten derartige Erfolge nun einmal nicht auf Dauer zu stellen, schon gar nicht Branchen übergreifend. Deshalb wäre es im Grunde selbst für wirtschaftspolitische Entwicklungsstrategen wenig ratsam, in ihren Programmen allein oder primär auf die Kreativwirtschaft zu setzen, es sei denn, man hat die gleiche Freude am spekulativen Spiel wie derzeit das globale Ölbusiness.

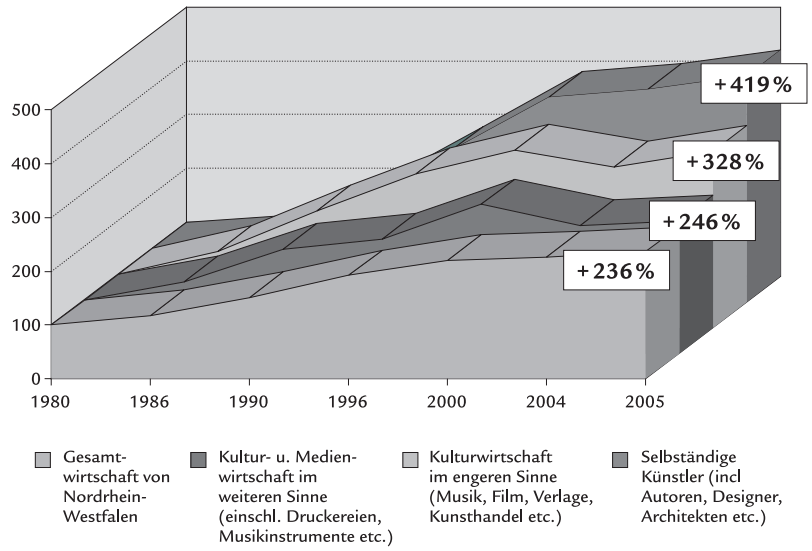
Dagegen ist es, wie zuvor schon dargestellt, keineswegs ausgeschlossen, dass sich zum Beispiel die kommunale oder regionale *Kulturpolitik*, wenn ihr entsprechende Mittel dafür zur Verfügung stehen, qualitativ herausragenden Entwicklungen und besonderen Vermittlungsleistungen in einzelnen Betrieben der privaten Kulturwirtschaft fördernd annimmt; damit bezweckt sie dann aber normalerweise das Gegenteil dessen, was Wirtschaftspolitik anstrebt, die primär den (aktuellen oder potenziellen) ökonomischen Erfolg zu prämieren sucht.

Fazit: Kulturpolitik bleibt wichtig!

Diese kurze Darstellung hat versucht, Grenzen der Übertragbarkeit aktueller, international diskutierter ökonomischer Konzepte und Begriffskonstrukte im Aufgabenbereich der Kultur- und Medienpolitik zu markieren. Vorsicht ist hier oft bereits aus semantischen Gründen geboten:

Einrichtungen und Dienstleistungen, die von der Öffentlichen Hand getragen werden oder ausdrücklich einem öffentlich-rechtlichen Regime unterliegen, wie etwa die Stadtbibliotheken oder der öffentlich-rechtliche Rundfunk, sollten normalerweise als das bezeichnet werden, was sie sind und nicht als »Wirtschaft«, ob nun mit oder ohne schmückende Etiketten wie »Kultur« oder »kreativ«. Andererseits spricht der private oder gewerbliche Rechtsstatus eines Kulturbetriebs keines-

Übersicht 3: Umsatztrends in der Kultur- und Medienwirtschaft von Nordrhein-Westfalen: Starke Reaktionen auf Konjunkturzyklen
(1980 = 100 %)



Quelle: 5. NRW-Kulturwirtschaftsbericht, 2007

wegs notwendig gegen eine öffentliche Förderung aus kulturpolitischen Quellen, solange Qualität oder Engagement jenseits gängiger Marktentwicklungen geboten werden. Wirtschaftliche Erfolge der so Geförderten sind dabei zwar nicht einzukalkulieren, andererseits – vor allem über einen vermehrten Publikumszuspruch – auch nicht auszuschließen.

Noch wichtiger sind hier aber wohl (kultur-)rechtliche und politische Erwägungen: Vor dem Hintergrund der bisherigen, vor allem durch das Grundgesetz bestimmten *Rechtslage in Deutschland* hatte das Bundesverfassungsgericht dazu vor über 30 Jahren in einem bis heute Maßstäbe setzenden Urteil festgestellt, dass es durchaus einen »staatlichen Auftrag zur Sicherung der Kunstfreiheit« gibt. Er sei zu interpretieren als »Aufgabe, ein freiheitliches Kunstleben zu erhalten und zu fördern«. Wer oder was dabei zu unterstützen sei, hinge allerdings primär von der »wirtschaftlichen Kraft« der potenziell zu Fördernden ab, also ihrer Fähigkeit zur Selbstfinanzierung am Markt, unabhängig vom Rechtstatus. Angebote, die dies aus eigener Kraft könnten, seien nicht öffentlich zu alimentieren, da sonst »die – stets nur beschränkt verfügbaren – staatlichen Mittel der wirksamen Förderung wirklich förderungsbedürftiger künstlerischer Leistungen entzogen« würden. (»Schallplatten-Urteil« vom 5.3.1974, *NJW* 1974, S. 689–692) Das Gericht hat übrigens den

Kunstbegriff im Urteil recht weit definiert, ob dieser aber all das einschließt, was heute unter »Kreativwirtschaft« geführt wird, darf bezweifelt werden. Auch in anderen Urteilen, etwa zur Rolle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, wurde vom Gericht eine Grenze zwischen dem mit entsprechenden Auflagen öffentlich Geförderten und einem weniger oder überhaupt nicht regulierten Kommerz gezogen, der sich durch die Art seiner Angebote normalerweise selbst finanzieren kann.

Hier müssen wir uns schon entscheiden: Folgt man weiterhin dieser Interpretation, wäre eine reine Marktförderung à la Prag jedenfalls unter kulturpolitischen Vorzeichen bei uns kaum denkbar – immer unterstellt, natürlich, dass Kulturpolitiker ihre rechtlichen Spielräume (noch) kennen oder sich überhaupt darum scheren. Dass dies durchaus eine Gratwanderung sein kann, sei hier gar nicht bestritten und könnte am Beispiel der Filmförderung besonders gut diskutiert werden (die sich ihrer Sonderrolle mit dem oft eingesetzten Förderinstrument des »bedingt rückzahlbaren Darlehens« aber durchaus bewusst ist).

Man kann allerdings auch zu dem Schluss kommen, dass viele Kulturpolitiker und feuilletonistische Feingeister schon viel zu lange die – schon immer relevanten – Beziehungen zwischen Geist und Geld, zwischen Kunst und Technik oder zwischen transnationalen kulturellen Einflüssen und der Entwicklung örtlicher Kreativitätspotenziale verschlafen oder verdrängt haben. Nun sitzt der Schock über die sich rasant verändernden sozio-kulturellen Verhältnisse auch in den westlichen Ländern tief, nun versuchen manche, auf längst abgefahrene Züge aufzuspringen, und sei es nur den vom dynamischen Wirtschaftswachstum durch *creative industries* – ein Traum, der sich im globalisierten wirtschaftlichen Umfeld ja niemals erfüllen kann, wenn alle überall das Gleiche tun! Ob sie dabei das Kind mit dem Bade ausschütten (können) und damit zugleich fremde und ihre eigenen Existenzen oder Positionen aufs Spiel setzen, sollte nicht allein von ihnen selbst bestimmt werden.

Literatur

Department for Culture, Media and Sport (1998): *Creative Industries Mapping Document*, London

DEPS (2006): *Aperçu statistique des industries culturelles,* Paris

Florida, Richard (2002): *The Rise of the Creative Class – and how it's transforming work, leisure, community and every day life*, New York: Basic Books

Fohrbeck, Karla/Wiesand, Andreas Joh. (1989): *Von der Industriegesellschaft zur Kulturgesellschaft?*, München: C. H. Beck

Haselbach, Dieter (2006): »Kunst, Wirtschaft, Kreativität – Ein britischer Sonderweg«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 112 (I/2006), S. 19–20

Howkins, John (2001): *The Creative Economy. How people make money from ideas*, London: Penguin

ICG Culturplan/NIW (2007): *Kulturwirtschaftsbericht Niedersachsen*, Berlin/Hannover

Wiesand, Andreas J. (2006): »Kultur- oder ›Kreativwirtschaft‹: Was ist das eigentlich?«, in: *Aus Politik und Zeitgeschichte (ApuZ)* 34–35/2006, S. 8–16

Wiesand, Andreas J./Söndermann, Michael (2005): *The »Creative Sector« – An Engine for Diversity, Growth and Jobs in Europe*, Amsterdam

Dieter Gorny, Oliver Scheytt

Im Wandel begegnen wir unserer Kreativität

Zur Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft durch die Europäische Kulturhauptstadt RUHR.2010

Wir erleben momentan einen Umbruch ganz grundsätzlicher Natur. Denn wir stehen vor der Auflösung bestehender Strukturen in Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und auch in der Kultur. Triebfeder hierfür ist die Globalisierung. Sie zwingt uns, neue Wege zu gehen bei der Entwicklung von Volkswirtschaften und bei der Wertschöpfung. Auch für den Kulturbereich verlangt uns die Globalisierung ein neues Verständnis ab.

Was hat das mit Kreativität zu tun? – Eine ganze Menge. Die weltweiten Entwicklungen stellen den Status quo auf den Prüfstand – gerade in wirtschaftlichen Belangen. Schon jetzt stellt kaum noch ein Viertel der Beschäftigten in Deutschland etwas Gegenständliches her. Ganz Europa befindet sich in einem Transformationsprozess. Der Titel dieses Prozesses lautet: von der Industriegesellschaft zur Wissensgesellschaft und zu einer Kulturgesellschaft. Immer mehr Menschen entdecken ihre kreativen Fähigkeiten. Immer mehr Menschen werden von Konsumenten zu Produzenten. Immer mehr Menschen werden zu Kreativen.

Drei Faktoren sorgen für die rasante Geschwindigkeit bei dieser Entwicklung: der anthropologische Faktor der Individualisierung, der ökonomische Faktor der Globalisierung und der technologische Faktor der Digitalisierung. Diese weltweiten, tief greifenden Veränderungen stellen das Gewohnte in Frage. Dies erzeugt einerseits Angst – ist andererseits auch eine enorme Chance, die wir nicht nur nutzen *sollten*, sondern schlicht und ergreifend nutzen *müssen*. Und zwar für wachsende Kreativität, für urbane Entwicklung, für Mehrwert, für Arbeitsplätze und damit für steigenden wirtschaftlichen Wohlstand.

Im Mittelpunkt für Deutschland steht dabei die Kreativindustrie. Die Kreativindustrie muss Leitmarkt und damit Impulsgeber für die künftige Wertschöpfung werden. Dafür sind mehrere Faktoren aber unabdinglich: Fortschritt und Wandel, Mut und Respekt.

Fortschritt und Wandel

Es vergeht kein Tag, an dem nicht irgendwer irgendetwas zu irgendeiner (vermeintlich) für die Gesellschaft lebensnotwendigen Forderung erklärt. Doch hier geht es nicht um ein x-beliebiges Thema. Es geht um die seismische Verschiebung weltweiter Wirtschaftsaktivitäten. Eines ist mehr als sicher: Das, was als Herausforderung der Globalisierung etwa aus China und Indien auf Europa zurollt, darf nicht ignoriert werden. Das weltweite Tempo der technologischen Entwicklung war nie so hoch wie heute. Und die technologischen Eroberungen verändern den Alltag, das Verhalten und damit auch die Kultur und das Denken eines jeden – ob in Bombay oder Berlin, ob in Moskau, New York, Rio oder Sydney.

Dieser Überzeugung ist man auch in Europa. Tessa Jowell, viele Jahre englische Ministerin für Kultur, Medien und Sport, plädierte schon vor mehreren Jahren leidenschaftlich, dass wir uns in Europa darauf konzentrieren müssen, wo unsere Stärken liegen. Diese liegen nicht mehr in der Handelsstrategie »Produziere-große-Mengen-und-verkauf-sie-billig«. Das können andere besser – etwa aufstrebende Länder wie China und Indien. Die Chance für Europa liegt in den Köpfen der Menschen – sie liegt in der Idee, in einer Wertsteigerung durch Innovation und Kreativität. Und sie liegt in den Werten unserer Kultur und unserer Tradition. Das bestätigen heute alle renommierten Ökonomen. Ideen und Kreativität werden das wichtigste Wirtschaftsgut des 21. Jahrhunderts sein. Doch in der Vergangenheit war das nicht immer so. »Im Laufe der Geschichte waren die Kreativen vor allen Dingen: Außenseiter, Verrückte, Spinner, Irre, die man zu Lebzeiten gern an den Rand der Gesellschaft drängte – um von ihren Ideen auch noch lange nach ihrem Ableben prächtig leben zu können«, schrieb Wolf Lotter in der Maiausgabe 2007 des Wirtschaftsmagazins *brand eins*. Der Anteil der Kreativen an der Gesellschaft sei immer klein gewesen – ihre Rolle, wenn es um Fortschritt, Erfindung, Entdeckung und Kultur ging, aber umso größer.

Eine Idee kann man nicht anfassen. Sie ist Abstraktion – also nichts Gegenständliches. Doch gerade darin steckt eine Chance für die künftige Wertschöpfung in Europa und in Deutschland. Das Land der Ingenieure ist auch das Land der Musiker, Dichter und Denker. Hierzulande gibt es eine Menge Know-how, Ideen und Innovationen. Doch diese müssen einen Nährboden finden, auf dem sie wachsen und gedeihen können. Inhalte sollten den gleichwertigen Stellenwert besitzen wie technische Innovationen der Hochtechnologie. Es gibt eine gegenseitige Abhängigkeit. Denn was sollen beispielsweise die genialsten neuen Abspielgeräte, wenn man mit ihnen nur – im wahrsten Sinne des Wortes – in »die Röhre glotzen kann«.

Mit diesem Verständnis sieht es hierzulande nicht besonders gut aus, obwohl die Zeit der großen Massenproduktionen abläuft, sich die Industriegesellschaft gerade hin zu einer kreativen Ökonomie und einer Wissensgesellschaft wandelt. Doch in der Wissensgesellschaft entstehen eben keine handfesten Produkte nach Plan und keine klaren Vorgaben, weshalb die Kreativen es mit der Vermittlung und Wahrnehmung ihrer Arbeit nicht so leicht haben, obwohl sie mit der Kreativ-

wirtschaft, mit ständigen Erneuerungen und Innovationen eine zentrale Rolle in unserer Wirtschaftslandschaft einnehmen werden und einnehmen müssen.

Der Begriff »Kreativwirtschaft« bezeichnet vielfältigste Wirtschaftsbereiche, die kreative Inhalte erzeugen und vermitteln – etwa die Branchen Werbung, Architektur, Kunst und Antiquitäten, Kunsthandwerk, Design, Mode, Film & Video, PC-/Videospiele und *leisure software*, Musik, Theater, Musical und Live-Events, Journalismus und Verlagswesen, Software- und Computerdienstleistungen sowie Fernsehen & Radio. In diesen Branchen arbeiten selbstständige Künstler und privatwirtschaftliche Kulturakteure vom Buchautor bis zum Industriedesigner, vom Musiker bis zum Tänzer sowie zu deren Verkaufs- und Vertriebspartnern. Ihre Produkte sind großteils geistige Leistungen, die geschützt werden müssen. Durch die Erzeugung und Auswertung dieses geistigen Eigentums werden Wertsteigerung und Arbeitsplätze geschaffen. Diese Wertsteigerung geht nicht von einzelnen Branchen aus – wie noch in der Industrialisierungszeit –, sondern von einem ganzen Branchenkanon.

Damit können Wachstumsschübe für die deutsche Volkswirtschaft und die Prosperität Europas verbunden sein. Und es geht um Konkurrenzfähigkeit mit den aufstrebenden Märkten – etwa in Indien und China. Wenn die Geschwindigkeit von Innovationen und Investitionen bei uns nicht steigt, ist es nur eine Frage der Zeit, bis Europa von der Weltwirtschaft überholt wird. China ist gerade auf der Zielgeraden für den Titel »Größter Internet-Markt der Welt«.

Die US-amerikanische Managerin und ehemalige *Hewlett-Packard*-Chefin Carly Fiorina beschrieb den Umgang der Industrienationen mit den derzeitigen tektonischen Verschiebungen auf den Weltmärkten einmal so: »Die Schwierigkeiten sind besonders gravierend, wenn von einer erfolgreichen Vergangenheit nur noch Selbstgefälligkeit und Anspruchsdenken übrig geblieben sind, und wenn man ignoriert, dass andere die Messlatte längst höher gesetzt haben.«

Mut

Um in einem globalisierten Umfeld bestehen zu können, braucht Europa und braucht Deutschland Mut. Die Grundlage für einen wirtschaftlichen Erfolg sind nämlich nicht mehr nur Massenproduktion und zu beschaffende Rohstoffe. Die zwingend notwendigen Essenzen für künftig prosperierende Volkswirtschaften heißen: gute Ideen und kreative Köpfe für Innovationen und Inhalte, Bildung und Kultur.

Doch was passiert eigentlich, wenn die Kreativen in die Märkte streben und mit ihren Produkten Geld verdienen wollen? Wie verhält sich Politik dazu? Was passiert, wenn Kulturpolitik sich vornimmt, Wirtschaftspolitik zu betreiben? Viele halten das für den Untergang des Abendlandes. Mitnichten! Wenn die Industrienationen und damit auch Europa nicht mit Hochdruck diese vermeintliche Bedrohung der Globalisierung als Chance begreifen, werden sie in absehbarer Zeit »unter ferner liefen« abgestempelt sein.

Über die Jahrzehnte, ja Jahrhunderte hinweg waren wir gewohnt, dass es die so genannte Hochkultur nur als schmückendes Beiwerk in oft geschlossenen Gesellschaftskreisen gab. Doch die Globalisierung stellt dieses Gewohnheitsrecht auf den Kopf. Kunst, Kultur und damit im Zusammenhang stehende Eigenschaften – also Kreativität – rücken nun ins Zentrum der Debatte. Und auch wenn wir es nicht wahrhaben wollen: Wir werden es uns künftig nicht mehr leisten können, einen Diskurs über unsere ökonomische Zukunft zu führen, ohne Kunst, Kultur und Kreativität zu berücksichtigen. Wir brauchen einen Dreiklang von Technologie, Kultur und Wirtschaft. Diese Teile müssen ineinander greifen. Bei allen Debatten muss deren Wechselwirkung im Vordergrund stehen. Derzeit ist Deutschland – anders als Großbritannien, die Niederlande und Skandinavien – nicht so weit. In der Bundesrepublik stößt man häufig auf eine sehr ideologisch gefärbte Diskussion. Nach wie vor weit verbreitet ist die Auffassung: Kunst und Kommerz passen nicht zusammen. Kunst, Kultur und Kreativität werden in weiten Teilen immer noch deutlich getrennt von der Ökonomie gesehen.

Und genau da müssen wir Mut besitzen und als erstes ansetzen. Wir haben auf der einen Seite weltweit wohl das größte Angebot voll ausgestatteter öffentlicher Theater und Opernhäuser, an Musikschulen, Tanztheater und Museen. Trotzdem wird eine kreative Ökonomie als gesellschaftliches Zukunftsmodell diskutiert, ohne dieses große, hochkreative System und seine möglichen Impulse einzubinden. Dies ist für die Zukunft aber elementar wichtig. Wir brauchen die Fortentwicklung und die Verknüpfung der Kreativwirtschaft mit den vorhandenen Strukturen der etablierten Kultur.

Ein Merkmal der alten Kulturbetrachtung ist es, dass sie darauf abzielt, durch Subventionen den Bestand zu sichern – provokant formuliert: eine Kunst im elitären Elfenbeinturm oder Veranstaltungen für einige Wenige in geschlossenen Zirkeln zu machen. Um kein Missverständnis aufkommen zu lassen: Dies ist ein Plädoyer für Theater, für Oper, für Ballett. Worum es jedoch geht, ist eine Verzahnung von Orten der Kreativität hin zu umfassenden Keimzellen kreativer Arbeit und kreativer Ökonomie. Also: weg von der alten Trennung, hin zu einer Symbiose.

Eine Trennung von Kreativität und Ökonomie erwuchs aus den Bedürfnissen der Industriegesellschaft. Bestes Beispiel dafür, dass es nicht immer so war, ist Johann Wolfgang von Goethe, der sich als Dichter, Dramatiker, Theaterleiter, Naturwissenschaftler, Kunsttheoretiker und Staatsmann betätigte. Gleiches gilt für Leonardo da Vinci, der Maler, Bildhauer, Architekt, Musiker, Anatom, Mechaniker und Ingenieur war.

Im industriellen Zeitalter wurde Kreativität dann verengend kategorisiert und in drei Bereiche unterteilt: in Wissenschaft, d.h. das Analysieren und Kontrollieren der physischen Welt; in Management und Unternehmertum, das heißt die Entwicklung von Businessprozessen und die daraus folgende Vermögensbildung; und in Kunst oder Geisteswissenschaften, das heißt die Produktion von Gegenständen und Ideen zur Kommunikation und Interaktion von Individuen. Die Industriegesellschaft brauchte die dritte Form der Kreativität für ihre Produkte nicht, weil

sie die Menschen massenhaft und kollektiv als Produktivkräfte und Konsumenten benötigte und das einzelne Individuum nicht entscheidend war. Dies hat sich elementar geändert. Denn es geht um immer individuellere Lösungen und spezielle Inhalte.

Das Industriezeitalter hat das Agrarzeitalter abgelöst. Nun ist die Industriegesellschaft selbst ein Auslaufmodell. Im Mittelpunkt der neuen Zeit stehen Ideen, Informationen und Innovationen. Eine künstliche Trennung von Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur ist obsolet geworden. Wurde kreative Arbeit in den vergangenen Jahrzehnten und Jahrhunderten als etwas Exklusives angesehen, wird die Kreativwirtschaft in den kommenden Jahren der Normalzustand sein. Künstlerische Kreativität ist eine alltäglich notwendige menschliche Leistung. Und ein Grundelement menschlicher Existenz. An dieser Stelle müssen wir gerade hier in Deutschland umdenken und den Mut haben, neue Weichen zu stellen, da wir der Entwicklung im Vergleich zu unseren europäischen Nachbarländern hinterherhinken. Mit Margaret Hodge gibt es in Großbritannien eine Ministerin »for Culture, Creative Industries & Tourism«, die sich um die vorrangig marktorientierten Aktivitäten der Branche kümmert. Daneben gibt es den eigentlichen Kulturminister, der zuständig ist für die Künste, Denkmalpflege, Museen und Bibliotheken, Architektur und die kulturellen Aspekte der Bildungs-, Regional- und Sozialpolitik. In den Niederlanden existiert ein institutionalisiertes Programm zwischen dem Wirtschafts- und dem Kulturministerium, die Kooperationsplattform »Creative Challenge Call«, mit der die niederländische Regierung speziell Projekte für die Kreativwirtschaft fördert. Norwegen, Schweden, Finnland, Dänemark und Island haben sich sogar transnational verbündet und das so genannte *Nordisk Innovations-Center* gegründet. Damit soll über Ländergrenzen hinweg die Förderung der Kreativwirtschaft vorangetrieben werden.

Möchte sich Deutschland damit vergleichen, sieht es nicht gut aus. Dabei hat alles so vielversprechend begonnen. Nordrhein-Westfalen war in den neunziger Jahren der Ausgangsort der Debatte um die Kreativwirtschaft. Die erste kulturwirtschaftliche Studie in Europa wurde 1992 mit dem »1. Kulturwirtschaftsbericht NRW« vorgelegt. Der erste internationale Fachkongress »Kulturwirtschaft in Europa – Regionale Entwicklungskonzepte im Vergleich« wurde 1999 auf *Zeche Zollverein* abgehalten.

Doch bis heute fehlt ein bundesweit gebündeltes Vorgehen in Sachen Kreativwirtschaft. Dieses Defizit muss behoben werden, damit der größte europäische Binnenmarkt auch durch die Kreativwirtschaft wieder Anschluss findet und wirtschafts-, struktur- und arbeitspolitisch profitieren kann. Der Dünger für dieses Wachstum müssen Wissen, Kultur und Innovation sein.

Ein Musterbeispiel ist der Strukturwandel im Ruhrgebiet. Bis in die neunziger Jahre war das Ruhrgebiet durch die Berg- und Talfahrten in der Kohle- und Stahlindustrie geprägt. Dadurch erkannte die Region die Bedeutung der Kultur als Standortfaktor im Wettbewerb um die Ansiedlung von potenten Wirtschaftsunternehmen und hochqualifizierten Arbeitnehmern. Nicht von ungefähr lautet das Motto der Kulturhauptstadt Europas *RUHR.2010* »Wandel durch Kultur, Kultur durch

Wandel«. *RUHR.2010* fördert die Kreativwirtschaft in der Metropole Ruhr und integriert als erste Kulturhauptstadt Europas überhaupt dieses Thema in ihr Gesamtkonzept. Ziel ist es, die Kreativ- und Wirtschaftskraft dauerhaft zu stärken und den Zuzug von Kreativunternehmen in die Metropole Ruhr zu fördern. Damit möchte *RUHR.2010* weit über das Jahr 2010 hinaus als kreativ-ökonomisches Modell für Europa wirken. Durch die Bildung von Netzwerken in den einzelnen Kreativ- Branchen stellen sich bereits erste Erfolge in der Zusammenarbeit und in einem gemeinsamen Marketing unter den Akteuren ein. In der Metropole Ruhr wächst das Bewusstsein, dass Kreativwirtschaft ein wichtiger wirtschaftlicher Faktor ist. Nur eine Vernetzung lebensfähiger – aus sich selbst heraus am Markt wirtschaftlich lebensfähiger – kreativwirtschaftlicher Start-ups und etablierter Kunst- und Kulturbetriebe kann die Metropole Ruhr auch in ökonomischer Hinsicht nach vorne bringen. Wir arbeiten an einer konzeptionell schlüssigen Förderung der Kreativwirtschaft.

Von zentraler Wichtigkeit ist dabei die Clusterbildung. Das *RUHR.2010*-Projekt »Kreativ.Quartiere Ruhr« lokalisiert mit Kreativ-Scouts geeignete Areale in der Region zur Entwicklung von gemeinsamen Nutzungskonzepten für Kreativunternehmen aus den Sparten Film, Darstellende Künste, Musik, Architektur, Design, Mode und Kunst, die europaweit auf der Suche nach interessanten Produktions-, Atelier-, Veranstaltungs- und Arbeitsstätten sind. Hier offeriert die Metropole Ruhr durch die zahlreichen einzigartigen und zeitgeschichtlich relevanten Baustrukturen attraktive Möglichkeiten, die den Kreativunternehmen den entscheidenden Freiraum für Innovationen und ökonomische Entfaltung bieten. Wichtige »Kreativ.Quartiere« werden das *Dortmunder U* sowie das *Viktoria Quartier Bochum* sein.

Mit dem *Dortmunder U* entsteht aus einem ehemaligen Brauereigelände auf 80 000 Quadratmetern das bundesweit erste Zentrum für kreative Industrien mit dem Schwerpunkt Musik und Medien. Im Mittelpunkt steht der U-Turm, der sowohl für Kunst und Kultur als auch die Kreativwirtschaft ein Ort des Erlebens und des medialen Experiments sein wird. Das *Robert-Bosch-Berufskolleg für Medienberufe*, das *Zentrum für Kreativwirtschaft*, eines der fünf *RUHR.2010*-Welcome-Center und der Neubau des *Freizeitzentrums West* mit einer Hallenkapazität von 1 500 Plätzen sowie spektakuläre Gastronomie ergänzen das Angebot.

Das in Bochum zwischen Schauspielhaus, *Bermuda3eck* und Marienkirche gelegene *Viktoria Quartier* bietet faszinierende Grundvoraussetzungen für die Entwicklung eines zukunftsweisenden, urbanen, kreativen Erlebnis- und Aktivitätsraums, der durch die Neuplanung der Marienkirche und des Konzerthauses entscheidende Impulse erhält. Das bereits im Bau befindliche *Comedy-Theater* von Frank Goosen und die geplante Umsiedlung des *prinz regent theaters* prädestinieren das Areal für ein neues Zentrum der Performing Arts, Musik und Literatur, das durch das *Bermuda3Eck* – einen in der Metropole Ruhr einmaligen urbanen Erlebnisraum mit über 60 gastronomischen Betrieben – seine Abrundung erfährt. Aus den angestrebten Synergien zwischen Kunst, Kultur und Ökonomie in den

»Kreativ.Quartieren« ergeben sich Impulse für die wirtschaftliche Entwicklung und die urbanen Innovationsräume der Metropole Ruhr.

Dieser Trend ist weltweit auszumachen. Die Kreativwirtschaft wirkt als Impulsgeber. Sie formt die urbane Gesellschaft der Zukunft und macht Regionen und Städte für junge engagierte und kreative Menschen und Unternehmer attraktiv. Das belegt auch die Studie »Was Städte sexy macht«, die der *Spiegel* im August 2007 in Auszügen veröffentlichte. Zusammengefasst lauten die Ergebnisse: Wachstum und Jobs entstehen dort, wo sich kreative Menschen zusammenschließen. Und diese Menschen siedeln sich dort an, wo vier Faktoren zusammenspielen: Technologie, Talent, Toleranz und vor allem Kultur. Und diese vier Faktoren treffen auf die Kulturhauptstadt Europas *RUHR.2010* zu. Denn dort werden Keimzellen für künstlerische Entfaltung und Kreativwirtschaft gefördert, die Innovationsfähigkeit von Kreativunternehmen sichtbar gemacht und in Wertschöpfung umgesetzt. Sei es im »Channel 2010«, der eine digitale Plattform für die Akteure der Kreativwirtschaft und deren Schnittstellen zur Ökonomie, Bildung, Wissenschaft und Technologie bietet und Ideen, Projekte, Programme und Produkte international vernetzt. Sei es mit dem Business- und Informationsforum »Creative«, der ersten europäischen Kongressmesse für Kreativität und Ökonomie; oder dem »Living Games Festival«, das alle wichtigen Aspekte der virtuellen Wunderwelten digitaler Spiele einer breiten Öffentlichkeit genauso präsentiert wie die Macher dahinter – die Spieleautoren, Komponisten, Game- und Level-Designer, Concept Artists und InterfaceDesigner; oder dem Deutschen Entwicklerpreis, der jährlich in der Essener *Lichtburg* in 28 Kategorien an deutsche Entwickler von Computerspielen verliehen wird, die ein herausragendes PC- oder Konsolenspiel auf den Markt gebracht haben. Außerdem werden durch *RUHR.2010* die bestehenden Veranstaltungen »Kreative Klasse Ruhr« und »Contemporary Art RUHR« ausgebaut. »Kreative Klasse Ruhr« bietet Ausstellungen, Podiumsdiskussionen, Informations- und Lehrveranstaltungen, Vor- und Aufführungen, um den Weg der Metropole Ruhr zu einer kreativen Metropole zu reflektieren. »Contemporary Art RUHR« besteht aus einem Forum für Medienkunst, Projekte und Fotografie und einer Messe für Bildende Kunst.

RUHR.2010 unterstützt die Vernetzung und Kommunikation, Kapitalmarktzugang, Bildung und Tourismus in der Region und ermöglicht einen verbesserten Zugang zu den Kunden im drittgrößten Ballungsraum Europas. Eine derartig geförderte Kreativwirtschaft hat auch in Deutschland das Potenzial, ein Leitmarkt zu werden. Es geht um eine Kreativwirtschaft, die den Anspruch erhebt, mit Kultur und Kunst zusammen ins Zentrum urbaner Entwicklung zu treten.

Respekt

Kreativität und Unternehmertum können nicht gedeihen, wenn übertriebene Bürokratie die Fesseln zu eng schnürt. Überregulierung führt immer in die Irre, gerade auch bei der Entwicklung der digitalen Wirtschaft. Es gibt eine aktuelle Diskussion um das geistige Eigentum. Doch die ist leider auch von Entscheidungen

gekennzeichnet, die es den Kreativen und Künstlern schwer machen. Besondere Bedeutung hat das Urheberrecht, das Ideen schützt. Und genau diese Ideen werden in den kommenden Jahren wichtig sein für unsere Volkswirtschaft. Doch die Menschen mit diesen – für uns alle – wichtigen Ideen müssen auch anständig und fair entlohnt werden. Kurz: Kreative müssen sich auch leisten können, kreativ zu sein. Dies ist nur möglich mit Respekt vor geistigem Eigentum auch im digitalen Zeitalter. Der Schutz des geistigen Eigentums ist die Grundlage der gesamten Kreativwirtschaft – von Film über Musik bis hin zu Verlagen und Software. Eine Ökonomie aus kreativen Werken kann nur entstehen, wenn es ein wirksames Urheberrecht gibt. Doch das weist Defizite auf.

Als Beispiel ist die Musiknutzung anzuführen. Während die tägliche Lektüre von Zeitungen und Zeitschriften bei 22 Minuten liegt, hat sich die tägliche Musiknutzung über CDs oder MP3-Player im Zeitraum 1995 bis 2005 von 14 auf 45 Minuten mehr als verdreifacht. Musik ist für Menschen ein sehr elementares Gut. Daher brauchen wir den Respekt vor denen, die dafür sorgen, dass man solche schönen Momente erleben kann, ansonsten wird Musik in der heutigen Form künftig nicht mehr möglich sein. Damit die Kreativwirtschaft ein Umsatzbringer der Zukunft ist, muss die Idee durch ein praktikables Recht geschützt werden.

Dabei soll nicht eine Profitmaximierung gegen Verbraucherschutz stehen. Das wäre zu kurz gegriffen. Notwendig ist eine aussöhnende Debatte zwischen Kunst und Ökonomie. Dabei geht es auch um Bildung und Vermittlung, damit allen bewusst wird, dass Kreativität etwas kostet. Zwar scheint sich bei illegalen Downloads eine gewisse Abkehr von der »Geiz-ist-geil-Mentalität« abzuzeichnen. Das allein reicht aber nicht aus. Die Auffassung muss korrigiert werden, dass das Internet ein »Umsonst-Medium« sei. Insgesamt muss die Copyright-Debatte in wirtschaftspolitischer, strukturpolitischer und kultureller Hinsicht auf ein neues Niveau gebracht werden.

Die jüngsten Schritte zur Verfolgung von Internetpiraterie und die Regelungen zur Vorratsdatenspeicherung fassen in allen Belangen zu kurz. Sie bieten für die Rechte von Autoren im Internet keinen ausreichenden Schutz und verfehlen weitgehend das Ziel der EU-Vorgaben. Urheber haben keinen eindeutigen zivilrechtlichen Anspruch auf Herausgabe notwendiger Daten zur Identifizierung von Internet-Rechtsverletzern. Damit läuft das Gesetz ins Leere. Statt die Probleme zu lösen, wirft der jetzt vorliegende Gesetzentwurf viele neue Fragen auf und verlagert die Kosten der Rechtsverfolgung auf die Seite der Geschädigten.

Eine wirtschaftlich erfolgreiche Kreativwirtschaft braucht aber als Grundlage starke und faire Regeln zum geistigen Eigentum. Deshalb muss klar werden, welchen Stellenwert das Urheberrecht als soziales, wirtschaftliches und kreatives Werkzeug hat. Und zwar bei Konsumenten, Kreativen und der Industrie. Und wir müssen für einen Ausgleich eintreten zwischen dem Schutz des geistigen Eigentums und den Interessen und legitimen Wünsche der Verbraucher.

Wir brauchen also Respekt, Mut, Fortschritt und Wandel für neue Wege im Kunst-, Kultur- und Ökonomieverständnis. Wir brauchen eine weitere Aufwer-

tung der Kulturellen Bildung. Und wir brauchen einen neuen Kunstbegriff. Kunst, Kreativität und Wirtschaft müssen zueinander finden – und dürfen keine Gegensätze bleiben. Erst dann werden sie die Grundlage für ein zukünftiges gesellschaftliches, wirtschaftliches und kulturelles Wachstum. Die Kreativwirtschaft braucht eine stärkere Unterstützung für mehr wirtschaftliche Entfaltung – und letztlich für mehr Arbeitsplätze und damit mehr Wertschöpfung. Erforderlich ist ein Bewusstsein davon, dass die Kreativwirtschaft ein Leitmarkt ist, sonst könnten Deutschland und Europa Verlierer der Globalisierung werden.

Literatur

Follath, Erich/Spörl, Gerhard (2007): »Was Städte sexy macht«, in: *Der Spiegel*, Heft 34/2007 (20.8. 2007)

Jowell, Tessa (2005): *Keynote*. Eröffnungsvortrag der Creative Economy Conference, 5.–7. Oktober 2005, London (MS)

Lotter, Wolf (2007): »Die Gestörten«, in: *Brand Eins*, Heft Mai, S. 52–62

Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Technologie des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.) (1992): *Dynamik der Kulturwitschaft. Nordrhein-Westfalen im Vergleich. 1. Kulturwirtschaftsbericht 1991/92*, Bonn

www.kreativwirtschaft.nrw.de

www.manager-magazin.de

www.musikindustrie.de

FRIEDRICH GNAD, KLAUS R. KUNZMANN

Kultur- und Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen

15 Jahre Berichte zur Kulturwirtschaft

Nordrhein-Westfalen hat die Kulturwirtschaft als wirtschaftspolitisches Handlungsfeld schon früh entdeckt. Seit Beginn der 90er Jahre nimmt das Land in Deutschland eine Vorreiterrolle ein. Erste Erhebungen zur Bedeutung der Kulturwirtschaft in den Städten Bo2chum und Unna oder auch zum *WDR* als Wirtschaftsfaktor zeigten bereits in den achtziger Jahren die Relevanz der Kulturwirtschaft für die wirtschaftliche Entwicklun2g und Beschäftigung in Nordrhein-Westfalen auf (*Übersicht 1 auf den folgenden Seiten*). Aber erst die von der Landesregierung erstellten Kulturwirtschaftsberichte haben die vielfältigen Branchen der Kulturwirtschaft systematisch und umfassend erhoben. Die Berichte haben weit über das Land Nordrhein-Westfalen hinaus großes Interesse gefunden.

Seit 1992 hat das Land Nordrhein-Westfalen fünf Kulturwirtschaftsberichte erstellen lassen. Die inhaltlichen Schwerpunkte der einzelnen Berichte ergaben sich aus den jeweiligen Anforderungen, die aus dem politischen Raum an das Ministerium herangetragen wurden und griffen dabei aktuelle Themen zur »unübersichtlichen« und wenig bekannten Kulturwirtschaft auf. Alle Berichte sind in hohem Maße handlungsbezogen.

Der 1. Kulturwirtschaftsbericht: Dynamik der Kulturwirtschaft (1992)

Der 1. Kulturwirtschaftsbericht war eine erste grundlegende Bestandsaufnahme dieses kulturbezogenen Wirtschaftsfeldes. Hierzu hat die *Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft NRW* ein Modell entwickelt, das Branchen mit Kulturbezug zu Teilmärkten der Kulturwirtschaft zusammenfasst. Es zeigte sich, dass die Kulturwirtschaft ein überdurchschnittliches Wachstum in vielen ihrer Branchen im Vergleich zur Gesamtwirtschaft seit 1980 aufwies. Nordrhein-Westfalen konnte zudem als be-

Übersicht 1: Studien zur Kulturwirtschaft in Nordrhein-Westfalen

Studien und Kulturwirtschaftsberichte	Aus dem Inhalt	Autoren
Erste Erhebungen zu Städten und Einrichtungen bis 1989		
Kulturwirtschaft in Bochum (1988)	■ Vollerhebung des kulturellen Arbeitsmarkts einer Großstadt (Kulturwirtschaft, öffentliche geförderte Kultur ■ Räumliche Verteilung der Arbeitsplätze	Vera Behr Friedrich Gnad Klaus R. Kunzmann
Kulturwirtschaft in Unna (1989) Erhebung des kulturellen Arbeitsmarkts einer Kleinstadt	■ Vollerhebung des kulturellen Arbeitsmarkts einer Kleinstadt (Kulturwirtschaft, öffentlich geförderte Arbeitsplätze) ■ Kultur als Standort- und Imagefaktor	Vera Behr, Friedrich Gnad Klaus R. Kunzmann
Der WDR als Kultur- und Wirtschaftsfaktor (1989)	■ WDR als Faktor für Wirtschaft und Arbeitsmarkt ■ WDR als Teil des Kulturmarktes (u. a. als Auftraggeber für die Kulturwirtschaft) ■ WDR als Teil der Kulturentwicklung	Karla Fohrbeck Andreas Wiesand
Erhebungen zur Kulturwirtschaft in Nordrhein-Westfalen mit Schwerpunktthemen seit 1992		
1. Kulturwirtschaftsbericht: Dynamik der Kulturwirtschaft (1992)	■ Abgrenzung der Kulturwirtschaft ■ Betriebszahlen, Umsätze und Arbeitsplätze der Kulturwirtschaft in den Teilmärkten (NRW) ■ Fördermöglichkeiten der Kulturwirtschaft durch Ministerien ■ Einschätzung der Ergebnisse	Wolfgang Benkert Friedrich Gnad Klaus R. Kunzmann Michael Söndermann Andreas J. Wiesand Peter Vermeulen
2. Kulturwirtschaftsbericht: Kultur- und Medienwirtschaft in den Regionen Nordrhein-Westfalens (1995)	■ Fortschreibung der Bestandsdaten zur Kulturwirtschaft Nordrhein-Westfalen ■ Kultur- und Medienwirtschaft in den 15 Regionen der regionalisierten Strukturpolitik. Jeweils: Profil der Region, Position der Kulturwirtschaft, Perspektiven ■ Kultur- und Medienwirtschaft in Europa ■ Handlungsempfehlungen zur Förderung der Kulturwirtschaft	Wolfgang Benkert Friedrich Gnad Ralf Ebert Klaus R. Kunzmann Michael Söndermann Andreas J. Wiesand
3. Kulturwirtschaftsbericht: Kultureller Arbeitsmarkt und Verflechtungen (1998)	■ Fortschreibung der Bestandsdaten zur Kulturwirtschaft in Nordrhein-Westfalen ■ Wirtschafts- und Beschäftigtenentwicklung in den Teilmärkten der Kulturwirtschaft ■ Produktions-, Dienstleistungs- und Distributionszusammenhänge in ausgewählten Teilmärkten ■ Interdependenzen zwischen öffentlich gefördertem Kultursektoren und der Kulturwirtschaft ■ Kulturbauwirtschaft in Nordrhein-Westfalen ■ Kulturwirtschaft in Europa ■ Empfehlungen	Wolfgang Benkert Friedrich Gnad Ralf Ebert Klaus R. Kunzmann Michael Söndermann Andreas J. Wiesand

Studien und Kulturwirtschaftsberichte	Aus dem Inhalt	Autoren
Fortsetzung: Erhebung zur Kulturwirtschaft in Nordrhein-Westfalen mit Schwerpunktthemen seit 1992		
4. Kulturwirtschaftsbericht: Kulturwirtschaft im Netz der Branchen (2001)	■ Fortschreibung der Bestandsdaten zur Kulturwirtschaft in Nordrhein-Westfalen ■ Kulturwirtschaft und Vernetzung mit der Tourismusbranche ■ Designbezogene Kulturwirtschaft und Vernetzung mit der Modewirtschaft und Möbelindustrie ■ Kulturwirtschaft und Vernetzung mit der Immobilienwirtschaft ■ Kulturwirtschaftlicher »Content« – Impulse und Innovationen für die europäische Informationsgesellschaft ■ Handlungsempfehlungen: Kulturwirtschaft als Entwicklungspotenzial im Netz von Branchen und Regionen	Wolfgang Benkert Friedrich Gnad Ralf Ebert Klaus R. Kunzmann Michael Söndermann Andreas J. Wiesand
5. Kulturwirtschaftsbericht: Kultur- und Kreativwirtschaft Wettbewerb – Märkte – Innovationen (2007)	■ Fortschreibung der Bestandsdaten auf Basis der Modelle Kulturwirtschaft und Kreativwirtschaft ■ Cluster der Kultur- und Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen ■ Qualifikationsanforderungen und Qualifizierungsangebote in Märkten der Kultur- und Kreativwirtschaft ■ Metropolregion Rhein-Ruhr als Kulturwirtschaftsstandort in Europa ■ Internationale Entwicklungen ■ Maßnahmen und Strategien zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit der Kultur- und Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen	Wolfgang Benkert Friedrich Gnad Ralf Ebert Birgit Frielinghaus Klaus R. Kunzmann Uwe van Ooy Michael Söndermann Andreas J. Wiesand
Vertiefende Stadt- und Regionalanalysen seit 2005		
Kulturwirtschaftsbericht Aachen (2005)	■ Struktur und Entwicklung der Kulturwirtschaft in Aachen ■ Darstellung von 8 Teilbranchen ■ Aufzeigen der freien und öffentlich geförderten Kulturszenen in der Stadt ■ Ausblick	Christoph Backes Barbara Holzer Michael Söndermann
Kulturwirtschaft im Ruhrgebiet Wandel durch Kultur(Wirtschaft) im Ruhrgebiet – Kultur(Wirtschaft) durch Wandel (2005)	■ Analyse der Kulturwirtschaft und ihrer Teilmärkte in der Region ■ Strategien und Projekte von Land und Kommunen zur Stärkung des Strukturwandels der Region durch Kulturwirtschaft seit 1985	Ralf Ebert Friedrich Gnad Birgit Frielinghaus Klaus R. Kunzmann Uwe van Ooy
Kulturwirtschaftsbericht Region Köln (2007)	■ Kulturwirtschaft/*creative industries* im Großraum Köln ■ Kulturwirtschaft/*creative industries*: Teilmärkte und lokale Entwicklungen ■ Öffentliche Kulturfinanzierung in Köln	Bernd Fesel Michael Söndermann
Kulturwirtschaftsbericht Dortmund (2007)	■ Wirtschaftliche Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Dortmund ■ Räumliche Schwerpunkte in der Stadt ■ Bedeutung ausgewählter Qualifizierungseinrichtungen für die Kultur- und Kreativwirtschaft ■ Zukunftsfelder der Kultur- und Kreativwirtschaft in Dortmund	Ralf Ebert Klaus R. Kunzmann Uwe van Ooy

Quelle: *STADTart* / Kunzmann 2006

deutsamer Standort für zahlreiche Marktführer der Kulturwirtschaft identifiziert werden (z. B. Bertelsmann). Mit diesem ersten für Nordrhein-Westfalen entwickelten Modell der Kulturwirtschaft und seiner Fortschreibung wurde weitgehend inhaltliche und methodische Pionierarbeit geleistet, die dann als Blaupause für Kulturwirtschaftsberichte anderer Bundesländer genutzt wurde (z. B. Niedersachsen, Mecklenburg-Vorpommern).

Der 2. Kulturwirtschaftsbericht:
Kultur- und Medienwirtschaft in den Regionen Nordrhein-Westfalens (1995)

Für die 15 Regionen der regionalisierten Strukturpolitik des Landes wurden kulturwirtschaftliche Profile erarbeitet. Dies geschah auf der Basis von ausgewählten quantitativen und qualitativen Indikatoren (u. a. Anteile an Betrieben, besonderen Potenzialen etc.). Dieser Bericht machte deutlich, dass jede Region »Basisbestände« an Betrieben und Selbstständigen der Kulturwirtschaft besitzt, die zum Teil auf langen Traditionen und/oder auf der regionsinternen Nachfrage beruhen. Es zeigte sich aber schon , dass in den Regionen des Landes der jeweilige Besatz an Betrieben sehr unterschiedlich ausgeprägt ist. Als Schwerpunkte wurden die großen Stadtregionen identifiziert. So zählte bereits zu Beginn der 1990er Jahre jedes zehnte Unternehmen in den Regionen Köln und Düsseldorf zur Kultur- und Medienwirtschaft. Die Analyse von Standortbedingungen einzelner Unternehmen ergab, dass einzelne Regionen Besonderheiten (»Begabungen«) aufweisen, die in zum Teil wirtschaftlichen/kulturellen Traditionen liegen und nicht wenige Unternehmen der Kulturwirtschaft fest mit diesen Regionen verankert sind.

Der 3. Kulturwirtschaftsbericht:
Kultureller Arbeitsmarkt und Verflechtungen (1998)

Der 3. Kulturwirtschaftsbericht konzentrierte sich schwerpunktmäßig auf die Beschäftigungswirkungen in den einzelnen Teilmärkten, auf Produktions-, Dienstleistungs- und Distributionszusammenhänge in ausgewählten Teilmärkten, auf Interdependenzen zwischen öffentlich geförderten Kultureinrichtungen und der Kulturwirtschaft sowie auf nationale und internationale beschäftigungsbezogene Förderungsprogramme. Der Bericht zeigt die Beschäftigungsintensität in den Kernbereichen der Kulturwirtschaft und macht auf besondere Arbeitsfelder aufmerksam, zum Beispiel die »Kultur-Bauwirtschaft« mit ihren hoch spezialisierten Betrieben und Tätigkeitsfeldern zum Erhalt und zur Ausstattung von Kulturbauten (z. B. Kirchen, Veranstaltungshäuser). Darüber hinaus wird die kulturbezogene Beschäftigungspolitik im europäischen Vergleich aufgezeigt.

Auf der Basis von Fallbeispielen (u. a. Musikwirtschaft) wurde deutlich, dass Branchen innerhalb einzelner Teilmärkte über Netzwerke oft eng miteinander verflochten sind und zudem eine zunehmende Gleichzeitigkeit von regionalen, natio-

nalen und internationalen Verflechtungen in den Produktions-, Dienstleistungs- und Distributionszusammenhängen besteht.

Der Bericht stellte zudem erstmalig Interdependenzen zwischen dem öffentlich geförderten Kultursektor und der Kulturwirtschaft heraus: So wurde deutlich, dass die einstige Arbeitsteilung zwischen beiden Bereichen von einem »vielschichtigen Beziehungsgeflecht« abgelöst wurde. Neben der Arbeitsteilung zwischen öffentlichem Sektor und Kulturwirtschaft (z. B. im Veranstaltungsmarkt) ist zunehmend auch Wettbewerb getreten.

Der 4. Kulturwirtschaftsbericht:
Kulturwirtschaft im Netz der Branchen (2001)

Mit dem 4. Kulturwirtschaftsbericht wurde das Themenfeld Kulturwirtschaft als kreativer Inputgeber und als Lieferant von Produkten und Dienstleistungen für andere Branchen untersucht. Die Funktionszusammenhänge zwischen Tourismus und Kulturwirtschaft weisen darauf hin, dass touristisch relevante Angebote der Kulturwirtschaft sowohl die Funktion touristischer Frequenzerzeuger annehmen können (z. B. Musicals) und somit zu den Kernangeboten im Städtetourismus zählen, als auch zu den »ergänzenden Angeboten«, die die Aufenthaltsdauer von Touristen verlängern können (z. B. Kleinkunstangebote). Intensiv wurden die Vernetzungen zwischen Kulturwirtschaft und Modeindustrie, Möbelindustrie und Immobilienwirtschaft mit dem Ergebnis analysiert, dass die Kulturwirtschaft, insbesondere auch die »kreativen Kernbereiche«, erhebliche Entwicklungspotenziale für andere Branchen besitzen, wobei aktuell vom Entwicklungspotenzial der »kulturellen kreativen Klasse« gesprochen wird. Im internationalen Kontext wurde zudem beleuchtet, dass kulturwirtschaftlicher »Content« ein zentraler Impulsgeber und Innovator für die europäische Informationsgesellschaft ist.

Der 5. Kulturwirtschaftsbericht:
Kultur- und Kreativwirtschaft; Wettbewerb – Märkte – Innovationen (2007)

Der jüngste 5. Kulturwirtschaftsbericht konzentriert sich auf fünf eng miteinander verknüpfte Themenfelder:

- Cluster der Kultur- und Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen,
- Qualifikationsanforderungen und Qualifizierungsangebote in Märkten der Kultur- und Kreativwirtschaft,
- die Bedeutung von Kunst- und Musikhochschulen für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen,
- die Metropolregion Rheinruhr: Kulturwirtschaftsstandort in Europa,
- internationale Entwicklungen: think regional – act global.

Diese Themen sind vor dem Hintergrund heutiger Herausforderungen relevant, unter anderem der sich weiter ausdifferenzierenden und anspruchvolleren Nach-

frage nach Produkten und Dienstleistungen der Kulturwirtschaft, veränderter Produktions- und Wertschöpfungszusammenhänge (z. B. aufgrund der Digitalisierung) sowie eines gestiegenen Wettbewerbs der Branchen untereinander und zwischen den von der Kulturwirtschaft geprägten Metropolregionen.

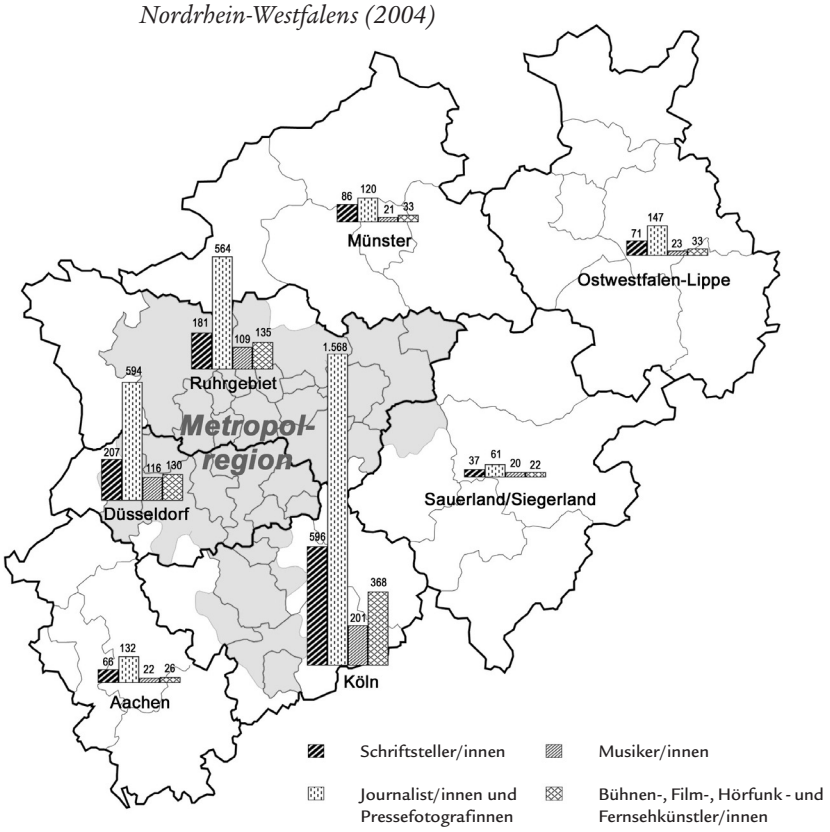
Mit Bezug zum *angelsächsischen Konzept* der *creative industries* (Kreativwirtschaft) knüpft der 5. Kulturwirtschaftsbericht an das (fortgeschriebene) Modell »Kulturwirtschaft« der nordrhein-westfälischen Kulturwirtschaftsberichte an, das auf den Wertschöpfungsketten beziehungsweise -zusammenhängen einzelner Teilmärkte aufbaut und das sich in Kernbereichen mit dem Konzept der Kreativwirtschaft (*creative industries*) weitgehend überschneidet. (*Übersicht 2*)

Die grobe Analyse der Cluster der Kultur- und Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen kommt zu dem Ergebnis, dass sich fast drei Viertel der Unternehmen und vier Fünftel der Umsätze der Kultur- und Kreativwirtschaft in den Großräumen Köln, Düsseldorf und dem Ruhrgebiet konzentrieren, wobei arbeitsteilige Schwerpunkte zu erkennen sind (z. B. räumliche Konzentration an »*content*«-produzierenden Unternehmen/Selbstständigen in Köln und Düsseldorf – *Übersicht 2*). In diesem Zusammenhang haben auch die näher untersuchten Qualifizierungseinrichtungen (u. a. Kunst- und Musikhochschulen) eine wichtige Knotenfunktion als das Cluster und die Branchen unterstützende Einrichtung. Aber auch in anderen Region wie Aachen, Münster etc. sind lokale Netzwerke vorhanden, die mit diesen Clustern verknüpft sind. Allerdings wurde auch deutlich, dass die Cluster noch Defizite und Entwicklungshemmnisse aufweisen, zum Beispiel eine geringe Anzahl an »Netzknoten« und Kristallisationskernen oder noch zu wenige Kooperationen innerhalb einzelner Cluster.

Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft sind nur dann langfristig erfolgreich, wenn sie dauerhaft innovativ sind. Auf der Basis von »Innovationsfeldern« von Unternehmen (u. a. Innovation bei Produkten und Dienstleistungen, Innovationen durch den Einsatz neuer Technik etc.) wurden die Qualifikationsanforderungen einzelner Branchen sowie die Qualifikationsangebote in Nordrhein-Westfalen analysiert. Ergebnis der Erhebungen war, dass zunehmend neue Qualifikationsprofile, Mehrfach- und Spezialqualifikationen und für ExistenzgründerInnen branchen- und marktbezogene Qualifikationen erforderlich werden. Trotz erheblicher Anpassungsanstrengungen der Träger von Aus-, Komplementär- und Weiterbildungsangeboten konnten noch Defizite identifiziert werden (z. B. fehlende Ausbildungsberechtigungen für Quereinsteiger in der Kultur- und Kreativwirtschaft).

Da die Kultur- und Kreativwirtschaft in Metropolregionen die besten Entwicklungsbedingungen finden und diese zunehmend weltweit im Wettbewerb stehen, wurde die *Metropolregion RheinRuhr* als Kulturwirtschaftsstandort in groben Zügen analysiert und mit anderen Kulturwirtschaftsregionen in Europa verglichen. Im Ergebnis weist die Metropolregion Rheinruhr eine nahezu vergleichbare Position mit Paris, Mailand oder Wien auf. Allerdings wird die *Metropolregion RheinRuhr* als Kultur- und Kreativwirtschaftregion international noch kaum wahrgenommen.

Übersicht 2: Anzahl Selbstständiger ausgewählter Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft in den Untersuchungsregionen Nordrhein-Westfalens (2004)



Quelle: Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft NRW 2007

Alle Kulturwirtschaftsberichte enthalten ausführliche Handlungsempfehlungen für Ministerien des Landes (u. a. Wirtschaft, Kultur, Städtebau), für Städte und Regionen, für Industrie- und Handelskammern oder für Verbände und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft etc. Inhalte und Handlungsempfehlungen stießen auf großes öffentliches Interesse und wurden bis Mitte der 90er Jahre der Kulturwirtschaftsberichte vor allem kommuniziert, ohne dass – bis auf Ausnahmen – umfassende Initiativen gestartet wurden etc. Seit Mitte der neunziger Jahre gab es in Nordrhein-Westfalen jedoch eine unterstützende Kulturwirtschaftspolitik und eine Reihe von Initiativen/Projekten (z. B. Netzwerkmanagement, Wettbewerb für Gründerzentren). Gerade in jüngster Zeit haben diese Aktivitäten an Intensität deutlich zugenommen, insbesondere mit dem Wettbewerb »Create.NRW«

(zu den aktuellen Strategien des Landes Nordrhein-Westfalen siehe Artikel von Katharina Schwalm-Schäfer in diesem Band).

15 Jahre Kulturwirtschaftsberichte in Nordrhein-Westfalen mit der Entwicklung von Erfassungsmodellen der Kulturwirtschaft, den Analysen von Daten und Informationen, der Analyse von Vernetzungen und Rahmenbedingen, der Identifizierung von Potenzialen und Entwicklungshemmnissen und nicht zuletzt der Erarbeitung von Handlungsempfehlungen (Strategien, Programme und Maßnahmen) und der Kommunikation dieser Informationen haben dazu beigetragen, dass dieses kultur- und wirtschaftspolitische Handlungsfeld in Städten und Regionen Nordrhein-Westfalens erheblich an Aufmerksamkeit und Interesse gewonnen hat. Dies zeigt nicht nur die zunehmende Anzahl an Städten, die inzwischen Kulturwirtschaftsberichte erstellen lassen. Dies zeigt sich insbesondere auch in dem relevanten Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zum wirtschaftlichen, arbeitsmarktbezogenen und städtebaulichen Strukturwandel einzelner Regionen (z. B. Rheinschiene und Ruhrgebiet).

Katharina Schwalm-Schäfer

»Create.NRW« –

Ein Wettbewerb als Entwicklungsprogramm für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Nordrhein-Wesfalen

Die Kultur- und Kreativwirtschaft gehört zu den innovativen, dynamischen Wirtschaftsbereichen unseres Landes und hat seit der Veröffentlichung des ersten Kulturwirtschaftsberichts Nordrhein-Westfalen im Jahr 1992 (der zugleich der erste Kulturwirtschaftsbericht in Deutschland und Europa war) einen außerordentlich hohen Stellenwert in der Wirtschaftspolitik des Landes.

Dass sie heute einer der profilbildenden Leitmärkte in Nordrhein-Westfalen ist, ist unter anderem auch den fünf Kulturwirtschaftsberichten zu verdanken, die die *Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft NRW*, eine unabhängige Gruppe von Fachleuten aus Universitäten und Forschungseinrichtungen im Auftrag des Landes erarbeitet hat. Die Berichte analysierten die wirtschaftliche und arbeitsmarktpolitische Bedeutung der Kulturwirtschaft, die Verflechtungen zwischen dem öffentlichen und dem privaten Kultursektor (2. und 3. Kulturwirtschaftsbericht), die Bedeutung der Kulturwirtschaft für den Tourismus (4. Kulturwirtschaftsbericht) und die in Nordrhein-Westfalen vorhandenen branchenspezifischen Netzwerke und Cluster (5. Kulturwirtschaftsbericht).

Die daraus gewonnenen Erkenntnisse haben zu einer deutlichen Ausrichtung der Wirtschaftspolitik auf diesen kleinteiligen, innovativen Wirtschaftssektor geführt und das Verständnis für seine besonderen Entwicklungsbedingungen im Land wie auch in den Städten und Regionen geschärft. Die Kulturwirtschaftsberichte waren und sind somit ein Kompass und eine Richtschnur für die Landespolitik in Nordrhein-Westfalen und haben die Vorreiterrolle des Landes mit begründet. Deshalb ist es nur folgerichtig, dass jetzt auch Kommunen wie Köln, Aachen, Dortmund, Bochum und Münster Kulturwirtschaftsberichte erstellen beziehungsweise planen.

Die Empfehlungen der Kulturwirtschaftsberichte Nordrhein-Westfalens mündeten in die Durchführung bundesweit beachteter Modellprojekte, wie beispiels-

weise die *StartART-Gründungsinitiative für Kunst und Kulturwirtschaft*, die Kreativen den Weg in die Selbständigkeit ebnete, die Einrichtung kultureller Gründerzentren, Modellprojekte zur Nutzung kulturwirtschaftlicher Angebote für den Tourismus, die Durchführung von Kulturwirtschafts- und Designtagen als Branchenforen oder Projekte zur Verbesserung der Information und Kommunikation in den Teilbranchen. Auch die Entwicklung von Angeboten zur Intensivierung des Kulturexports und die Beteiligung Nordrhein-Westfalens an internationalen Kunst- und Designmessen geht auf eine Empfehlung der Kulturwirtschaftsberichte zurück.

Mit diesen und anderen Modellprojekten und Beratungsangeboten für die Kultur- und Kreativwirtschaft wurde versucht, auf Defizite in der Kultur- und Kreativwirtschaft zu reagieren und bessere Bedingungen für Existenzgründer und Kleinstunternehmen zu schaffen.

Einen neuen Weg geht Nordrhein-Westfalen mit dem im Jahr 2007 gestarteten Wettbewerb »Create.NRW«, der zurzeit das zentrale Förderinstrument des Landes für die Kultur- und Kreativwirtschaft ist. Er setzt nicht an den Schwächen, sondern an den Stärken der Kreativbranchen an und richtet den Blick deutlicher als bisher auf ihre Chancen und Potenziale.

Der Wettbewerb, den das *Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen* in Kooperation mit der *Staatskanzlei* und dem *Ministerium für Innovation, Wissenschaft, Forschung und Technologie des Landes Nordhrein-Westfalen* ausgelobt hat, will nicht Defizite beseitigen, sondern die besten Ideen und Konzepte für die Weiterentwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft gewinnen. Gleichzeitig nutzt er die Kreativbranchen als Impulsgeber und Motor für die Entwicklung und Etablierung regionaler Innovationssysteme – ganz im Sinne der »Lissabon-Agenda« der Europäischen Union, die Europa zum dynamischsten, wissensbasierten Wirtschaftsraum der Welt machen will.

Dabei wird davon ausgegangen, dass Innovationen verstärkt an den Schnittstellen zwischen Branchen und Sektoren entstehen. Aus diesem Grund wählt der Wettbewerb auch keine Einzelvorhaben aus, sondern zielt auf Kooperationen, Netzwerke und Cluster zwischen Akteuren und Unternehmen der Kreativbranchen sowie zwischen den Kreativbranchen und anderen Wirtschaftsbereichen.

Dadurch entstehen neue Verknüpfungen und neuartige Ideen und Geschäftsfelder. So haben im Ideen- und Konzeptwettbewerb vor allem diejenigen Projekte überzeugen können, die sich auf Zukunftsthemen (wie den demografischen Wandel) oder Zukunftstechnologien (wie neue Trägermedien im Entertainment- und Medienbereich) und daraus resultierende wirtschaftliche Chancen bezogen und bei denen Kreative mit Unternehmen und Hochschulen kooperierten. Beispiele dafür sind das *Game Technology Competence Center* des *Lehrstuhls für interaktive Systeme und Interaktionsdesign der Universität Duisburg-Essen*, das Zentrum eines Netzwerks von Kreativen, Wirtschaft und Forschung in der wachstumsstarken Computer- und Spieleindustrie sein will, oder das *Entwicklungszentrum Creative Industries*, das Kooperationsmodelle für Projektpartnerschaften zwischen Kreativen, der Wirtschaft und Hochschulen erarbeitet.

Die Zustimmung der Jury fanden auch Kooperationsprojekte zwischen Designern, Hochschulen und Unternehmen, bei denen es um eine nutzerorientierte Design-Entwicklung beziehungsweise die Schonung von Ressourcen im Designbereich ging.

Und darin liegt auch der Charme dieses Wettbewerbs: im Aufzeigen und Bündeln von Chancen. Denn nichts ist so spannend, wie die Suche nach Ansätzen, Faktoren und vor allem Menschen, die auf dem Weg zu größerem Erfolg helfen können.

Vor diesem Hintergrund hat sich das zweistufige Wettbewerbsverfahren ausgezahlt: Die erste Stufe des Ideen- und Konzeptwettbewerbs im Jahr 2007 diente dazu, die Akteure und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft für die Chancen von Kooperationen zu sensibilisieren, zu mobilisieren und ihnen die Möglichkeit zu geben, Kooperationspartner zu finden.

Dies ist in nahezu allen Wettbewerbsbeiträgen gelungen: So wurden 117 Ideen- und Konzeptvorschläge eingereicht, von denen 54 branchenübergreifend angelegt waren. Weitere 14 Konzepte kamen aus der Designwirtschaft, elf aus der Musikwirtschaft, sieben aus dem Literatur- und Buchmarkt, sechs aus der Modewirtschaft, fünf aus dem Film- und Fernsehmarkt, vier aus der Werbewirtschaft und jeweils drei aus dem Kunst- und Theatermarkt. 18 Konzepte waren keiner speziellen Branche zugeordnet.

Mehr als die Hälfte der Konzepte wurde aus den Regionen Köln und Düsseldorf und dem Ruhrgebiet eingereicht, aber auch aus ländlicheren Regionen wie dem Bergischen Städtedreieck, dem Niederrhein, Ostwestfalen-Lippe, dem Münsterland, dem Sauerland oder der Region Aachen kamen Konzepte, die zeigten, dass kreative Potenziale keineswegs nur in den Großstädten zu finden sind.

Auf Empfehlung der Jury haben sechs Wettbewerbsbeiträge ein Preisgeld in Höhe von 10 000 Euro erhalten, weitere sieben Beiträge erhielten eine Anerkennung.

Im Februar dieses Jahres ist die zweite Stufe des Förderwettbewerbs »Create.NRW« angelaufen, an der sich die Teilnehmer des Ideen- und Konzeptwettbewerbs, aber auch weitere Interessierte beteiligen können und die zur Auswahl von bis zu zehn Sieger-Projekten führen wird, die – wenn die Voraussetzungen vorliegen – gefördert werden. Einen zweiten Durchlauf des Förderwettbewerbs wird es im Jahr 2009 geben, wobei wiederum bis zu zehn Projekte ausgewählt werden. Der Wettbewerb wird aus Mitteln des Landes und der Europäischen Union finanziert.

Ein positiver Nebeneffekt von »Create.NRW« ist, dass wir durch ihn die im Land arbeitenden, wachstumsorientierten Netzwerke der Kultur- und Kreativwirtschaft genauer identifizieren und – wenn gewünscht – durch ein vom Wirtschaftsministerium eingesetztes Clustermanagement unterstützen können.

Die Einsetzung des Clustermanagements ist – was die derzeitigen Unterstützungsangebote in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland und Europa betrifft – ein Novum. Es soll dazu beitragen, die wachstumsorientierten Netzwerke und Cluster zu professionalisieren, sie mit Kooperationspartnern im Land und darüber hinaus zusammenzubringen und sie international zu profilieren.

»Create.NRW« ist damit mehr als ein Wettbewerb; es handelt sich um ein Entwicklungskonzept zur Nutzung der Chancen der Kreativbranchen nach dem Vorbild internationaler Cluster-Initiativen. Ähnlich wie in traditionellen Wirtschaftsbranchen sollen sich Konsortien aus Vertretern der Kreativbranchen, der Wissenschaft, aus Gesellschaft und Politik bilden, die im wahrsten Sinne des Wortes grenzüberschreitend agieren, um innovative Projekte zu entwickeln und umzusetzen, von denen Impulse für Arbeitsplätze und Beschäftigung ausgehen.

Dieser Ansatz bietet für die Kreativen die Chance, sich als Innovationspartner in Netzwerke einzubringen und trägt so dazu bei, für kreative Ideen einen Markt zu schaffen.

Ein Rezept für den Erfolg solcher kreativer Netzwerke und Cluster gibt es nicht; es gibt aber eine Reihe von Faktoren, die nachweislich zum Erfolg beitragen können:

Erfolgsfaktoren:

- eine Führungspersönlichkeit, die durch Handlungsträger aus Wirtschaft, Politik und Hochschulen unterstützt wird,
- eine Vision, die zu konkreten Projekten führt,
- Fokus auf wachstumsorientierte Bereiche,
- Formulierung von erreichbaren Zielen,
- Suche nach Partnern, die das Projekt befördern können und von ihm profitieren,
- professionelles Marketing,
- Projekte evaluieren,
- Erfolge kommunizieren.

Nach diesen Erfolgsfaktoren sollten die Netzwerke und Cluster ihre Projekte ausrichten.

Manfred Gaulhofer, Dieter Haselbach

Ein ökonomischer Blick auf den Kultur- und Musiksektor

Kulturwirtschaftsbericht Niedersachsen 2007

Nach 2002 ließ das Land Niedersachsen 2007 einen zweiten Kulturwirtschaftsbericht[1] erarbeiten. Es wird versucht, über die statistische Berichterstattung hinaus einen neuen fachlichen Schwerpunkt einzubringen. Der Anspruch sollte aus dem Untertitel des Berichts deutlich werden: Es ging den Autoren darum, in Vertiefung qualitativer Analyse einen »ökonomischen Blick« auf einen Teilbereich der Kulturwirtschaft, die Musikwirtschaft zu werfen. Die üblichen Zahlenwerke zur Kulturwirtschaft lassen fast keinen Aufschluss darüber zu, was in der Kulturwirtschaft oder in ihren Teilsektoren tatsächlich passiert, welche Bezüge die wirtschaftliche Akteure zueinander haben, welche Außenbeziehungen sie eingehen, welche infrastrukturellen Voraussetzungen sie benötigen, wo es Reibungsverluste oder Probleme gibt. Eigentlich sagen die Zahlen der Kulturwirtschaftsstatistik nur soviel (Haselbach 2007), dass dieser Sektor ein nicht zu vernachlässigendes Potenzial hat, um Beschäftigung zu schaffen und wirtschaftliches Wachstum zu generieren, dies oft oberhalb der Wachstumsrate der Gesamtwirtschaft. Was dann zu tun ist, ob für staatliche Wirtschaftsförderung oder für die Kulturpolitik aus der Kulturwirtschaft ein Handlungsbedarf erwächst, das muss auf Grundlage des statistischen Befunds erörtert werden, aber eine politische Handlungsanleitung erwächst aus den Zahlen nicht.

1 *Kulturwirtschaftsbericht Niedersachsen 2007. Ein ökonomischer Blick auf den Kultur- und Musiksektor*. Erstellt im Auftrag der *Niedersächsischen Ministerien für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr* sowie *Wissenschaft und Kunst*. – Als Autoren zeichnen Rainer Ertel vom *Niedersächsischen Institut für Wirtschaftsforschung* (dort kann man gedruckte Exemplare beziehen), Manfred Gaulhofer und Dieter Haselbach von *ICG culturplan* (auf www.culturplan.de liegt der Bericht zum Herunterladen). Mitgearbeitet haben Michael Söndermann (*Arbeitskreis Kulturstatistik*), Klaus-Jürgen Hentschel (*NIW*) und Laura Blagec (*ICG culturplan*).

Ausgangslage

Der Schwerpunkt der Untersuchung in Niedersachsen liegt auf der Musikwirtschaft. Ausschlaggebend war ein kulturpolitisches Interesse. Mit dem Programm »Musikland Niedersachsen« verfolgt das Land eine Entwicklungsstrategie in kultureller Bildung und bei den kulturellen Infrastrukturen, die im musikalischen und damit auch musikwirtschaftlichen Teilsektor ihren Anker hat. In Niedersachsen stellt so eine Untersuchung zur Musikwirtschaft gleichzeitig eine Fallstudie zu den Wirkungen öffentlicher Kultur und Kulturpolitik auf die Kulturwirtschaft dar. Die Erwartung liegt nahe, über eine solche Detailuntersuchung kulturpolitische Strategien verfeinern zu können.

Dass gerade die Musik für die vertiefende Analyse ausgesucht wurde, ist ein Glücksfall. Die Musikwirtschaft ist derzeit ein volatiles Geschäftsfeld, steht mitten in der digitalen Revolution. In fast allen seinen wirtschaftlichen Bedingungen und Operationsweisen musste der Sektor sich in den letzten Jahren verändern, hergebrachte Geschäftsmodelle wurden obsolet. Vor diesem Hintergrund verspricht ein ökonomischer Blick auf die Musikwirtschaft nicht nur Aufschlüsse über innere wirtschaftliche Zusammenhänge der Kulturwirtschaft, sondern auch darüber, wie neue Technologien und neue Verhaltensweisen der Konsumenten einen Kulturwirtschaftssektor unter Veränderungsdruck setzen.

Statistisches

Erste Aufgabe eines Berichts über Kulturwirtschaft in einer Region ist die Ermittlung und Fortschreibung der statistischen Daten zum Sektor. Dazu gehört eine Bewertung nach dem aktuellen fachlichen Diskussionsstand. In Niedersachsen wurden nicht nur die Daten zur Kulturwirtschaft insgesamt zusammengestellt, sondern die Musikwirtschaft und das musikalische Geschehen in Niedersachsen wurden vertiefend betrachtet, soweit sie einer statistischen Analyse zugänglich sind.

Der Bericht folgt dem inzwischen weitgehend anerkannten »Schweizer« Modell und teilt den Kultursektor in die erwerbswirtschaftliche Kulturwirtschaft, die öffentliche Kultur und den intermediären (gemeinwirtschaftlichen) Bereich auf. Viel Wert wird darauf gelegt, die nur mit methodischen Schwierigkeiten und aus einer unsicheren Datenlage heraus zu erfassenden öffentlichen und intermediären Bereiche umfassend darzustellen, und dort zumindest zu schätzen, wo harte Daten fehlen.

Um die Anschlussfähigkeit an andere Kulturwirtschaftsberichte zu gewährleisten, werden neben dem »Schweizer« Modell die Zahlen für die Kulturwirtschaft und für die anderen Teilsektoren nach fünf unterschiedlichen Definitionen ausgewertet. Es zeigt sich, dass die Ergebnisse immer wieder ähnlich sind. Der Umfang der Kulturwirtschaft fällt – gleichgültig, wie man misst – im Flächenland Niedersachsen gegenüber den Stadtstaaten und mehr urban geprägten Ländern deutlich zurück. Die Kulturwirtschaft erlitt – hinterlegt man wie in diesem Be-

richt die Bezugsjahre mit 1999 und 2005[2] – einen relativen Bedeutungsverlust gegenüber dem Rest der Wirtschaft, wuchs also langsamer als die Gesamtwirtschaft. In Niedersachsen waren dabei die Positionsverluste geringer als in anderen Ländern, in denen die Kulturwirtschaft teilweise sogar absolut schrumpfte. Die Vorstellung muss aufgegeben werden, dass Kulturwirtschaft ein stabil über dem Trend der Gesamtwirtschaft wachsender Sektor sei: auch sie ist Krisen und Rückschlägen unterworfen. Immerhin fiel das Platzen der Internetblase Anfang des Jahrhunderts in den Berichtszeitraum, was gerade in der Kulturwirtschaft erhebliche realwirtschaftliche Auswirkungen hatte und sich im beschriebenen Befund möglicherweise widerspiegelt.

Zusammenfassend lässt sich nach den niedersächsischen und auch nach den im Vergleich herangezogenen Zahlen sagen, dass sich als Faustformel für das im Kultursektor insgesamt »bewegte Finanzvolumen«[3] ungefähr ein Verhältnis einstellt, nach dem sich

Kulturwirtschaft : Öffentliche Kultur : Intermediärer Sektor
wie
100 : 10 : 1

verhalten. Die Kulturwirtschaft bewegt also ungleich mehr Mittel als die Öffentliche Kultur, diese wiederum lässt den intermediären Anteil des Kultursektors weit hinter sich. Die Faustformel könnte vielleicht auch dazu beitragen, die Diskussion über die relative Bedeutung der drei Teilbereiche im Kultursektor zu versachlichen.

Anders liegen die Zahlenverhältnisse übrigens in der Musikwirtschaft. Hier ist die Zahlenreihe ungefähr

100 : 20 : 0,5.

Dies zeigt die deutlich größere Bedeutung der öffentlichen Aktivitäten in Musik und Musikwirtschaft.

Einige Einzelergebnisse der statistischen Untersuchung sollten in der fachlichen Diskussion weiteres Interesse finden. So wird erstmals mit vorläufigen Zahlen – und zunächst noch für die Gesamtwirtschaft – geschätzt, welches Potenzial in der Kulturwirtschaft zu erwarten ist, wenn man die »kleinste Kulturwirtschaft« unter der umsatzsteuerlichen Abschneidegrenze von 17 500 Euro berücksichtigt. Das Ergebnis ist ernüchternd: Es wäre – auch in der kleinteilig strukturierten Kulturwirtschaft – keine relevante Korrektur der Umsatzzahlen zu erwarten. Allerdings baut sich in jenen Kleinstunternehmen der Kulturwirtschaft möglicherweise sozialer Sprengstoff auf. Weder über die Einkommensverhältnisse noch über soziale Sicherungsstrategien ist hier Zuverlässiges bekannt. Die Ergebnisse aus Niedersachsen machen deutlich, dass hier dringend eine neue Forschungslinie in der Kulturwirtschaftsforschung eröffnet werden sollte: In neuer begrifflicher Abgrenzung

2 Das Bezugsjahr für öffentliche Kulturausgaben ist 2004.

3 Dies ist ein bewusst unscharfer Begriff, um inkompatible Zahlen trotzdem in eine Relation setzen zu können: Eine die Wirtschaftsstatistik, die Aktivitäten der öffentlichen Hände und des intermediären Sektors zusammenführende statistische Nomenklatur gibt es nicht.

und unter Berücksichtigung neuer kulturwirtschaftlicher Selbständigkeit braucht es einen neuen »Künstlerreport«, eine umfassende empirische Erhebung der wirtschaftlichen und sozialen Verhältnisse. Der letzte Künstlerreport von Karla Fohrbeck und Andreas J. Wiesand datiert aus den siebziger Jahren.[4]

In der statistischen Detailuntersuchung der Musikwirtschaft wird versucht, die Relationen zwischen öffentlich generierten und privatwirtschaftlichen Umsätzen ebenso wie die zwischen öffentlich generierter und musikwirtschaftlicher Beschäftigung auszuloten, soweit dies mit statistischen Mitteln möglich ist.

Es soll an dieser Stelle nicht weiter vertieft werden, welche Schwächen der statistischen Betrachtung der Kulturwirtschaft immanent sind. Über die Abschneidegrenze ist schon gesprochen worden. Die Beschäftigtenstatistik erfasst nur einen Teilbereich der kulturwirtschaftlichen Beschäftigung. Über strategisch wichtige Bereiche gerade im öffentlichen und im intermediären Teilsektor gibt es – wenn überhaupt – keine amtliche, sondern bestenfalls nicht-amtliche Zahlen. Vieles bleibt im Dunkeln, insbesondere das, was für einen strategischen politischen Umgang mit der Kulturwirtschaft und Kulturwirtschaftsförderung wichtig zu wissen wäre.

Möchte man Spenden, Stiftungsmittel und andere Quellen der Kulturfinanzierung untersuchen, so kann die amtliche Statistik allenfalls die Grundlage für Schätzungen sein. Aus der Einkommensteuerstatistik etwa kann auf das private (steuerlich anerkannte) Spendenaufkommen geschlossen werden, aber nicht isoliert auf diejenigen Spenden, die für Kultur zur Verfügung stehen.

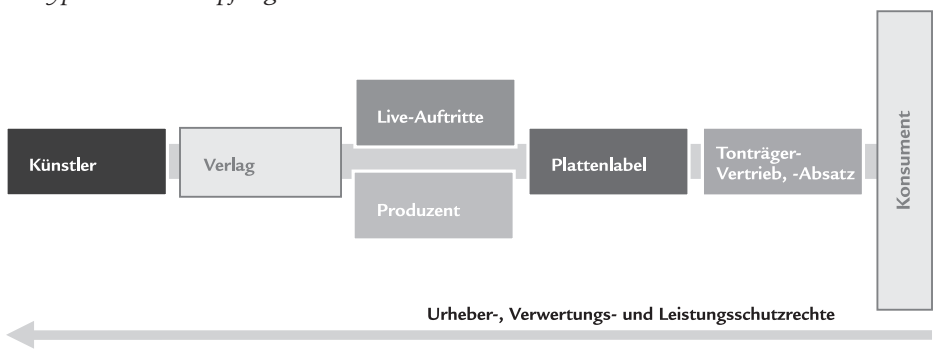
Wertschöpfungsbeziehungen

In einem großen qualitativen Teil untersucht der Bericht, wie die Wertschöpfungszusammenhänge im Musiksektor aussehen. Die Vogelperspektive der Statistik wird verlassen, die Akteure werden auf der Ebene der konkreten Leistungserstellung aufgesucht. Die Analyse zeichnet nach, welchen Weg Musik von der künstlerischen Produktion bis zum Konsumenten zurücklegt. Die detaillierte Darstellung der Zusammenhänge wurde in persönlichen Gesprächen mit Akteuren im niedersächsischen Musiksektor erhoben.

Ausgangspunkt ist das Modell einer idealtypischen Wertschöpfungskette für den Musiksektor. Musik geht von den Urhebern aus, also von den Komponisten und Interpreten. Auf dem Weg von der musikalischen Schöpfung zum Markt sind Musikverlage, Produzenten, Plattenlabel, der Handel beteiligt, bis sich die Wertschöpfung schließlich beim Konsumenten realisieren muss.

4 Karla Fohrbeck und Andreas J. Wiesand: *Der Künstler-Report. Musikschaffende. Darsteller/Realisatoren, Bildende Künstler/Designer*, München: Hanser, 1975. – Die *Enquete-Kommission »Kultur« in Deutschland* trägt im 4. Kapitel ihres Berichts (Deutscher Bundestag (Hrsg.): *Kultur in Deutschland. Schlussbericht der Enquete-Kommission des Deutschen Bundestages*, Regensburg: ConBrio 2008) vor allem rechtliche Materialien und einige statistische Daten zur »wirtschaftlichen und sozialen Lage der Künstler« zusammen, dies ersetzt jedoch nicht eine grundlegende Untersuchung des Feldes. Eine eigenständige umfassende Untersuchung zur sozialen Lage von Künstlern war von der Kommission nicht in Auftrag gegeben worden.

Idealtypische Wertschöpfungskette Musik



Ziel der vertiefenden Untersuchung ist, dieses idealtypische Bild auf Übereinstimmung mit dem realen Geschehen im Musiksektor zu überprüfen, zu vertiefen, und wo notwendig zu modifizieren. In der Untersuchung zeigt sich sehr schnell, dass Musik im Kleinen und Lokalen ganz anders funktioniert als im »großen Musikgeschäft". Hier kann nur ein Ausschnitt der Untersuchung vorgestellt werden. Im Folgenden soll beispielhaft eine These zur kleinen Musikszene im Bereich des Rock und Pop – musikwirtschaftlich ohnehin das bedeutendste Teilfeld – diskutiert werden.

Die in der idealtypischen Wertschöpfungskette (*siehe oben*) ausdifferenzierten Funktionen fallen in der kleinen Musikwirtschaft immer mehr zusammen: Außer von den Großen werden professionelle Dienstleistungen durch spezialisierte Firmen kaum mehr nachgefragt, sie sind meist schlicht zu teuer. Künstler (in Rock und Pop fallen die Rollen des Komponisten, Texters und Interpreten nicht selten zusammen) sind so in ihrer Karriere für lange Zeit oder sogar durchgängig auf sich selbst gestellt. Erst wenn sie erfolgreich sind, können sie auf ein externes professionelles Management zurückgreifen. Auf der anderen Seite ist das Selbstmanagement aber auch leichter möglich: durch den Preisverfall beim elektronischen Equipment und durch die stetig steigenden Möglichkeiten, sich selbst oder in Künstlernetzwerken auszuhelfen, sind die karrierewichtigen ersten Plattenaufnahmen und der Musikvertrieb (Internet) in gewissem Rahmen notfalls auch ohne Hilfe spezialisierter Firmen möglich.

Nur wenigen Künstlern gelingt der Durchbruch nach oben. Der Musikermarkt ist stark besetzt, der Markt der Tonträger schrumpft seit Jahren. Allerdings hat sich in den letzten Jahren das Live-Geschäft positiv entwickelt, so dass Einbußen im Plattenmarkt durch Mehreinnahmen hier teilweise kompensiert werden können.

Aus der Sicht von Musikförderung und Musikwirtschaftlich ist interessant, dass es einen Arbeitsmarkt für solche freiberufliche Musiker gibt, für die die Ein-

künfte aus der künstlerischen Kernaktivität nicht zum Leben reichen. Die für die Musiker möglichen Einkünfte allerdings sind auf diesem Markt oft bescheiden. Es kennzeichnet jedoch den Sektor der Rock- und Popmusik, dass vielen Künstlern die Musik zu wichtig ist, um den Beruf zugunsten einer außermusikalischen Beschäftigung aufzugeben. Wie sieht der musikalische Alltag hier aus? Die Rock- und Popmusiker der »Regionalliga« singen oder spielen zum Broterwerb in mehreren, oft ganz unterschiedlichen Formationen, Live-Auftritte sind die wesentliche Umsatzquelle. Nicht selten kommt eine – wenn auch oft nur geringfügige – Anstellung hinzu, die zusätzlich zu den mehr oder weniger zufallsabhängigen Einkünften aus der musikalischen Tätigkeit ein sicheres Grundeinkommen garantiert. Den Sektor kennzeichnet so die Patchwork-Beschäftigung; eine einzige Einkommensquelle reicht meist nicht aus.

In der Patchwork-Beschäftigung von Musikern spielen – das ist ein kulturpolitisch unmittelbar relevantes Ergebnis der Untersuchung in Niedersachsen – die öffentlichen Musikschulen eine nicht unwichtige Rolle. Sie waren nicht nur in vielen Fällen die erste Station der Ausbildung zu professionellen Musikern. Fast noch wichtiger ist, dass sie in einem beachtlichen Ausmaß Beschäftigung sichern. Nach der statistischen Erhebung gibt es in Niedersachsen – quer durch alle Musikgenres und durch alle Beschäftigungsformen – circa 18 000 Beschäftigte im Musiksektor. An den öffentlichen Musikschulen Niedersachsens – dies ist nicht Teil der genannten Zahl – arbeiten 2 400 teilzeitbeschäftigte Mitarbeiter. Unsere Interviews in der niedersächsischen Musikszene lassen den Schluss zu, dass viele Teilzeitbeschäftigte an den Musikschulen neben dieser Tätigkeit freiberuflich als Musiker arbeiten. So bieten Musikschulen in der sonst eher unsteten Einkommenslage nicht wenigen Musikern ein Stück Kontinuität und wirtschaftliche Sicherheit.

Was für Rock und Pop in Niedersachsen gilt, kann mit einigen Abweichungen auch von anderen populären Musikgenres gesagt werden. Die Untersuchung zeigt, dass der Musiksektor auf allen Ebenen von kleinsten und kleinen Akteuren dominiert wird. Nur ein kleiner Teil der Künstler kann von der freiberuflich ausgeübten Musik alleine leben. – Aber auch in anderer Hinsicht sind die Ergebnisse aus Niedersachsen übertragbar: Das »kleine Musikgeschäft« dürfte woanders in der Bundesrepublik unter denselben strukturellen Voraussetzungen funktionieren wie in Niedersachsen.

Die Verhältnisse in der E-Musik hingegen liegen etwas anders, weil gerade hier die öffentlichen Hände massiv als Trägerinnen von Institutionen und als Förderer tätig sind. Gleichwohl gibt es auch in der E-Musik relevante musikwirtschaftliche Akteure. Und auch hier ist die wirtschaftliche Krise der Musikwirtschaft und der Tonträgerindustrie, wenn auch noch abgeschwächt, zu spüren. Auch hier gilt, dass der Markt sehr stark besetzt ist, dass es ein Überangebot an Musikern und Absolventen von Musikhochschulen und Konservatorien gibt. Entsprechend gibt es hier einen Trend und Druck in die musikwirtschaftliche Selbständigkeit, ein marginales musikwirtschaftliches Unternehmertum allerdings, das sich statistisch kaum zeigt, weil es unterhalb der statistischen Wahrnehmungsschwellen liegt.

Auch die musikalische Laienkultur Niedersachsens ist Thema im Kulturwirtschaftsbericht. Impulse auf die Musikwirtschaft gehen von hier kaum aus. Allerdings zeigt sich ein reiches Musikleben, das in der musikalischen Bildung gerade dort hineinwirkt, wo die Musikschulen aus sozialen und geographischen Gründen musikalisch Begabte und Interessierte nur schwer erreichen.

Die Untersuchung des Wertschöpfungsfeldes der Musikwirtschaft in Niedersachsen erlaubt einen tieferen Einblick in das wirtschaftliche Geschehen in der Musik. Dabei sind weniger die großen musikwirtschaftlichen Betriebe als die kleine Musikwirtschaft von Interesse. Ohne Künstler gibt es keine Kulturwirtschaft, ohne Musiker keine Musikwirtschaft. Wenn man die Zusammenhänge der kleinen Musikwirtschaft versteht, dann sind Schlussfolgerungen möglich, welche Handlungsfelder der auf Kulturwirtschaft gerichteten Wirtschaftsförderung offen stehen und wie eine die Kulturwirtschaftsförderung einbeziehende Kulturpolitik agieren müsste. Es bleibt eine kulturpolitische Entscheidung, ob Musik förderungswürdig ist und welche Musikgenres bei einer Förderung berücksichtigt werden sollen. Wenn diese Entscheidung kulturpolitisch sorgfältig getroffen ist, dann können kulturpolitische Förderinstrumente aufgelegt werden, die neben der Musik auch die Effekte auf die Musikwirtschaft im Blick haben.

Christian Antz

Kreativwirtschaft aus der Provinz?

Die Potenziale der Medien- und Designwirtschaft in Sachsen-Anhalt

Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa, Deutschland und Sachsen-Anhalt

Noch vor zwei Jahren war der Begriff Kreativwirtschaft deutschlandweit nur Insidern bekannt. Jetzt ist er in aller Politiker und Analysten Munde und die vielen Begriffe, die diese Branche bezeichnen, wie Kreativwirtschaft, *creative industries*, *creative economy*, Kreativitätswirtschaft, Kreative Ökonomie oder Kulturwirtschaft verwirren nicht nur die Laien sehr leicht. Allein beim Thema der statistischen Abgrenzung der Branche ist es zwischen den europäischen Staaten und zwischen den deutschen Bundesländer sowie dem Bund noch zu keiner endgültigen Lösung gekommen. Die Kulturwirtschaft Sachsen-Anhalts umfasst alle Wirtschaftsbetriebe und erwerbswirtschaftlichen Aktivitäten, die für die Vorbereitung, Schaffung, Erhaltung und Sicherung von künstlerischer Produktion, Kulturvermittlung und/oder medialer Verbreitung Leistungen erbringen oder Produkte herstellen oder veräußern.

Über die eigene Branche hinaus erbringt die Kultur- und Kreativwirtschaft aber auch Leistungen für andere Branchen. Das Kreativbusiness vernetzt unterschiedliche Teilmärkte, die von den Branchen Musik, Literatur, Kunst, Film oder Fernsehen bis zu den entsprechenden Wirtschaftszweigen von Tonträgerindustrie, Verlagswesen oder Kunstmarkt reichen. In allen Bereichen setzt sich zunehmend der Trend durch, dass eine ästhetisch gelungene Gestaltung ausschlaggebend für wirtschaftlichen Erfolg ist. Die Kreativwirtschaft weist daher hohe Wachstumsdynamik und großes Beschäftigungspotenzial auf. Weltweit wird erkannt, dass die Verbindung von kultureller Kreativität mit Wirtschaft und Technologie einen wesentlichen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung einer Region leistet. Nach den Theorien von Richard Florida ist die Kreative Klasse darüber hinaus:

Abbildung 1: Kulturwirtschaft in Sachsen-Anhalt in Anlehnung an die europäische Abgrenzung

I. Kulturwirtschaft (1–9)		
1	Verlagsgewerbe	Buch-, Presse-, Musik und sonstige Verlage, Tonträgerindustrie
2	Filmwirtschaft	Filmproduktion einschließlich TV-Filmproduktion, Vertrieb, Verleih, Kino
3	Rundfunk-/ TV-Unternehmen	Hörfunk-, TV-Unternehmen
4	Darstellende Künste, Musik, Literatur etc.	Selbständige Künstler in bildender, darstellender Kunst, Literatur und Musik, private Theater- / Kleinkunstszene, Theater-/ Konzertdirektionen, Balletts, Opern, Künstleragenturen, bühnentechnische Betriebe
5	Journalisten-/ Nachrichtenbüros	Selbständige Journalisten, Pressefotografen und Nachrichtenbüros
6	Museumsshops, Kunstausstellungen	kommerzielle Museumsaktivitäten/Kunst- und Kunstgewerbe-ausstellungen etc.
7	Handel mit Büchern, Musikalien, Kunst	Buchhandlungen, Musikfachgeschäfte, Galerien, Kunsthandel
8	Architekturbüros	Innen-, Garten- und Landschaftsgestaltung, Hoch-/Tiefbauarchitekten, ohne Ingenieure
9	Designbüros	Büros für Industrie-, Produkt-, Grafik- und Kommunikationsdesign
II. Kreativbranchen (10–11)		
10	Werbebüros	Werbevermittlung
11	Software/Games	Softwareentwicklung und -beratung
I.+II. Creative Industries		

- Wachsender Wirtschafts- und Bildungsmotor,
- Wichtiger Standort- und Imagefaktor,
- Hohes Potenzial für die Stadtentwicklung.

In Deutschland schenkte Nordrhein-Westfalen als erstes Bundesland der Kulturwirtschaft als eigenständigem Feld der Wirtschaftspolitik Beachtung. Bereits 1992 hat Nordrhein-Westfalen einen Kulturwirtschaftsbericht veröffentlicht, als andere Länder oder der Bund das Thema eher belächelten. Diesem Beispiel folgten denn auch andere Bundesländer mit großem zeitlichen Abstand: zum Beispiel 2001 Sachsen-Anhalt, 2003 Hessen, 2004 Schleswig-Holstein sowie 2005 Berlin. Auch die Bundesregierung erkennt nunmehr die immensen Wachstumschancen und Beschäftigungspotenziale in dieser Branche. Das Jahr 2008 wird das erste in der deutschen Politik sein, in dem sich drei Bundesministerien zeitgleich für die Kreativwirtschaft engagieren. Das kommt einem Aufbruch für die deutsche Kreativwirtschaft gleich, birgt aber auch die Gefahr der volkswirtschaftlichen Überbewertung.

Die *Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland«* beendete im Jahre 2007 ihre Arbeit mit der Vorlage ihres Schlussberichts, in dem auch aus Sicht der Kultur der Kulturwirtschaft ein breiter Rahmen und eine große Bedeutung eingeräumt wurde. Der Bericht ist eine Bestandsaufnahme des kulturellen Lebens in Deutschland mit über 400 Empfehlungen zur Verbesserung der Rahmenbedingungen. Bezüglich des Feldes der Kulturwirtschaft empfiehlt die *Enquete-Kommission* Bund, Ländern und Kommunen unter anderem:

- Kultur- und Kreativwirtschaft als politische Querschnittsaufgabe im politisch-administrativen System zu verankern;
- spezifische Instrumente zur Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft zu entwickeln (unterschiedlichen Betriebsgrößen Rechnung tragen, Förderung auch für Einzelkünstler ermöglichen, Vergabe von Kleinstkrediten);
- Zugang zu öffentlichen Förderungen zu vereinfachen;
- Liegenschaften einer Zwischennutzung für Künstler und künstlerisch-kreative Akteure zugänglich zu machen, sofern eine andere Verwertung entsprechend den Zielen der Kommunalentwicklungsplanung zumindest vorübergehend nicht möglich ist.

Parallel hat das *Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie* 2007 gemeinsam mit dem *Beauftragten für Kultur und Medien* eine »Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung« ins Leben gerufen, die Aktivitäten und Möglichkeiten zusammen mit einigen anderen Ministerien künftig strategisch bündeln soll. Wichtiges Ziel der Initiative ist es, die Bedeutung dieses Wirtschaftszweigs stärker in das politische Bewusstsein zu rücken und diesem die gleiche Anerkennung zu geben, wie sie etablierten Wirtschaftszweigen zukommt. In einem ersten Schritt wird 2008 eine Bestandsaufnahme der Potenziale und Herausforderungen vorgenommen, in einem zweiten Schritt gleichzeitig konkrete Handlungsempfehlungen erarbeitet. Diesen Prozess begleiten unter anderem ein verstärktes Referat im Bundeswirtschaftsministerium, ein neu eingerichtetes Referat beim Bundeskulturbeauftragten sowie die Arbeitsgruppe der Länderwirtschaftsministerien. Im Mittelpunkt stehen bei allen Länder- und Bundesaktivitäten die spezifischen Belange dieses überwiegend sehr kleinteiligen Wirtschaftszweiges. Die politische Begleitung und Unterstützung zielt vor allem auf eine effektivere Vernetzung, die Verbesserung der förderpolitischen Rahmenbedingungen und einen optimierten Zugang zu Daten und Informationen.

Die von der Europäischen Kommission in Auftrag gegebene und bereits 2006 vorgestellte Studie *Economy of Culture in Europe* hat ebenfalls gezeigt, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft zu den erfolgreichsten europäischen Wirtschaftsfeldern der vergangenen Jahre gehört. Im Jahr 2003 betrug der Jahresumsatz des kulturellen und kreativen Sektors in der Europäischen Union über 654 Milliarden Euro. Der Beitrag dieses Wirtschaftsbereiches zum Bruttoinlandsprodukt der EU lag bei 2,6 Prozent. Von 1999 bis 2003 belief sich der Gesamtzuwachs durch die Wertschöpfung des Kultur- und Kreativwirtschaftssektors auf 19,7 Prozent. Das

sind 12,3 Prozentpunkte mehr als das allgemeine europäische Wirtschaftswachstum im selben Zeitraum vorweisen kann. Die europäische Kultur- und Kreativwirtschaft leistet außerdem einen großen Beitrag zur Beschäftigung in Europa. Im Jahr 2004 waren innerhalb der EU 5,8 Millionen Menschen in diesem Wirtschaftssektor beschäftigt, was 3,1 Prozent der insgesamt in der EU Beschäftigten entspricht. Während die Gesamtbeschäftigung in der Europäischen Union zwischen 2002 und 2004 abnahm, legte sie im kulturellen und kreativen Sektor um 1,85 Prozent zu.

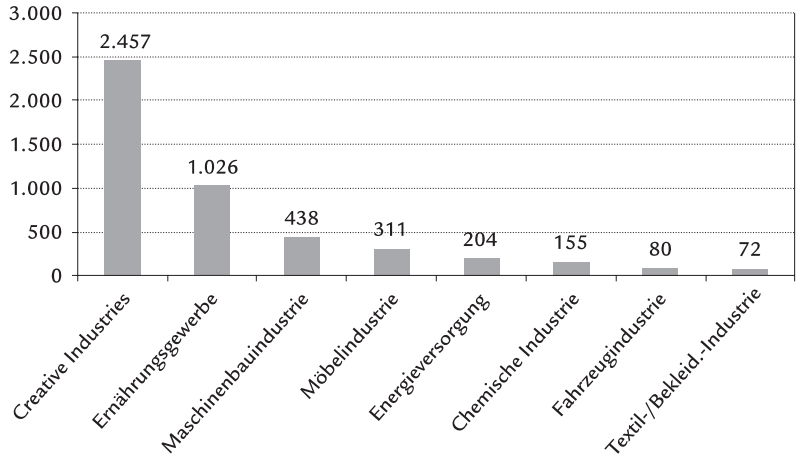
Deutschland stellt dabei mit 975 000 die meisten Beschäftigen, gefolgt von Großbritannien mit 883 000 und Frankreich mit 496 000. Der Umsatz der deutschen Kreativwirtschaft liegt nach EU-Angaben mit 126 Milliarden Euro Umsatz im Jahr 2003 praktisch gleichauf mit dem in Großbritannien (132 Mrd. Euro). In Europa nimmt die deutsche Kreativwirtschaft also eine führende Rolle ein. Zudem arbeiten in Deutschland mehr Menschen in der Kultur- und Kreativwirtschaft als zum Beispiel in der Automobilindustrie. Der Kultur- und Kreativwirtschaftssektor ist dabei geprägt von einer hohen Zahl von hochqualifizierten Beschäftigten und einem großen Anteil von selbstständig Tätigen.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist ein Wachstumsmarkt, der unter Einbeziehung der Ressource Kreativität für Wohlstand und Arbeit in Europa und Deutschland sorgt und künftig sorgen wird. Da kulturelle und kreative Güter in der Regel auf ein stark lokales Publikum innerhalb eines gemeinsamen Sprach- und Kulturraums ausgerichtet sind, sind Verlagerungen von Wirtschaftsteilen dieses Sektors ins außereuropäische Ausland zudem weniger ausgeprägt als in anderen Bereichen. Auch wirken sich Kultur und Kreativität positiv auf die soziale Integration aus und tragen so nachhaltig zu einer friedvollen Entwicklung der Gesellschaft bei. Der Ausbau dieses Wirtschaftssektors sollte daher nicht nur von großem Interesse für die Europäische Union, sondern auch für die Bundesrepublik Deutschland sein.

Kreativwirtschaftszweige in Sachsen-Anhalt

Der erste Kulturwirtschaftsbericht Sachsen-Anhalts aus dem Jahr 2001 hatte eine sehr umfängliche und grundsätzliche Potenzialanalyse durchgeführt sowie Handlungsempfehlungen zur Weiterentwicklung gegeben. Auf Grundlage der Erfahrungen aus drei Kulturwirtschaftsberichten in Nordrhein-Westfalen wurden Rückschlüsse auf die Branchen in Sachsen-Anhalt gezogen. Die Herausforderung des zweiten Kulturwirtschaftsberichtes des Jahres 2006 bestand darin, nunmehr kulturwirtschaftliche Bereiche zu identifizieren, die besondere Chancen haben werden, in der zukünftigen Entwicklung des Standortes Sachsen-Anhalt eine herausragende Rolle zu übernehmen. Im Kulturwirtschaftsbericht des Landes Sachsen-Anhalts 2006 und in dem Teil der darauf aufbauenden Clusterpotenzialanalyse 2008 wurden die Defizite und Chancen der sich herauskristallisierenden Branchen Designwirtschaft und Medienwirtschaft herausgearbeitet.

Abbildung 2 : Unternehmen der Creative Industries im Branchenvergleich traditioneller Industrien in Sachsen-Anhalt 2004

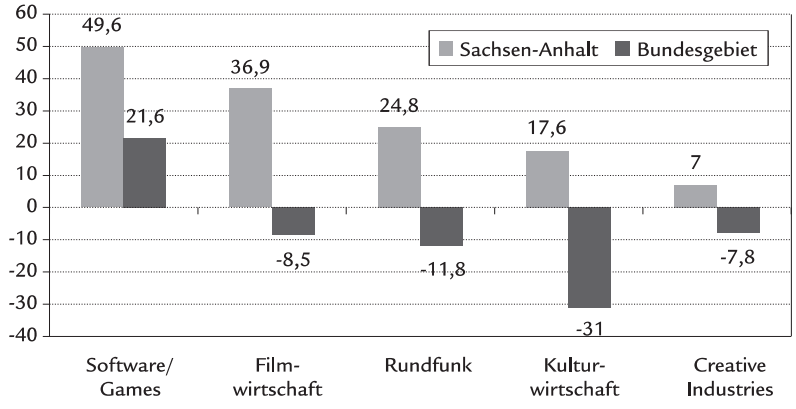


Anzahl der Unternehmen absolut *Quelle:* AG Kulturwirtschaft Sachsen-Anhalt 2006

Für eine inhaltliche Untersetzung der Fortschreibung des Kulturwirtschaftsberichtes wurden drei Expertenworkshops durchgeführt, mit dem Ziel Handlungsfelder zu identifizieren und zu konkretisieren, kulturwirtschaftliche Beschäftigungspotenziale zu ermitteln und Spezialthemen zu definieren. Im Ergebnis wurde deutlich, dass einerseits eine Fortschreibung quantitativer Daten inklusive der regionalökonomischen Wirkung notwendig ist. Als vertiefende Spezialthemen wurden andererseits die *Internationale Bauausstellung Sachsen-Anhalt 2010*, die Betrachtung der *kulturhistorischen Leuchttürme und UNESCO-Welterbestätten*, der *Kulturtourismus* oder auch die *Design- und Medienwirtschaft* ermittelt. Als Spezialthemen für eine intensivere Betrachtung wurden letztlich in der Diskussion die Bereiche Design- und Medienwirtschaft festgelegt, da bereits ein Handbuch Kulturtourismus im Rahmen der Tourismus-Studien Sachsen-Anhalts 2006 vorgelegt werden konnte.

Der zweite Kulturwirtschaftsbericht ist nicht ein einziger Gesamtbericht, sondern gliedert sich in zwei separate Studien, die von zwei Expertenteams erarbeitet wurden. Die erste Studie »Auf dem Weg in die kreativen Räume der Zukunft« wurde durch die *Arbeitsgemeinschaft Christoph Weckerle, Michael Söndermann und Christoph Backes* erstellt. Sie umfasst eine fachwissenschaftliche und fachpolitische Diskussion zur »Kulturwirtschaft« als theoretische Grundlage, eine statistische Analyse der Kulturwirtschaft in Sachsen-Anhalt und im Bundesländervergleich mit dem Branchenschwerpunkt Designwirtschaft, sowie Handlungsempfehlungen zur weiteren Entwicklung der Kulturwirtschaft in Sachsen-Anhalt. Die zweite Studie des Kulturwirtschaftsberichtes 2006 wurde durch Prof. Dr. Martin Rosenfeld und

Abbildung 3 : Vergleich der Umsatzentwicklung in der Kulturwirtschaft/ den Creative Industries in Sachsen-Anhalt und im Bundesgebiet



Quelle: AG Kulturwirtschaft Sachsen-Anhalt 2006

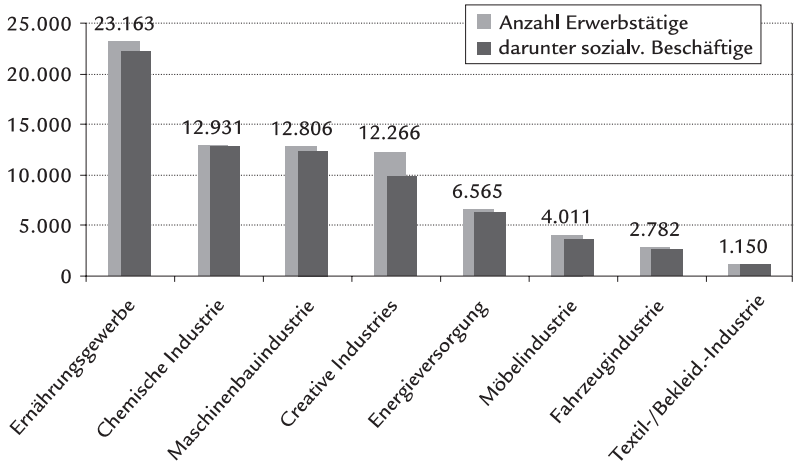
seinem Team vom *Institut für Wirtschaftsforschung Halle (IWH)* erstellt und betrachtet den Medienstandort Sachsen-Anhalt. Aufgezeigt werden »Strategien und Handlungsoptionen für eine ziel- und zukunftsorientierte Ausrichtung der Medienwirtschaft in Sachsen-Anhalt (am Beispiel des Standortes Halle)«. Die Arbeitsgruppe um Michael Söndermann legt mit der Studie zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Sachsen-Anhalt außerdem eine statistische Analyse der Branche vor, die deutlich macht, dass Sachsen-Anhalt im Bereich der Designwirtschaft ein hervorgehobener Standort im Bundes und Branchenvergleich ist.

Die Berichte haben ergeben, dass die Kulturwirtschaft in Sachsen-Anhalt in den vergangenen Jahren zu einem wesentlichen wirtschafts- und beschäftigungspolitischen Faktor geworden ist – Tendenz steigend. Im Vergleich zur bundesweiten Entwicklung haben zum Beispiel die *creative industries* in Sachsen-Anhalt zwischen den Jahren 2000 und 2004 eine deutlich bessere Umsatzentwicklung erreicht. Während im Bundesdurchschnitt die Kulturwirtschaft ein Umsatzminus von 7,8 Prozent hinnehmen musste, konnte Sachsen-Anhalt einen Zuwachs von 7 Prozent erreichen. Zu berücksichtigen ist jedoch, dass die sachsen-anhaltinische Umsatzbasis im Vergleich zum Bundesgebiet noch relativ schmal ist.

Kultur und Kulturwirtschaft in Sachsen-Anhalt

Die wirtschaftliche Relevanz von öffentlichen Kultureinrichtungen steht im zweiten Kulturwirtschaftsbericht, wie bereits im ersten aus Gründen der Abgrenzung zur eigentlichen (Privat-)Wirtschaft, zwar nicht im Zentrum der Untersuchung,

Abbildung 4 : Beschäftigungsmarkt der Creative Industries im Branchenvergleich traditioneller Industrien in Sachsen-Anhalt 2004



Anzahl der Erwerbstätigen absolut *Quelle:* AG Kulturwirtschaft Sachsen-Anhalt 2006

dennoch ist bemerkenswert, was von den Sachverständigen unter verschiedenen Gesichtspunkten festgestellt wird: Die Akteure in nicht gewinnorientierten Sektoren sind gerade dann unverzichtbar, wenn es um zukunftsträchtige ökonomische Perspektiven geht. Öffentliche und gemeinnützige Kulturinstitutionen stellen nicht nur wichtige »weiche Standortfaktoren« dar, sondern bilden unterstützende, komplementäre Strukturen. Die Wechselbeziehungen zwischen den privatwirtschaftlich, gewerblich ausgerichteten Unternehmen einerseits und den Institutionen im öffentlichen beziehungsweise gemeinnützigen Bereich andererseits wirken auf beiden Seiten stimulierend. Mit dem öffentlichen Gut »Kultur« sind unter anderem auch günstige ökonomische Auswirkungen verbunden. Für die spezifische Qualität öffentlicher Kulturgüter kommt es allerdings gerade darauf an, dass ein schöpferischer Freiraum existiert, in welchem Kunst und Kultur mit ihrem Selbstzweck zur Geltung gelangen. Auch die 2006 vorgelegte Studie der EU-Kommission *The Economy of Culture* insistiert insbesondere auf die Lissabon-Strategie. Das heißt, analog zu Richard Florida werden neben Wachstum und Beschäftigung kulturelle Beiträge zur Kohärenz des Gemeinwesens herausgestellt, die als Voraussetzung für eine erfolgreiche wirtschaftliche Entwicklung angesehen werden müssen.

Die »Auswirkung der Kultur auf das lokale sozioökonomische Umfeld« wird von der EU ausdrücklich hervorgehoben, da »sie als Mittel zur Stärkung der sozialen Integration und des territorialen Zusammenhaltes dient«. Der Präsident der EU-Kommission, José Manuel Durão Barroso, hat 2004 auf der Berliner Konfe-

renz »Europa eine Seele geben« ausdrücklich betont: »Europa ist nicht nur gleichbedeutend mit Märkten, sondern auch mit Werten und Kultur ... Wirtschaft brauchen wir, um zu leben – Kultur macht unser Leben lebenswert!« Im Rahmen der deutschen EU-Ratspräsidentschaft 2007 wurde diese Thematik erneut auf die Agenda gesetzt. Auch in der kürzlich in Kraft getretenen UNESCO-Konvention zur kulturellen Vielfalt wird das Ziel gestellt, »die besondere Natur von kulturellen Aktivitäten, Gütern und Dienstleistungen als Träger von Identität, Werten und Sinn anzuerkennen«. Als Leitgrundsatz wird in der Konvention auf die »Komplementarität der wirtschaftlichen und kulturellen Aspekte der Entwicklung« orientiert. Diese Gesichtspunkte sind auch im Kulturwirtschaftsbericht von Sachsen-Anhalt 2006 berücksichtigt worden. Die drei Sektoren kultureller Produktion bedingen einander:

- 1. Sektor: der öffentliche, der Inhalte transportieren will,
- 2. Sektor: der private, der Geld verdienen möchte und
- 3. Sektor: das bürgerschaftliche Engagement, das sich unter anderem selbst verwirklicht.

Ohne Kulturwirtschaft gäbe es kein breites und bedarfsgerechtes Angebot (keine Bücher, keine Noten und keine Instrumente, keine Grafiken, keine Filme und DVDs usw.). Umgekehrt bedarf die Kulturwirtschaft bestimmter öffentlicher Vorleistungen (Ausbildung des kreativen Personals und ebenfalls kulturell gebildete Nutzer der Angebote beziehungsweise anspruchsvolle »Kultur-Konsumenten«). Regional und lokal lassen sich die (monetäre Werte schöpfende) Wirtschaft und die (ideelle Werte generierende) Kultur in der Kulturwirtschaft oftmals zum gegenseitigen Vorteil kombinieren. Angesichts der fortgeschrittenen Ausdifferenzierung moderner Gesellschaften sind zwar im Normalfall separate Sektoren vorauszusetzen, dennoch lässt sich feststellen, dass die Kreativen in der Kulturwirtschaft von Sachsen-Anhalt nicht nur (einen noch steigerungsfähigen) Umsatz erzielen und Arbeitsplätze schaffen, sondern quasi auch einen Werte-Transfer leisten, indem sie sinnstiftende Elemente in die Ökonomie einbringen.

Da in der Realität zwischen den Sektoren keine starren Grenzen und sogar Überschneidungen bestehen, kooperieren die Unternehmer der Kulturwirtschaft mit dem gemeinnützigen Bereich. Teilweise haben die erfolgreichen Kulturunternehmer selbst Erfahrungen im öffentlichen Sektor gewonnen, oder sie sind temporär (projektbezogen) dort engagiert. Eine (kulturpolitische) Herausforderung besteht darin, den Mehrwert aus produktiven Wechselwirkungen der verschiedenen Sektoren zu optimieren, günstige Rahmenbedingungen zu schaffen und auf vorteilhafte Voraussetzungen für alle Partner hinzuwirken. Für die aus den Analysen abgeleiteten Handlungsstränge von beiden Sektoren, Kultur und Kulturwirtschaft in Sachsen-Anhalt, gilt grundsätzlich die Formel:

- Stärken ausbauen,
- Schwächen minimieren.

Abbildung 5: Designwirtschaft in Sachsen-Anhalt 2004–2005

Wirtschaftsbranche	Unternehmen Anzahl 2004	Umsatz in Tsd. Euro 2004	sv. Beschäftigte Anzahl 2005
Designwirtschaft ges.	405	78.034	637
darunter: Industriedesign	27	8.972	38
Produktdesign	75	6.060	18
Kommunikationsdesign	303	63.002	581

Quelle: AG Kulturwirtschaft Sachsen-Anhalt 2006

Der zweite Kulturwirtschaftsbericht soll in dieser Hinsicht Impulse für den Diskurs vermitteln und Problem- beziehungsweise Handlungsbewusstsein wecken. Schon in der Phase der Erarbeitung gab es verschiedene Workshops und auch ein Kulturforum des *Kultursenates Sachsen-Anhalts*, auf dem Zwischenergebnisse zur Diskussion gestellt wurden. Dieser Dialog zwischen Sachverständigen, Kulturpolitikern, kulturwirtschaftlichen Unternehmern und Vertretern der Kulturszene wird in Sachsen-Anhalt fortgesetzt.

Designwirtschaft in Sachsen-Anhalt

Die Designwirtschaft beeinflusst nachweislich Wertschöpfungsprozesse in nahezu allen Wirtschaftsbranchen Sachsen-Anhalts. Das Land besitzt mit der »Designwirtschaft« zunächst international bedeutende, historisch verwurzelte Traditionen, die ununterbrochen bis zur Jahrhundertwende um 1900 zurückreichen. Dazu gehört neben der *Hochschule Burg Giebichenstein* in Halle und der *Hochschule Magdeburg-Stendal* (hervorgegangen aus der *Kunstgewerbeschule Magdeburg*) vor allem das weltweite Markenlabel *Bauhaus Dessau*. In Sachsen-Anhalt findet heute die Design-Ausbildung in der Themenbreite von Kommunikations- bis Industriedesign an verschiedenen Hochschultypen in Halle, Dessau und Magdeburg mit unterschiedlichen Schwerpunkten, Zielstellungen und Gewichtungen statt. Die Ausbildungsstruktur bildet einen exzellenten Hintergrund für eine sich entwickelnde Zukunftsbranche Designwirtschaft. Im Umfeld der Hochschulen entstehen »kreative Szenen«, die mittlerweile zu einer verstärkten Entwicklung von Ausgründungen führen. Die Akteure beginnen sich untereinander zu vernetzen, wie das Projekt »Triebwerk Halle« als kreative Keimzelle der Designwirtschaft und als Instrument der Stadtentwicklung zeigt. Die zentralen Designwirtschaft-Standorte sind in Sachsen-Anhalt Halle und Magdeburg.
Die Untersuchung geht davon aus, dass bei der Entwicklung der Kreativwirtschaft in Sachsen-Anhalt die Industriedesignbranche eine Schlüsselstellung einnehmen wird. Sie kann zu einer Leitbranche für die gesamte Kulturwirtschaft und *creative industries* in Sachsen-Anhalt werden. Die ersten Arbeitsziele orientieren sich an

von den Akteuren benannten Engpässen für die Designwirtschaft. Gleichzeitig spielt die Vernetzung der Designbranche mit den wachsenden Industriezweigen Sachsen-Anhalts eine entscheidende Rolle. Nach dem Kulturwirtschaftsbericht verfügt die Branche Designwirtschaft in Sachsen-Anhalt bisher kaum

- über ein starkes Netzwerk von Design, Hochschulen, Verwaltungen, Kammern und anderen Wirtschaftszweigen,
- über eine starke Identifikation der Akteure als Branche der Kulturwirtschaft,
- über spezielle Anlaufstellen in Fragen zu Design- und Wirtschaftsförderung,
- über spezielle Instrumente gegen charakteristische Entwicklungshemmnisse der Designwirtschaft (Qualifizierung, Business Development, Netzwerke, Environments),
- über ein Standort-Design.

Aus den vorgenannten Schwachpunkten ergeben sich notwendigerweise Strategie- und Handlungsansätze. Die unterschiedlichen Akteure müssen zum Beispiel im Hinblick auf ökonomische Bildung weiterqualifiziert werden. Spezifische Förderinstrumentarien sollen unter anderem eine nachhaltige Netzwerkbildung ermöglichen, Investitionen vorantreiben und wirtschaftliche Verwertungsmöglichkeiten für Produkte aus anderen Branchen unterstützen, wie beispielsweise aus dem Bereich neuer Technologien. Sachsen-Anhalt hat aus der Zusammenarbeit mit anderen betroffenen Ministerien, gebündelt in der *Interministeriellen Arbeitsgruppe Kreativwirtschaft* (Wirtschafts- und Kultusministerium, Staatskanzlei, Investitions- und Marketinggesellschaft), mit Wirtschaftspartnern und Fachwissenschaftlern der Hochschulen bereits erste Schritte festgelegt, um die Bereiche (Industrie-)Design und Medien entsprechend ihrer wirtschaftlichen Bedeutung zu stärken.

Um die Handlungsschwerpunkte zur Stärkung der Design- und Medienwirtschaft in Sachsen-Anhalt gebündelt umsetzen zu können, plant das Land eine zentrale Anlauf- und Kompetenzstelle Kreativwirtschaft einzurichten, die nach dreijähriger Förderung sich selbsttragend entwickelt hat. Neben der Arbeit für die Designwirtschaft wird das Kompetenzzentrum auch für alle anderen Bereiche der Kreativwirtschaft, insbesondere in Ergänzung zum Mitteldeutschen Multimediazentrum in Halle für die Medienwirtschaft als Dienstleister auftreten. Das Kompetenzzentrum hat die zentrale Aufgabe, Maßnahmen zu bündeln, Förderinstrumentarien zu spezifizieren und Netzwerke zu stricken. Dabei setzt die Branche auch auf internationale Ausstrahlung und auf die Verbesserung der Wahrnehmung in der regionalen und überregionalen Wirtschaft. Zentrale Ziele des Kompetenzzentrums sind unter anderem die:

- Motivation, und Förderung von jungen Kreativen, Firmen und Gründern,
- Vernetzung der Kreativen untereinander,
- Vernetzung der Designer mit Medienschaffenden und der regionalen und nationalen Wirtschaft,
- Vermittlung betriebswirtschaftlicher Zusammenhänge in Praxisprojekten,

Abbildung 6: Medienwirtschaft in Sachsen-Anhalt 2004–2005

Wirtschaftsbranche	Unternehmen Anzahl 2004	Umsatz in Tsd. Euro 2004	sv. Beschäftigte Anzahl 2005
Buch-/Pressemarkt insg.	711	460.599	4.523
Film-/ Rundfunk-/Phonomarkt	521	153.314	2.277
Musikwirtschaft insg.	334	75.189	1.804
Kommunikationsdesign	296	85.508	2.374
Darstellende und Unterhaltungskunst	196	32.227	1.493

Quelle: AG Kulturwirtschaft Sachsen-Anhalt 2006

- Vermittlung der Bedeutung und Umgang von und mit neuen Technologien in Praxisprojekten,
- Vermittlung von Sonderwissen durch Experten,
- Entwicklung von Modellprojekten mit neuen Medien und Technologien,
- Förderung von Innovationen im Design- und Medienbereich,
- Stärkung eines positiven Images der Design- und Medienwirtschaft in und außerhalb von Sachsen-Anhalt.

Medienwirtschaft in Sachsen-Anhalt

Die vorgelegte Studie zur Medienwirtschaft ist die erste quantitative und qualitative Untersuchung der medienwirtschaftlichen Entwicklung in Sachsen-Anhalt seit der politischen Entscheidung zur Förderung dieser Branche über die *Mitteldeutsche Medienförderung GmbH (MDM)* im Jahre 1998. Die Landesregierung hatte sich seinerzeit zum Ziel gesetzt, Halle als Entwicklungsschwerpunkt der Medienwirtschaft sowie als adäquates Pendant zu Leipzig aufzubauen. Die Studie bestätigt rückblickend die Richtigkeit dieser Entscheidung, denn sowohl hinsichtlich des eingetretenen Aufwuchses hochqualifizierter Medienarbeitsplätze als auch hinsichtlich der erreichten Qualität der jetzt in Halle tätigen Unternehmen und Institutionen kann sich der Standort im nationalen und internationalen Vergleich sehen lassen. Es wird sogar eine entwicklungsfähige clusterähnliche Struktur festgestellt.

Vor dem gewachsenen kulturellen Hintergrund der Stadt Halle besteht für Repräsentanten künstlerischer, technologischer und ökonomischer Kreativität (»kreative Klasse«), eine gute Voraussetzung für die Festigung eines Mediennetzwerks. Es ist gelungen, in Halle unternehmerische Potenziale besonderer Qualität in den Bereichen Animation, Filmtechnik (Postproduktion), Ton und Hörfunk (*Mitteldeutscher Rundfunk (MDR)*) aufzubauen. Sachsen-Anhalt bietet dazu eine Vielzahl von Hochschulausbildungen in Halle und Magdeburg an, die einen direkten oder mittelbaren Bezug zur Medienwirtschaft aufweisen. Besonders positive Standortfaktoren der Medienwirtschaft in Sachsen-Anhalt sind insgesamt:

- spezialisiertes Humankapital,
- medienspezifisches Sachkapital/Infrastruktur,
- kulturelle und sportliche Events,
- medienwirksame Locations,
- breit gefächerte kulturelle Szene,
- Mittelpunkt und Ansprechpartner der Medienwirtschaft ist das 2007 eröffnete *Mitteldeutsche Multimediazentrum (MMZ)* in Halle.

Der Branche Medienwirtschaft in Sachsen-Anhalt wurden jedoch auch noch folgende Mängel bescheinigt:

- Hinsichtlich der Vernetzung der Akteure gibt es noch Defizite, bei gleichzeitiger genereller Kooperationsbereitschaft aller medienrelevanten Organisationen und Akteure.
- Es fehlen privatwirtschaftliche, auch überregional agierenden Medienfirmen.
- Es besteht Handlungsbedarf auf dem Gebiet der branchenspezifischen, wirtschafts- und förderrelevanten Beratungs- und Betreuungsleistungen.

Die Gründung der *MDM* war 1998 die geeignete Maßnahme in Mitteldeutschland, insbesondere in Sachsen-Anhalt, zu erreichen, dass wirtschaftlich relevante Medienproduktionen sowie medientechnische Dienstleistungen für die Filmwirtschaft (Postproduktion) im Land stattfinden. Die *MDM* hat sich bis heute mit den von ihr geförderten Produktionen auch international einen hervorragenden Ruf erarbeitet und zieht kontinuierlich Filmprojekte, Ansiedlungsvorhaben und Ausbildungsinitiativen nach Sachsen-Anhalt (speziell nach Halle). Ohne die *MDM* hätte die eingetretene Entwicklung, die 1998 bei der Filmproduktion vom Nullpunkt aus begann, nicht erreicht werden können.

In Halle sind die *Martin-Luther-Universität* und die *Hochschule für Kunst und Design Burg Giebichenstein* ansässig und vernetzen Medienwissenschaft und Medienausbildung mit der Medienwirtschaft. Events und Branchentreffs wie »forward2business«, »Cartoon Masters«, »Werkleitz Biennale«, »Sputnik Turntable Days«, »Mitteldeutscher Medienstammtisch« locken regelmäßig Branchengrößen an die Saale. Ein bedeutender Faktor für den Medienstandort Halle bilden zwei journalistische Branchengrößen: im Zeitungsbereich das *Mitteldeutsche Druck- und Verlagshaus (Mitteldeutsche Zeitung)* und im Radiobereich der *Mitteldeutsche Rundfunk (MDR)*. Gerade der *MDR*, der auch städtebaulich mit seiner Nähe zum *MMZ* den Medienstandort Halle markiert, bietet für die Firmen weitere inhaltliche Verknüpfungsmöglichkeiten.

Im Zentrum des Medienstandorts Halle steht das *MMZ* als Gründerzentrum der Medienbranche in Sachsen-Anhalt. Hier befruchten sich Ausbildung, Wissenschaft und Wirtschaft. Die hochwertige Ausstattung mit 1 000 m² Ausstellungsfläche, Kongress- und Meetingräumen, einem Kino mit 200 m² und 177 Sitzplätzen spricht vor allem die audiovisuelle Medienwirtschaft an: Film, Fernsehen, Hörfunk, Spiele- und Videodesigner, Animationsfilmer und Firmen aus dem Bereich 3D-Pro-

duktion und -technik finden hier beste Bedingungen. Junge Produktionsfirmen wie *Schmidtz Katze*, *42 Film* und traditionsreiche Firmen wie *NFP teleart*, aber auch Produktionsunternehmen und technische Dienstleister wie *METRIX Media* und *digital images* agieren in Halle. *MotionWorks* zählt zu den größten deutschen Animationsstudios. Das *MMZ* spielt zudem eine bedeutende Rolle bei der Aus- und Weiterbildung im Medienbereich: Hier hat zum einen die *International Academy of Media and Arts* ihren Sitz, die gemeinsam mit der *European Animation Masterclass* eine Weiterbildungsoffensive für den europäischen Animationsnachwuchs organisiert. Mit der Fertigstellung des *Multimediazentrums Halle* wurde eine neue Stufe der Standortentwicklung in der Medienwirtschaft Sachsen-Anhalts erreicht, die mit zusätzlichen hohen Erwartungen für weitere Erfolge verbunden ist. Da die Flächen des *MMZ* schon jetzt weitgehend von Unternehmen belegt sind, sollte die Stadt Halle gemeinsam mit den zuständigen Ministerien – eventuell in Zusammenhang mit der *Internationalen Bauausstellung IBA Sachsen-Anhalt 2010* – eine städtebauliche Strategie mit dem Ziel entwickeln, ein Medienquartier und das *MMZ* zu etablieren.

Ausblick

Den »Oscar« für den *Besten animierten Kurzfilm* hat 2008 der polnisch-britische Animationsfilm »Peter und der Wolf« nach Sergej Prokofiev gewonnen. Die Regisseurin Suzie Templeton und Produzent Hugh Welchman von *BreakThru Films* nahmen den Filmpreis in Los Angeles entgegen. Der Film wurde in den polnischen *Se-ma-for Studios* in Zusammenarbeit mit dem halleschen Klassiklabel *Arthaus Musik* produziert. Gemastert und für den internationalen Vertrieb angefertigt wurde die DVD von *digital images* in Halle. Dies ist nur eine Erfolgsgeschichte der Kreativwirtschaft in Sachsen-Anhalt.

creative industries in Sachsen-Anhalt wachsen, dennoch stehen sie im Umbruch. Dies könnte in einem Land des Umbruches wie Sachsen-Anhalt auch kaum anders sein und überrascht nicht. Überraschend ist aus Sicht der traditionellen Wirtschaftspolitik, dass in dieser Grundbefindlichkeit die Chance des Standortes liegt, Kreative und Innovationen noch stärker als bisher anzuziehen. Wie schon in anderen Städten und Regionen Europas in den 1990er Jahren kann sich Kulturwirtschaft in gesellschaftlichen Umbrüchen gut entwickeln. Es entstehen nicht nur Ideenreichtum sondern auch so genannte harte Fakten wie Arbeitsplätze und Einkommen. Sachsen-Anhalt kann als Standort der Kreativwirtschaft jenseits der Metropolen Akzente im Hinblick auf Qualifizierung und Vermarktung setzen.

Der Forschungsbericht zeigt, dass es für das Land Sachsen-Anhalt von erheblicher Bedeutung sein wird, die Weichenstellungen für die zukünftige Entwicklung der Kulturwirtschaft in ihren regionalen Räumen zu entfalten. Die Kulturwirtschaft und die *Creative Industries* fassen querschnittsartig unterschiedliche Kultur- und Kreativbranchen zusammen, die durch technologische und digitale Entwicklungen getrieben werden. Sie werden dadurch prinzipiell standortungebunden – wie das Beispiel des Films »Peter und der Wolf« zeigt – und können sich sowohl in der

Provinz wie in den urbanen Räumen entfalten. Hier werden diejenigen Entwicklungsbedingungen entscheidend sein, die Experiment, Kreativität und Innovations zulassen. Sachsen-Anhalt verfügt über sehr gute »experimentelle Räume«, die die Entwicklung neuer kultureller und kreativer Dienstleistungen und Produkte ermöglichen. Solche experimentellen Räume sind Gegenmodelle zu urbanen Zentren.

Als besonders geeignete Branchen können hier die Medien- und die Designwirtschaft Schlüsselpositionen in Sachsen-Anhalt einnehmen. Sie können zu Leitbranchen für die gesamte Kulturwirtschaft und die *Creative Industries* in Sachsen-Anhalt werden, weil sie die Produktionsschnittstellen zu vielen anderen Kulturbranchen aufweisen, weil sie bereits heute über Kristallisationskerne in Halle und Magdeburg verfügen, und weil sie eine unverwechselbare und historisch relevante Tradition vorzuweisen haben.

Der Dank für ideelle, inhaltliche und textliche Unterstützung gilt Prof. Dr. Martin Rosenfeld und Michael Söndermann und ihren Teams für ihre kulturwirtschaftlichen Analysen, Claus Peter Bossmann, Dr. Thomas Hertel und Bettina Quäschning von der »Interministeriellen Arbeitsgruppe Kreativwirtschaft in Sachsen-Anhalt« für ihre kritischen Bewertungen und Karin Freistedt für ihre umfangreichen Ausarbeitungen sowie allen Genannten für ihr umsetzungsorientiertes Engagement für die Kreativwirtschaft in Sachsen-Anhalt.

Literatur

Arbeitsgemeinschaft Christoph Backes, Michael Söndermann, Christoph Weckerle (Bearbeiter) (2006): *Auf dem Weg in die kreativen Räume der Zukunft. Das Forschungsprojekt Kulturwirtschaft in Sachsen-Anhalt*, Magdeburg (2. Kulturwirtschaftsbericht Sachsen-Anhalt A) http://www.design-sachsen-anhalt.de/ download/ kwbsa06.pdf (Seite 33–146)

Arbeitsgemeinschaft Prof. Dr. Andreas J. Wiesand, Dr. Ingrid Brück, Prof. Dr. Reinhold Viehoff, Dr. Friedrich Gnad (Bearbeiter) (2001): *Kulturwirtschaft in Sachsen-Anhalt. Bedeutung, Strukturen, Handlungsfelder*m Magdeburg (1. Kulturwirtschaftsbericht Sachsen-Anhalt)

Enquete-Kommission des Deutschen Bundestages (2007): *Kultur in Europa. Schlussbericht*, Berlin, insbesondere Kultur- und Kreativwirtschaft, S. 333–376

IWH Halle, Prof. Dr. Martin Rosenfeld, Dr. Peter Franz, Christoph Hornych, Michael Schwartz (Bearbeiter) (2006): *Strategien und Handlungsoptionen für eine ziel- und zukunftsorientierte Ausrichtung der Medienwirtschaft in Sachsen-Anhalt (am Beispiel des Standortes Halle)*, Magdeburg (2. Kulturwirtschaftsbericht Sachsen-Anhalt B) http://www. design-sachsen-anhalt.de/ download/kwbsa06.pdf (Seite 148–251)

VDI Technologiezentrum Düsseldorf, Bernhard Hausberg, Raimund Glitz, Silke Stahl-Rolf, Technopolis Wien, Alexandra Rammer, Leonhard Jörg (Bearbeiter) (2008): *Clusterpotenzialanalyse in Sachsen-Anhalt*, Magdeburg, insbesondere Kreativwirtschaft, S. 87–93

Tobias J. Knoblich

Die Bedeutung der Kulturwirtschaft in Mitteldeutschland

Eine sächsische Perspektive

»Mitteldeutschland reloaded«: 1926/2008

Mitteldeutschland ist eine Kulturregion sui generis. Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen sind eigenständige Bundesländer, doch verbinden sie Traditionen, Wirtschaftsstrukturen und auch künstlerische Lebensläufe, die sie aus kultureller Sicht häufig als Einheit erscheinen lassen. Die heutigen Landesgrenzen treten gedanklich zurück, wenn man sich etwa von Leipzig nach Merseburg, von Naumburg nach Weimar oder von Zwickau nach Altenburg begibt; zwar werden jeweils Ländergrenzen überschritten, doch kulturgeschichtlich und mental ist Einendes dominant. Gewiss wirken dabei auch die Zerschlagung der Länder durch die DDR und deren kleinteilige Ersetzung durch Bezirke nach.

Es gibt zunächst einen Zusammenhang zwischen Bodenschätzen, fruchtbarem Land und notwendigen Infrastrukturen, der den Raum im Dreieck Erfurt, Chemnitz, Magdeburg nachhaltig geprägt hat; im engeren Sinne denken wir vor allem an die Braunkohle- respektive Chemieregion zwischen Halle, Leipzig und Dessau. Noch früher war es auch der Salzabbau, der Mitteldeutschland prägte. Wirtschaftliche Stärke, Erschließung, dichte Besiedelung und kulturelle Vielfalt gingen hier Hand in Hand.

Kulturgeschichtlich betreten wir in Mitteldeutschland mit seinen Residenzen und landschaftlichen Schönheiten geistig überformtes und vielfältig gestaltetes Land. Vor allem kunstsinnige Fürsten, reiche Bürger, aber auch die Kirche hinterließen ein dichtes Netz an Bauwerken (vor allem Schlösser, Burgen, Kirchen), Siedlungsstrukturen, bedeutenden Verkehrswegen und Kunstschätzen, die ohne territoriale Querverbindungen in allen heutigen drei mitteldeutschen Ländern nicht zu verstehen sind. Der Protestantismus – ausgehend von Wittenberg – hat nicht nur das geis-

tige Milieu oder den Buchdruck in der Region befördert, sondern zugleich eine mentale Basis geschaffen, die die Menschen wie Wissenschaft und Kunst gleichermaßen beeinflusst hat. Lucas Cranach in Weimar mag dies ebenso illustrieren wie August Hermann Francke in Halle, deren Denken und Menschenbild weit reichende Wirkungen zeitigten. Bei letzterem über Mitteldeutschland hinaus bis in die Neue Welt.

In letzter Zeit mehren sich die Stimmen jener, die gern an Aufbrüche aus der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts anknüpfen möchten, wo Mitteldeutschland als Region dezidiert in den Blick genommen und zu einer »Vereinheitlichung« gebracht werden sollte. Im Jahr 1926 entschloss sich der Landtag der Provinz Sachsen zu einer bemerkenswerten und umfänglich dokumentierten Initiative, indem er vor dem Hintergrund schwerer wirtschaftlicher Krisen die Preußische Staatsregierung um Unterstützung bei einer möglichst einheitlichen und rationellen Bewirtschaftung Mitteldeutschlands ersuchte. (Vgl. Landeshauptmann der Provinz Sachsen 1927) Zur Bestimmung der auch heute nur vage zu beschreibenden Region bemerkte der *Mitteldeutsche Verkehrsverband* 1928: »Mitteldeutschland – seine genaue Abgrenzung ist nicht immer leicht, und da, wo sie selbstverständlich sein sollte, hat oft geschichtlich Gewordenes die Abgrenzung schwer gemacht. Die preußische Provinz Sachsen und der Freistaat Anhalt bilden den Kern des mitteldeutschen Bezirkes, dem jedoch auch westliche Teile Thüringens ebenso zuzurechnen sind, wie man nicht ohne weiteres an der freistaatlich sächsischen Grenze überall wird Halt machen können und wie auch nach Nordwesten hin der Blick ins Braunschweigische hinein gehen muss.« (Mitteldeutscher Verkehrsverband 1928: 4)

Ein zentrales Problem war seinerzeit, dass die Länder Thüringen, Anhalt und Braunschweig nicht zum Verband des Preußischen Staates gehörten und durch Staatsverträge auf allen relevanten Gebieten hätten verpflichtet werden müssen, Rechtsgleichheit aller Handelnden sicherzustellen. Wie vertrackt die Geschichte der Territorien und die Wege zur Einheit aussahen, belegt das der Dokumentation beigefügte Kartenmaterial, das die Grenzentwicklung Mitteldeutschlands quasi von den Anfängen bis zur damaligen Gegenwart nachzeichnet. Spätestens bei den Unterkapiteln zu Enklaven und Exklaven, deren vertraglichen Regelungen sowie kleinen Grenzregulierungen wird dem Leser klar, dass wir heute eine vergleichsweise komfortable Situation vorfinden. Allerdings trifft nach dem Verlust der ostdeutschen Gebiete durch den Zweiten Weltkrieg die Bezeichnung Mitteldeutschland geographisch nicht mehr zu, sie beschreibt heute vielmehr den Süden Ostdeutschlands. Wenn wir von Mitteldeutschland reden, meinen wir in der Regel die Einheit dieser drei südlichen ostdeutschen Bundesländer; präzisere Abgrenzungen sind mir aus der Praxis nicht geläufig.

Man bezog sich in den 1920er Jahren jedoch nicht nur auf Mitteldeutschland als eine der wichtigsten Wirtschaftsregionen Europas, sondern betonte auch deren kulturellen und landschaftlichen Reichtum. Es ist diese Zusammenschau von Wirtschaft, Verkehr und Kultur, die für eine Einheit der Region spricht und damals bereits auch touristisch vermarktet wurde, wenn man so will. Was könnte das für eine Gesamtbetrachtung der öffentlichen und privaten Kulturträger heute bedeuten?

Kultur in Mitteldeutschland heute

Was Kultur und Medien im engeren Sinne anbelangt, so gibt es viel Einigendes, das gegenwärtig schon gemeinsam bearbeitet wird. Die Intensität des Blickes variiert dabei: während Sachsen-Anhalt für viele Themen schon mitteldeutsche Übersichtskarten erstellt hat – etwa zu Gedenkstätten, UNESCO-Welterbestätten oder Burgen und Schlössern – und durchaus in diesen Dimensionen denkt, sind Sachsen und Thüringen noch zurückhaltender. Dennoch gibt es schon eine gemeinsame Vermarktung der Bach-Stätten in allen drei Ländern, unter Beteiligung des Bundes eine Pflege der mitteldeutschen Barockmusik, den *Mitteldeutschen Rundfunk (MDR)* oder etwa die *Mitteldeutsche Medienförderung (MDM)*. Die Kultursenate des Freistaates Sachsen und des Landes Sachsen-Anhalt treffen sich regelmäßig und suchen – unter teilweiser Beteiligung von Vertretern des Freistaates Thüringen, der über keinen Senat verfügt – Themen, die sie im mitteldeutschen Horizont bearbeiten können. Besonders intensiv befassten sie sich bisher mit dem Kultur- und Bildungsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, insbesondere im Hörfunkbereich; ein Unterfangen, das aus Perspektive nur eines Bundeslandes zum Scheitern verurteilt wäre. Dazu führten sie jüngst eine grundlegende Sondersitzung mit hochrangigen Vertretern des *MDR* durch.

Bei aller Verlockung, die sich im Detail ergibt und den Horizont umfassender Gestaltung freigibt, – es bleibt bei der Kulturhoheit der Länder und je eigenen, differenten Kulturkonzepten, eine »Länderehe« ist nicht in Sicht. Und die Unterschiede zwischen den Kulturauffassungen der Länder sind durchaus groß, vergleicht man beispielhaft die Theater- und Orchesterpolitik der letzten Jahre in Thüringen mit den Wirkungen des sächsischen Kulturraumgesetzes auf diesem Gebiet; ebenso erhellend wäre auch der Vergleich der Strategien zur Spartenbildung im Bereich der freien Kulturarbeit aller drei Länder oder der strukturellen Ansätze zur Bewirtschaftung und Entwicklung von Schlössern, Burgen und Parks. Immerhin gibt es in Sachsen auch eine bemerkenswert stabile »grenzüberschreitende« Zusammenarbeit mit Thüringen: die *Vogtland-Philharmonie Reichenbach-Greiz*. Im Übrigen ging der erste Gesetzentwurf des Kulturraumgesetzes noch davon aus, dass an historische Räume umfassend anzuknüpfen sei, ungeachtet der Ländergrenzen. Die sächsischen Kulturräume reichten danach weit nach Thüringen, Sachsen-Anhalt, aber auch Tschechien und Bayern hinein (das Vogtland etwa ist eine Region, die sich sowohl nach Thüringen und Tschechien als auch nach Bayern fortsetzt; der Kulturraum Vogtland als Zweckverband jedoch umfasst nur die Stadt Plauen und den sächsischen Vogtlandkreis).

Wie immer die Wege nach der Etablierung eigenständiger Landeskulturpolitiken nach Auslaufen der Übergangsfinanzierung Kultur des Bundes ausfielen, alle drei Länder verfügen über eine außerordentlich hohe Kulturdichte und großes kulturtouristisches Potenzial. Letzterem kommt eine Schlüsselfunktion für die Entwicklung dieser Länder zu, die in anderen Bereichen wenig vergleichbare wirtschaftliche Wachstumsoptionen haben. Möglichkeiten und Desiderate dazu

hat Cornelia Dümcke bereits 2002 am Beispiel der Blaubucheinrichtungen für ganz Ostdeutschland aufgezeigt. (Dümcke 2002) Da sich die überwiegende Anzahl jener Einrichtungen in Mitteldeutschland befindet, ist die Untersuchung für diese Region eine wichtige Quelle und sollte mit erweitertem Untersuchungsdesign einmal direkt auf Mitteldeutschland fokussiert werden, um konkrete gemeinsame Entwicklungsstrategien voranzutreiben.

Kultur- und Kreativwirtschaft in Mitteldeutschland

Darüber hinaus wissen wir aus einer Studie aus dem Jahr 2007 (Lange 2007), die ganz Mitteldeutschland in den Blick nimmt, über welches Potenzial im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft die Städte dieser Region verfügen. Allen voran führt Leipzig die Entwicklung an mit 16,8 Prozent Wachstum im Beschäftigtensektor in sieben Jahren. Im gleichen Zeitraum verringerte sich der Anteil der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnisse in Mitteldeutschland insgesamt um 13,4 Prozent. Nicht zuletzt diese Erkenntnis führte auch dazu, dass die Stadt Leipzig der Kulturwirtschaft eine Schwerpunktposition in ihrem noch als Entwurf vorliegenden Kulturentwicklungsplan einräumte.

Die genannte Studie war im Auftrag der *Wirtschaftsinitiative für Mitteldeutschland* entstanden und wurde präsentiert auf einer Zukunftskonferenz unter dem Motto »Standortfaktor Kreativität – Mitteldeutschland im internationalen Wettbewerb«. (www.zukunftskonferenz-mitteldeutschland.de beziehungsweise www.mitteldeutschland.com) Der Initiative ging es nach eigenen Angaben in diesem Zusammenhang unter anderem darum, regionales Bewusstsein für neue Standortfaktoren zu schaffen, unternehmerische Handlungsansätze zur Förderung von Kreativität aufzuzeigen und eine überregionale Wahrnehmung durch moderne Standortentwicklung zu schaffen. Als Vision formuliert die Initiative: »Mitteldeutschland zählt im Jahr 2015 zu den attraktivsten und innovativsten Wirtschaftsregionen in Europa und verbindet dynamisches Wachstum mit hoher Lebensqualität.« (www.mitteldeutschland.com; Zugriff vom 3.5.2008) Betrachtet man die Ziele, die die Wirtschaftsinitiative grundsätzlich verfolgt, scheinen diese wie eine zeitgemäße Formulierung und Fortführung dessen, was die Gutachter für den wirtschaftlichen Aspekt der mitteldeutschen Einigung 1927 geschrieben hatten. (Vgl. Landeshauptmann der Provinz Sachsen 1927, Zweiter Teil: 3 ff. – »Die wirtschaftliche Einheit Mitteldeutschlands«) Ihr geht es um:

- die Entwicklung einheitlicher Rahmenbedingungen für Unternehmen,
- den Aufbau selbst tragender, international wettbewerbsfähiger Cluster,
- die Einheitliche und gemeinsame Vermarktung des Wirtschaftsstandortes,
- die Erhöhung der Standortattraktivität für Investoren und Kreativkräfte,
- die Stärkung der Innovationsfähigkeit kleiner und mittlerer Unternehmen sowie
- die Gewinnung der wichtigsten Städte und Unternehmen als Mitglieder.
  (www.mitteldeutschland.com, Zugriff vom 4.5.2008)

Mindestens zwei der genannten Ziele betreffen direkt die Entwicklung der Kreativ- und Kulturwirtschaft: das vierte sowie das fünfte. Besonders die Innovationsfähigkeit kleiner und mittlerer Unternehmen ist hervorzuheben, da vor allem die kleinen beziehungsweise auch Mikrounternehmen immer stärker die Entwicklung dieses Feldes bestimmen. (Söndermann 2007: 5) Ferner scheint die Vision in Hinblick auf die hohe Lebensqualität nur dann erreichbar, wenn es sowohl eine dichte öffentliche Kulturinfrastruktur als auch eine lebendige privatwirtschaftlich getragene Infrastruktur im Kultur- und Medienbereich gibt. Die grundlegenden Wechselwirkungen zwischen beiden Sektoren sind bekannt. Die Strategie der mitteldeutschen Vernetzung auf dem Gebiet der Wirtschaft kann aus meiner Sicht folglich nur gelingen, wenn nicht nur die Kultur- und Kreativwirtschaft, sondern das gesamte System kultureller Wertschöpfung in die Überlegungen eingebunden wird.

Wie genau kennen wir nun die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in den einzelnen mitteldeutschen Bundesländern, welche Arbeiten dazu liegen bisher vor?

Am intensivsten hat sich das Land Sachsen-Anhalt mit diesem Themenbereich auseinandergesetzt. Bereits im Jahr 2001 erschien der erste, im Jahr 2006 der zweite Kulturwirtschaftsbericht, gefolgt von einer Clusterpotenzialanalyse der Branchen Design- und Medienwirtschaft im Jahr 2008. Auch liegt ein Handbuch zum Kulturtourismus vor, das im Rahmen von Tourismus-Studien Sachsen-Anhalts erarbeitet worden ist. (Vgl. den Beitrag von Christian Antz in diesem Band) Die Freistaaten Thüringen und Sachsen laborieren gerade intensiv an ihren ersten Kulturwirtschaftsberichten, wobei Thüringen dem Vernehmen nach dem Thema Kulturtourismus eine hervorgehobene Stellung im Kulturwirtschaftsbericht einräumen will. Thüringen verfügt über keine großen Metropolen, sondern wird neben seinen Kulturstädten stark ländlich geprägt. Folglich will das Land in seinem Kulturwirtschaftsbericht auch die regionale Verteilung kulturwirtschaftlicher Aktivitäten herausarbeiten. Über die Berichte und deren Schwerpunkte im Einzelnen können aufgrund der laufenden Arbeitsprozesse leider noch keine Aussagen getroffen werden.[1] Jedoch wissen wir allein von Sachsen, dass die Kulturwirtschaft hier mit einem Umsatzanteil von 2,5 Prozent am Gesamtumsatz Sachsens (Jahr 2005) an vierter Stelle hinter Bayern, Hessen und Nordrhein-Westfalen rangiert.[2] Auch ist bekannt, dass sich die statistisch verfügbaren Wirtschaftsbranchen regionaltypisch ausdifferenzieren und Traditionen sichtbar werden, die keinen unerheblichen Anteil am Erfolg der Teilmärkte haben, etwa die Musikinstrumentenproduktion im Vogtland, die erzgebirgische Volkskunst oder das Oberlausitzer Kunsthandwerk. Darüber hinaus gibt es freilich Regionen, die über spezifische Wachstumsfelder verfügen, denken wir an die Rolle des Kunsthandels und der Medienwirtschaft in Leipzig und Umgebung. Grundsätzlich ist bei allen drei Länder mit sehr guten Voraussetzungen für eine Weiterentwicklung der Kulturwirtschaft

1 Der sächsische Kulturwirtschaftsbericht soll Ende November 2008 der Öffentlichkeit präsentiert werden, der thüringische im Oktober 2008.
2 Datengrundlage: Michael Söndermann, Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln.

zu rechnen; allein die vorliegenden Ergebnisse für Sachsen-Anhalt sprechen für sich: die Umsatzentwicklung in den einzelnen Branchen liegt signifikant über den Gesamtbundeswerten. (Vgl. die Übersicht von Christian Antz in diesem Band für die Zeitspanne 2000/2004)

Die bundesweite Diskussion ist vom Bemühen um eine einheitliche Definition und Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland geprägt. Inwieweit dieses Desiderat für den mitteldeutschen Raum erfüllt werden kann, um auf der Grundlage der einzelnen Berichte und erhobenen Daten auch Aussagen über mögliche gemeinsame Strategien ableiten zu können, ist noch nicht abschließend einzuschätzen. Eine weitere wichtige heuristische Frage ist auch, in welches Verhältnis privatwirtschaftliche Aktivitäten und öffentlicher Kulturbetrieb respektive öffentliche Kulturförderung gesetzt werden, denn es darf nicht nur um eine wirtschaftspolitische, sondern muss auch um eine kulturpolitische Betrachtung gehen. Dies erfordert unter anderem besonderes Augenmerk auf die sogenannte Freie Szene, deren Eigenwirtschaftskraft und Bedeutung im Kontext regionaler Wirtschaftskreisläufe, aber auch auf die Überschneidungsfelder öffentlicher und privater Kulturaktivitäten sowie die kulturtouristischen Effekte öffentlicher Kulturanbieter oder frei-gemeinnütziger Projekte.

Perspektiven für Mitteldeutschland

Mitteldeutschland ist vermutlich – und wie sich hoffentlich in Kürze zeigen wird – eine der kulturwirtschaftlich interessantesten Regionen Deutschlands; sie sollte sich historischer Bestrebungen nach enger Zusammenarbeit unbedingt entsinnen. Die mitteldeutschen Länder müssen die Erkundung ihrer kultur- und kreativwirtschaftlichen Potenziale stärker gemeinsam vorantreiben, nicht zuletzt weil wichtige Aktionsfelder – etwa im Medien- und Designbereich, aber auch im Kulturtourismus – ohnehin nur kooperativ begünstigt werden können.

Wünschenswert wäre, dass nach Vorliegen aller Bestandsaufnahmen eine länderübergreifende Initiative ins Leben gerufen wird, die Strategien der Potenzialförderung für Mitteldeutschland entwickelt, die in allen drei Ländern mit Hilfe komplementärer Förderpolitiken umgesetzt werden. Dabei geht es um eine Reihe von Bedarfen, die zum Teil bundesweit diskutiert werden und für die Akteure in Mitteldeutschland relevant sind, etwa:

- die Anerkennung des Querschnittscharakters von Kulturprojekten in allen Förderprogrammen, vor allem auf Länderebene (und damit die Erweiterung des Blicks auf die Wirkungen von Kunst und Kultur),
- die Förderung von Konzeptionen und Antragstellungen (Unterstützung bei der wirksamen und gründlichen Untersetzung von Ideen),
- die Entwicklung von Förderkriterien, die wirtschaftliche Aspekte von Kulturprojekten und -trägern systematisch in den Blick nehmen und u. a. die Markteintrittsphase unterstützen,

- die Ergänzung rein finanzieller Förderungen um Elemente der Beratung, Qualifizierung und Netzwerkbildung,
- die nachhaltige Begleitung von Akteuren und Vorhaben (nicht nur einmalige Produktionsförderung),
- die stärkere Verzahnung von Kultur- und Wirtschaftspolitik, etwa bei der Entwicklung einzelner Segmente und Formate (z. B. Festivals, historische Infrastrukturen u. ä.) beziehungsweise die Entwicklung kulturpolitischer und wirtschaftspolitischer Leitlinien, die die Bedeutung des öffentlichen und des privaten Kulturbetriebs sowie deren Schnittstellen und der wirtschaftlich relevanten Folgeerscheinungen des Bewirtschaftens »meritorischer Güter« systematisch aufarbeiten,
- die Identifikation von kulturwirtschaftlich besonders interessanten und wachstumsfähigen Regionen, die die Länder gemeinsam fördern können.

Besonders günstig wäre freilich die Entwicklung einer Rahmenkonzeption aller drei Länder, die sich auf wichtige gemeinsame Branchen und den Kulturtourismus in zentralen Regionen Mitteldeutschlands bezieht. Dies setzte allerdings voraus, dass die Länder im politischen Umgang mit ihren Expertisen zu einer bestimmten Freiheit des Handelns finden.

Literatur

Dümcke, Cornelia (2002): *Kultur und Tourismus in den neuen Ländern. Eine Untersuchung am Beispiel der kulturellen Leuchttürme und Gedächtnisorte*, Berlin

Landeshauptmann der Provinz Sachsen [Dr. Hübener] (Hrsg.) (1927): *Mitteldeutschland auf dem Wege zur Einheit*, Merseburg

Lange, Bastian (2007): *Kulturwirtschaft/Creativ Industries in den Städten Mitteldeutschlands*, Leipzig

Mitteldeutscher Verkehrsverband (Hrsg.) (1928): *Mitteldeutschland. Seine Eigenart und Schönheit*, Magdeburg

Söndermann, Michael (2007): *Kulturwirtschaft und Creative Industries 2007. Aktuelle Trends unter besonderer Berücksichtigung der Mikrounternehmen*, Berlin (hrsg. von der Bundestagsfraktion *Bündnis 90/Die Grünen*)

Christoph Backes, Sylvia Hustedt

Das »Modell Aachen«

Ein politik- und spartenübergreifender Erfolgsansatz

Einführung

Schon früh hat sich die Stadt Aachen mit den Potenzialen der Kulturwirtschaft in Aachen beschäftigt und zwar nicht nur unter dem Aspekt der viel zitierten »weichen Standortfaktoren«, sondern vielmehr unter dem Aspekt der Kulturwirtschaft als eigenem Wirtschaftsfaktor und Innovationsmotor für andere Branchen.

Erste Studien hatten in der Vergangenheit erkennen lassen, dass es ein Wachstumspotenzial bei Existenzgründungen im Raum Aachen gibt. Die Wirtschaftsregion Aachen ist im Vergleich zu anderen Standorten in einer vorteilhaften Situation – Innovationspotenzial aus Hochschul- und Forschungseinrichtungen sowie die Grenzlage zum benachbarten Ausland ließen Entwicklungsperspektiven vermuten.

Konsequenz dieser Erkenntnis war die Eröffnung eines vom *Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen* geförderten Gründerzentrums für kulturwirtschaftliche Existenzgründungen in Aachen im Juni 2004, welches sich mit seinem zukunftsweisenden Beratungskonzept innerhalb kürzester Zeit bei den Kulturschaffenden in und um Aachen etablierte und mittlerweile als Best-Practice-Beispiel überregional und international Aufmerksamkeit erhält. 498 Erstkontakte, 362 Erstberatungen, 77 Teilnehmer am Modellprojekt »KULTURunternehmen« innerhalb der ersten drei Jahre des Bestehens des *GründerZentrums Kulturwirtschaft e. V.* lassen die Potenziale Aachens in der Kulturwirtschaft nicht mehr nur erahnen. Mit sechs weiteren europäischen Städten aus Nord- und Westeuropa hat die Stadt Aachen und das *GründerZentrum Kulturwirtschaft e. V.* zudem ein Netzwerk (*Developing **E**conomic **C**lusters of **C**ultural **E**nterprises – ECCE*) geschaffen mit dem Ziel, Erfahrungen auf europäischer Ebene auszutauschen und gemeinsam Strategien zur Förderung kleiner und mittlerer Kultur- und Kreativunternehmen zu entwickeln, die den Bedürfnissen dieses Wirtschaftssektors gerecht werden und geeignet sind, dessen Potentiale zu stärken.

Die Weiterentwicklung des Themas »Kulturwirtschaft in Aachen« fand ihren Ausdruck in der Erstellung des ersten Kulturwirtschaftsberichtes für Aachen (Gründerzentrum Kulturwirtschaft Aachen 2005), welcher einen wertvollen Beitrag zur strategischen Ausrichtung der Stadt Aachen und des *GründerZentrums Kulturwirtschaft e. V.* in diesem Themenfeld leistete. Ferner bestätigt er die Potenziale der Kulturwirtschaft in Aachen ebenso wie die im Jahr 2007 von Michael Söndermann vorgelegten aktuellen Zahlen (Backes/Hustedt/Söndermann o.J.)[1]*: Rund 7,6 Prozent in der Aachener Gesamtwirtschaft zählen zu den creative industries*. Sie erwirtschaften 4,1 Prozent des gesamten Umsatzvolumens in der Stadt. Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten liegt bei 3 400 Personen und kommt auf einen prozentualen Anteilswert an der Gesamtwirtschaft von 3,3 Prozent. Nach internen Berechnungen der Kulturwirtschaftsforschung liegen die Wirtschaftsregion Aachen und die Stadt Aachen in fünf von sechs Vergleichswerten über den entsprechenden Landeswerten. Besonders überraschend ist dabei die Umsatzentwicklung: Diese zeigt eine extrem dynamisch wachsende Kulturwirtschaft der Wirtschaftsregion Aachen mit einem prozentualen Umsatzwachstum von 59,4 Prozent im Fünf-Jahreszeitraum, ähnlich stark in der Entwicklung sind auch die *creative industries*.

Das »Modell Aachen«: GründerZentrum Kulturwirtschaft e. V.

Bereits im Februar 2001 stellte die Stadt Aachen erste Überlegungen an, Existenzgründungen im kulturwirtschaftlichen Sektor zu fördern und zu erleichtern. Immerhin verfügt die Städteregion Aachen über eine sehr ausgeprägte und vor allem vielseitige Kulturlandschaft. Zu dieser Kulturlandschaft zählen unter anderem die Bereiche der Musikwirtschaft, des Literatur- und Pressemarktes, Verlage, bildende und darstellende Kunst und die durch die Hochschulen standortgeprägten Sparten Design, Architektur, Geisteswissenschaften und neue Technologien. Diese Überlegungen mündeten in einem Gründerzentrum für kulturwirtschaftliche Existenzgründungen in Aachen, das im Juni 2004 eröffnet wurde.

Kulturschaffende erhalten im *GründerZentrum Kulturwirtschaft e. V.* Beratung und Hilfestellung bei der Entwicklung künstlerischer und unternehmerischer Selbstständigkeit. Dabei ist die Beratungsstelle in die Aktivitäten der Gründerregion Aachen eingebunden und ergänzt das bestehende Angebot.

Da die klassischen Förderinstrumente bei Kulturschaffenden in der Regel nicht greifen, wurden im *GründerZentrum Kulturwirtschaft e. V.* zusätzliche, neue und individuelle Förderinstrumente entwickelt. Das Beratungsangebot umfasst als Kernleistung das Programm »Kultur*unternehmen*«, in dem die Kulturschaffenden durch regelmäßige Coachings und Workshops kontinuierlich begleitet werden. Zudem werden Erstberatungen und weiterführende Beratungen durchgeführt. Wie groß

1 Im Vergleich zum ersten Kulturwirtschaftsbericht der Stadt Aachen (Gründerzentrum Kulturwirtschaft Aachen 2005) basiert die dort gewählte Abgrenzung auf einem europäischen Vergleichsmodell, welches eine Minimalabgrenzung darstellt und mit dem erweiterten Modell der Kultur- und Medienwirtschaft nicht übereinstimmt.

der Bedarf und das Interesse an solchen innovativen Instrumenten ist, belegt die eindrucksvolle Statistik, die zeigt, dass bereits in den ersten zwei Jahren 34 Existenzgründer und 33 Freiberufler langfristig begleitet wurden. Insgesamt wurden 259 einstündige Erstberatungen durchgeführt (Vorgründungs-, Gründungs-, Sicherungs- und Wachstumsberatung).[2] Wirtschaftsförderer und Arbeitsagenturen berechnen zwischen 50 000 und 70 000 Euro für die Beratung eines Existenzgründers. (Söndermann 2006) Demnach wären die Kosten für das Programm in Aachen auf 1,7 bis 2,4 Millionen Euro zu veranschlagen. Tatsächlich wurden diese Effekte jedoch mit »nur« knapp 150 000 Euro pro Jahr erzielt.

Das Programm »Kultur*unternehmen!*« ist durch eine schriftliche Befragung der Teilnehmenden im Juni 2006 evaluiert worden. Hier die wesentlichsten Ergebnisse (Stand 30.6.2006) (s. auch Backes/Bleks/Hustedt/Söndermann 2007):

- Am Programm »Kultur*unternehmen!*« nahmen 67 Kulturschaffende teil.
- 65 Prozent der Teilnehmerinnen und Teilnehmer kamen aus der Arbeitslosigkeit.
- Zur Evaluation wurden 42 Fragebögen mit jeweils 32 Fragen versandt. Dies entspricht der Teilnehmermenge, die bisher an mehr als zwei Terminen des Programms teilgenommen hat (durchschnittlich fünf Termine).[3]
- Die Fragen bezogen sich auf: die Einschätzung der eigenen unternehmerischen Kompetenz vor und nach der Beratung, Umsatz- und Gewinnerwartung, Bedeutung der einzelnen Programmteile, Wahrnehmung anderer Beratungsangebote etc.
- 70 Prozent der Teilnehmenden verfügen über ein abgeschlossenes Hochschulstudium (Diplom, Magister, Master oder Bachelor). Ein Viertel hat die Fachoberschulreife (FOR) oder die Fachhochschulreife (FHR). Die verbleibenden fünf Prozent verfügen über Abschlüsse von privaten Bildungseinrichtungen und/oder über Abschlüsse aus dem Ausland.
- Knapp 60 Prozent der Kulturschaffenden haben während des Programms ihr Kulturunternehmen gegründet oder planen, im nächsten halben Jahr zu gründen.
- Gut 40 Prozent sind bereits selbstständig und fragen im Programm Professionalisierungsstrategien nach.
- Von den Befragten geben 70 Prozent an, dass sie sich zu Beginn des Programms eher schlecht oder sehr schlecht auf ihr Dasein als Unternehmer gerüstet fühlten. Zudem bescheinigen sich 85 Prozent kaum oder gar keine betriebswirtschaftlichen Kenntnisse zu Beginn des Programms. Zum Zeitpunkt der Befragung geben 70 Prozent an, dass sie nun über ein ziemlich gutes betriebswirtschaftliches Verständnis verfügen und 80 Prozent fühlen sich ausreichend gerüstet, um den unternehmerischen Alltag zu bewerkstelligen.
- Die eigene Veränderung schätzen 65 Prozent als sehr, beziehungsweise ziemlich stark ein. Kein Teilnehmer gibt an, sich überhaupt nicht verändert zu haben. Die Veränderung beschreiben 60 Prozent mit mehr Selbstbewusstsein und 95

2 Die Zahlen der ersten beiden Jahre sind die Bezugsgröße für die Evaluation und werden daher hier aufgeführt und nicht die zum 30.6.2007 aktualisierten Zahlen.
3 Der Rücklauf betrug 50 Prozent.

Prozent der Teilnehmer mit einer besseren Selbsteinschätzung, die sie mit Hilfe der Beratung und der Begegnung mit den anderen Kulturschaffenden bekommen haben. Für 65 Prozent hat sich ihre Einschätzung zur Betriebswirtschaft im Hinblick auf den Erfolg ihres Unternehmens verändert.

- Bei der Erkundung der Marktverhältnisse haben 60 Prozent herausgefunden, wer ihre Kunden sind. 75 Prozent wissen heute besser, wer ihre Kunden sind und welche Preise sie realisieren können. 65 Prozent der Kulturschaffenden bezeichnen nach ihren Erfahrungen den Austausch mit Kunden und die Kundenperspektive als notwendig für das Geschäftsleben.
- Die Kulturunternehmerinnen und -unternehmer wollen wachsen: 83 Prozent der Befragten wollen ihren Umsatz im nächsten Jahr verdoppeln. Sie alle verlassen damit den Kleinstunternehmerbereich und erreichen Jahrsumsätze zwischen 15 000 bis 40 000 Euro. Im Jahr der Befragung planen sechs Kulturschaffende bis zu zehn Aufträge, vier weitere geben zehn bis 50 Aufträge an und zwei Kulturunternehmer aus der Musikbranche geben 50 bis 100 Aufträge (Engagements) an. Im folgenden Jahr wollen noch fünf Teilnehmerinnen und Teilnehmer bis zu zehn Aufträge akquirieren, weitere fünf planen zehn bis 50 Aufträge. Beide Kulturschaffende aus der Musikbranche wollen auf 100 bis 150 Aufträge (Engagements) kommen.
- Den Gewinn des ersten unternehmerischen Jahres nach Beginn der Beratung können 75 Prozent der Befragten beziffern. Davon gaben 55 Prozent der Teilnehmenden an, dass er bei 10 000 Euro lag. 6,5 Prozent gaben zwischen 10 000 und 20 000 Euro an. Weitere 13,5 Prozent haben zwischen 20 000 und 40 000 Euro Gewinn erwirtschaftet. Bei dem Rest der Befragten lag der Gewinn unter 10 000 Euro.
- Die meisten der Kulturschaffenden beginnen mit einem sehr geringen Startkapital. 70 Prozent beginnen mit weniger als 5 000 Euro ihr Unternehmen, weitere 15 Prozent werden ohne Startkapital beginnen oder haben bereits begonnen. Nur 15 Prozent verfügen über ein Startkapital zwischen 5 000 und 15 000 Euro. Diese geringe finanzielle Startausstattung wird bei 88 Prozent der Befragten selbst aufgebracht, nur 12 Prozent nehmen Fremdkapital auf oder mischen beide Kapitalformen.
- 45 Prozent der Befragten haben zuvor andere Beratungsangebote in Anspruch genommen. Davon fühlten sich 14 Prozent als Künstler angesprochen und bekamen Hilfe bei der Konkretisierung ihrer Unternehmensidee. Bei 28 Prozent der Befragten ist auf ihre individuelle Situation eingegangen worden.
- Alle Kulturunternehmen wollen expandieren und sehen dafür positivere Erfolgsaussichten als zu Beginn des Programms (80 Prozent sehr hohe bis ziemlich hohe Erfolgsaussichten am Ende des Programms).

Ferner wird durch die Evaluation des Programms »Kultur*unternehmen*« belegt, dass wiederkehrende Themen, Probleme und Fragestellungen des hohen Anteils von Freiberuflern und »Einzelkämpfern« bei der Existenzgründung und Existenzsicherung spartenübergreifend in der Regel die folgenden sind:

- starke Produktionsorientierung und damit einhergehende Vermarktungsschwierigkeiten (z. B.: Wie komme ich an neue, zusätzliche Kunden und/oder andere Kundensegmente? Gibt es »Dritte«, die mich vermarkten oder finanzieren können?).
- Selten vorhandene, zu breite oder nicht am Markt orientierte Angebotsstruktur (z. B. Angebotsstruktur beinhaltet Musikunterricht, Bandauftritte, CD-Verkauf und Organisation von Auftritten ohne eine Kundenperspektive und ökonomische Priorisierung der unterschiedlichen Märkte).
- Angestelltenmentalität trotz Unternehmertums.
- Starke Vorbehalte gegen Betriebswirtschaft und Ökonomie (z. B. Haltung: »Vermarktung führt zu Veränderung der Kreativität und bedroht deren ›Freiheit‹«).
- Quersubventionierung des eigentlichen Geschäftes (z. B. Taxi fahren, um die eigentliche künstlerische Tätigkeit zu ermöglichen)

Da die klassischen Instrumente der Wirtschaftsförderung bei Künstlern in der Regel nicht greifen, und diese sich von den bestehenden Beratungsprogrammen nicht angesprochen fühlen und/oder die Beratungsangebote nicht die richtigen sind, werden öffentliche Beratungsprogramme zur Existenzgründung und Existenzsicherung nur partiell wahrgenommen. Meist werden Künstler schon im Vorfeld als so genannte »Kümmerexistenzen« aussortiert.

Die Erfahrungen zeigen, dass eine wesentliche Erfolgsvoraussetzung für eine effektive und nachhaltige Förderung von Künstlern darin besteht, dass die Maßnahmen dem speziellen Beratungsbedarf von Künstlern Rechnung tragen und sich somit deutlich von klassischen Standortmarketingprojekten und den sonstigen öffentlich geförderten Beratungsansätzen unterscheiden.

Das *GründerZentrum Kulturwirtschaft e. V.* arbeitet inzwischen mit einem internationalen Expertenkreis zusammen. So hat sich das *GründerZentrum Kulturwirtschaft e. V.* im INTERREG IIIB Projekt »ECCE« mit sechs weiteren Partnern aus den Ländern Frankreich, Niederlande und Großbritannien zusammengeschlossen, um in einem grenzüberschreitenden Projekt Einzelunternehmen und KMUs aus dem Bereich *Creative Industries* zu fördern.

Kultur- und Wirtschaftspolitik im »Modell Aachen«

Kulturwirtschaft nimmt in der öffentlichen Debatte der jüngsten Zeit einen immer breiteren Raum ein. Eine Vielzahl von Fachtagungen und Kulturwirtschaftsberichte auf regionaler und überregionaler Ebene zeigen die wirtschaftliche und kulturelle Bedeutung der Kulturwirtschaft auf und verweisen dabei immer öfter auf das Modell des *Gründerzentrums Kulturwirtschaft Aachen e. V.* So erhielt die Arbeit des *Gründerzentrums Kulturwirtschaft Aachen e. V.* als ein Best-practice-Beispiel im Rahmen der zur EU-Ratspräsidentschaft ausgerichteten 4. Jahrestagung Kulturwirtschaft »Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa – Kohärente Politik in einer globalisierten Welt« eine überregionale positive Resonanz. Spätestens mit der Erstellung

des Gutachtens »Existenzgründung und Existenzsicherung für selbständig und freiberuflich arbeitende Künstlerinnen und Künstler« im Auftrag der *Enquete Kommission »Kultur in Deutschland«* des Deutschen Bundestags ist das Aachener Modell anscheinend zu einem Vorzeigemodell in der Kulturwirtschaft geworden. Es stellt sich die Frage, warum die Aachener Kulturwirtschaftsförderung modellhaft ist?

Neben den an anderer Stelle beschriebenen strukturellen Voraussetzungen und Vorarbeiten in der Stadt Aachen sollen an dieser Stelle zunächst einige »weiche« Erfolgsvoraussetzungen beschrieben werden, die dazu beigetragen haben, die »harten« positiven Erfolgszahlen in Aachen in wesentlichen Teilen zu ermöglichen.

Das Besondere an der Aachener Konzeption ist, dass unternehmerische Fragestellungen, wie Vermarktung und Finanzierung als gleichwertige »künstlerische« Gestaltungsaufgaben ebenso wie »wirtschaftliche« Gestaltungsaufgaben verstanden werden. Eine Zuordnung, was in den Zuständigkeitsbereich einer kulturellen Wirtschaftsförderung oder einer wirtschaftlichen Kulturförderung gehört, hat es nie gegeben. Die vielfach in Studien geforderte ressortübergreifende Themenpolitik schlägt sich in Aachen von Beginn an in der vorbildlichen Zusammenarbeit und dem Pragmatismus der Führungskräfte aus dem Wirtschafts- und Kulturdezernat sowie der öffentlichen und privaten Förderer nieder. Die häufig in Studien formulierte Forderung nach einer klaren Schnittstellendefinition, was in den Zuständigkeitsbereich des Kultur- und was in den des Wirtschaftsbereichs gehört, sind wahrscheinlich so notwendig wie Eheverträge, aber nicht hinreichend.

Neben dieser erfolgreichen Kooperation und Koordination sind es in Aachen vor allem die »weichen« Erfolgsfaktoren, die es erlauben über die definierte Schnittstelle hinaus, das Neue zu ermöglichen. Zu nennen sind vor allem Neugierde, Offenheit und Lernbereitschaft sowie der gemeinsame Erfolgswille der handelnden Personen, die sich im Verein des *Gründerzentrums Kulturwirtschaft e. V.* vereint haben und bei denen es sich im Wesentlichen um die Akteure handelt, die Aachen kulturell und wirtschaftlich prägen.

Auch wenn in weiten Teilen bekannt ist, dass in der Kulturwirtschaft neue atypische Beschäftigungsformen entstehen, sind die Ergebnisse der Diskussionen der Fachtagungen noch immer völlig entkoppelt von der wirtschaftlichen Realität der Microenterprises der Kulturwirtschaft, welche durch kontinuierlich steigende Unternehmenszahlen gekennzeichnet ist. (Söndermann 2007: 20)

Das Aachener Modell zeigt, dass eine bedarfsgerechte Förderung Sinn macht und in der Lage ist, wirtschaftliche Effekte, insbesondere bei den Einzelunternehmern aus der Kulturwirtschaft zu erzielen. In diesem Zusammenhang ist das Wesentliche des Aachener Modells, dass die Konzeption von Anfang an in Kontakt mit den von der Beratung betroffenen Akteuren entwickelt wurde und die ökonomischen Fragestellungen in einem künstlerischen/schöpferischen Prozess individuell gelöst werden. Die konsequente Orientierung darauf, weniger Vorratswissen anzubieten, sondern vielmehr individuell und situationsadäquat auf die Bedürfnisse und Fragestellungen der Akteure zu reagieren und Wissen und Erfahrung immer wieder neu entstehen zu lassen, ist mit hoher Wahrscheinlichkeit ein Grund für

die hohe Akzeptanz und Erfolgsquote des *Gründerzentrums Kulturwirtschaft e. V.* in Aachen. Die Fähigkeit, die Bedürfnisse der Akteure zu erkennen und strukturell einzuordnen macht das Gründerzentrum selbst zu einem Innovationsmotor.

Ausblick

Das »Modell Aachen« kann daher sowohl wirtschafts- als auch kulturpolitisch für eine sinnvolle Kulturwirtschaftsförderung herangezogen werden.

Insbesondere die Kulturpolitik könnte mit den in Aachen bereits erfolgreich umgesetzten Aktivitäten ihre Aufgabe der individuellen Künstlerförderung modellhaft umsetzen, indem sie durch neue Wege und Formen der Professionalisierung Kulturschaffenden in den sich wandelnden Kulturmärkten und Kulturberufen eine Orientierung gleichermaßen für wirtschaftlichen und künstlerischen Erfolg gibt.

Das Wissen darum, dass die »klassischen« Kunstmärkte und die verwandten Kulturmärkte nur einer begrenzten Anzahl von Akteuren eine langfristig gesicherte unternehmerische Basis oder sozialversicherungspflichtige Beschäftigung bieten können, ist von zentraler Bedeutung für die weitere Arbeit in Aachen. Die Förderung von unternehmerisch arbeitenden Kulturschaffenden muss somit die Akteure darin unterstützen, durch Innovationen, neue Märkte zu erschließen.

Die Kulturschaffenden verfügen über gute Voraussetzungen für unternehmerisches Handeln in den sich stetig wandelnden Märkten. Bei entsprechender Qualifizierung und durch die Erschließung neuer Märkte in und jenseits der Kulturwirtschaft gibt es insgesamt gute kulturelle, ökonomische und gesellschaftliche Entwicklungsmöglichkeiten. Gerade die Gruppe der Kulturschaffenden ist durchaus in der Lage und bereit, die permanent politisch eingeforderte Eigenverantwortung beruflichen Handelns auf vielfältige und kreative Weise umzusetzen. Sie bedarf aber eines adäquaten Rahmens institutioneller Unterstützung, um sich auf alten, neuen und wandelnden Märkten zu behaupten. (Vgl. Betzelt 2006)

Literatur

Gründerzentrum Kulturwirtschaft Aachen (2005): *Kulturwirtschaft in Aachen – erstes kulturwirtschaftliches Portrait einer Stadt in Deutschland*, Aachen

Backes, Christoph/Hustedt, Sylvia/Söndermann, Michael (o. J. [2007]): *Kulturwirtschaft in Aachen. Potenziale einer Stadt*, Aachen: Selbstverlag

Backes, Christoph/Bleks, Michael/Hustedt, Sylvia/Söndermann, Michael (2007): *Existenzgründung und Existenzsicherung für selbständig und freiberuflich arbeitende Künstler und Künstlerinnen. Gutachten für die Enquete Kommission des Deutschen Bundestages »Kultur in Deutschland«*, Aachen

Betzelt, Sigrit (2006): »Flexible Wissensarbeit: Alleindienstleisterinnen zwischen Privileg und Prekarität« Bremen: Zentrum für Sozialpolitik der Universität Bremen (*Zes-Arbeitspapier* Nr. 3/2006)

Söndermann, Michael (2006): *Kulturwirtschaft. Das unentdeckte Kapital der Kommunen*, Sankt Augustin: Konrad-Adenauer-Stiftung

Söndermann, Michael (2007): *Kulturwirtschaft und Creative Industries 2007*, Berlin: Bundestagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen

Ralf Ebert

Über Kultur zur Kultur- und Kreativwirtschaft

Entwicklung und Zukunft in der sich transformierenden Industriestadt Dortmund[1]

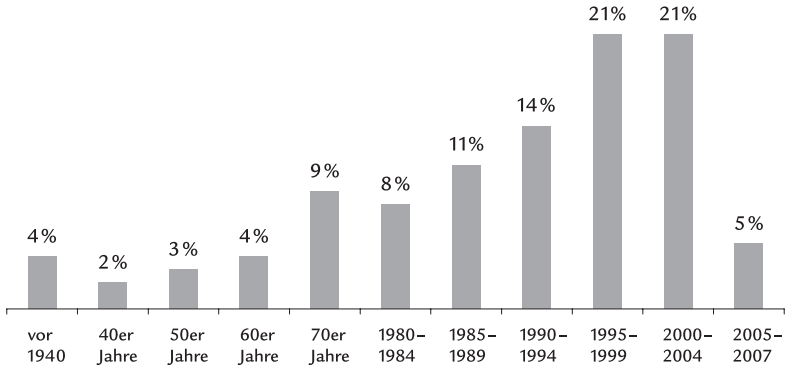
Die Kultur- beziehungsweise Kreativwirtschaft entfaltet bekanntlich vor allem in Städten eine große wirtschaftliche Bedeutung. Deren Branchen erzielen nicht nur nennenswerte Umsätze und Arbeitsplatzeffekte, vielmehr unterstützen sie durch ihre innovativen Produkte und Dienstleistungen (zum Beispiel im Produkt- und Kommunikationsdesign) viele andere Wirtschaftsbranchen. Sie tragen damit direkt zur Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit von Wirtschaftsstandorten bei. Das hat die Stadt Dortmund veranlasst, den *1. Kultur- und Kreativwirtschaftsbericht Dortmund 2007* erarbeiten zu lassen (*STADTart* in Kooperation mit Prof. a. D. Dr. Klaus R. Kunzmann). Damit liegt seit Jahren erstmals wieder für eine Stadt im Ruhrgebiet und für eine sich seit Jahren transformierende Industriestadt ein aktueller Bericht zu dieser Querschnittsbranche vor.

Situation und Einschätzung der Kultur- und Kreativwirtschaft am Standort Dortmund

Grundlagen für die Beschreibung der Situation der Kultur- und Kreativwirtschaft und der Einschätzung am Standort Dortmund sind eine Analyse der Umsatzsteuerstatistik beziehungsweise der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Querschnittsbranche in Dortmund beziehungsweise in einigen ausgewählten Städten

1 Der Aufsatz basiert auf einer gemeinsam mit Prof. a. D. Dr. Klaus R. Kunzmann erarbeiteten Studie »Kultur- und Kreativwirtschaft Dortmund 2007« im Auftrag der Wirtschaftsförderung der Stadt Dortmund. Die Untersuchung hat drei Schwerpunkte: die Darstellung der Strukturmerkmale der Querschnittsbranche am Standort Dortmund, die Analyse der Bedeutung öffentlich geförderter Kultureinrichtungen der Stadt für die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft und die Identifizierung von Zukunftsfeldern.

Übersicht 1: Übersicht 1: Zeitpunkt der Unternehmensgründung in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Dortmund



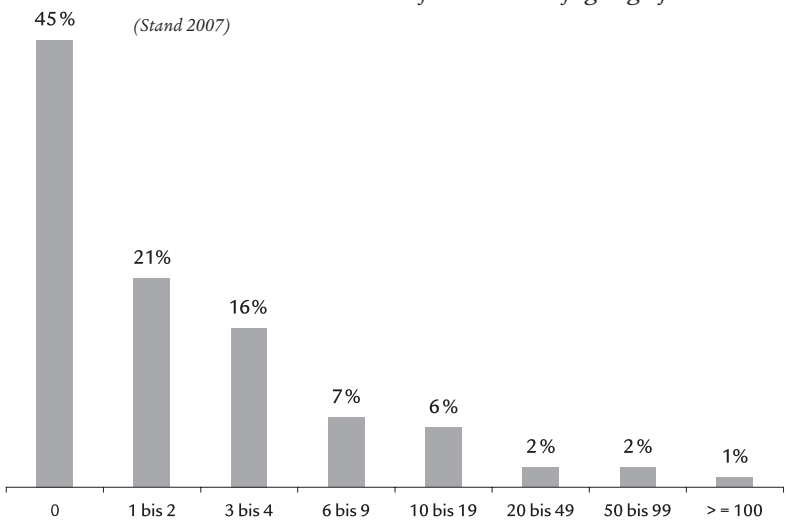
Quelle: *STADTart* 2007, eigene Erhebung, Anzahl der Nennungen: 422

Nordrhein-Westfalens und eine Telefonbefragung unter den identifizierten Selbstständigen und Unternehmen der Stadt (bei einer Antwortbereitschaft von mehr als 40 Prozent). In Anlehnung an den *5. Kulturwirtschaftsbericht des Landes Nordrhein-Westfalen* unterscheidet die Studie acht Teilmärkte (ohne Softwarebranchen): »Musikwirtschaft«, »Kunstmarkt«, »Film-, Rundfunk- und TV-Wirtschaft«, »Literatur-, Buch- und Pressemarkt«, »Theatermarkt«, »Designwirtschaft/Architektur«, »Werbewirtschaft« und »Modewirtschaft« (Herstellung). Im Unterschied zum Ansatz der Kreativwirtschaft wurden dabei entlang der Wertschöpfungsketten auch die jeweiligen vor- und nachgelagerten Produkt- und Dienstleistungen miteinbezogen.

In Verbindung mit qualitativen Analysen zur Bedeutung ausgewählter Kultureinrichtungen für die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft und den Wirtschaftsstandort Dortmund kommt die Analyse der Daten zu folgenden zentralen Ergebnissen:

- Die Kultur- und Kreativwirtschaft umfasst in Dortmund unter Berücksichtigung derjenigen Betriebe, die unter 17 500 Euro Jahresumsatz erzielen, für das Jahr 2006 circa 1 700 Selbstständige und Unternehmen. Darunter befinden sich die schon seit 1853 bestehende und weltweit renommierte Galerie *Utermann*, und *hidden champions* wie etwa die 1983 gegründete *Rock Hard Verlags- und Handelsgesellschaft* (unter anderem mit dem Musikmagazin *ROCK HARD*) oder die Dokumentarfilmproduzenten und Gewinner des Deutschen Fernsehpreises 2007 *colourFIELD* (1997).
- Einschließlich der Arbeitsplätze der Selbstständigen und BetriebsinhaberInnen beläuft sich die Anzahl der Arbeitsplätze auf 6 400. Davon sind 4 900 so-

Übersicht 2: Anteil der befragten Selbstständigen und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Beschäftigtengrößenklassen (Stand 2007)

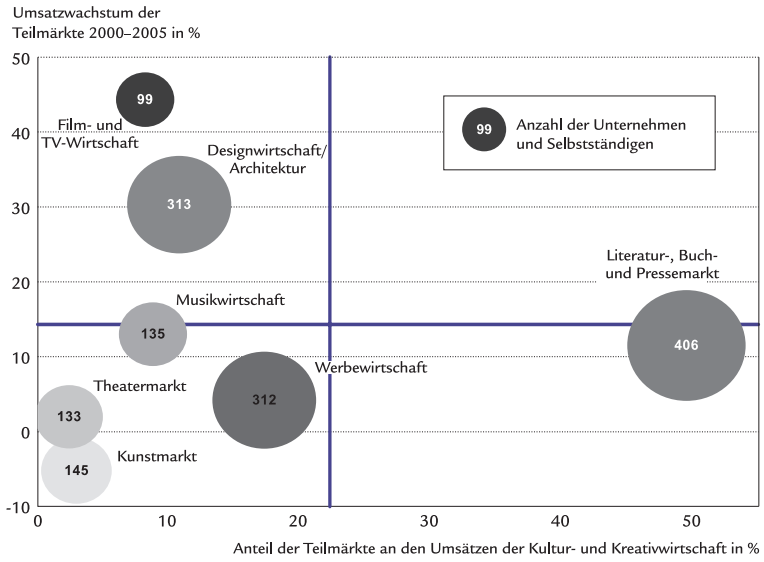


Quelle: *STADTart* 2007, eigene Erhebung, Anzahl der Nennungen: 389

zialversicherungspflichtig, inklusive Teilzeitarbeitsplätze und Arbeitsplätze für geringfügig beschäftigte (Stand 2006). Das entspricht 2,6 Prozent aller Beschäftigten Dortmunds.

- Nahezu die Hälfte der befragten Selbstständigen und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft wurden zwischen 1995 und 2005 und überwiegend in Dortmund gegründet (*Übersicht 1*). Diese »junge Betriebsstruktur« ist auch der Grund dafür, dass fast die Hälfte aller Betriebe 2006 keine sozialversicherungspflichtig Beschäftigte hatte (*Übersicht 2*) beziehungsweise nicht mehr als 100 000 Euro Jahresumsatz erzielte.
- Die Entwicklung der Querschnittsbranche ist hinsichtlich der Anzahl der Selbstständigen und Unternehmen wie der erzielten Umsätze zwischen 1996 und 2005 positiv. Die Entwicklung erfasste jedoch nicht alle Teilmärkte gleichmäßig. Einige weisen in manchen Jahren auch Rückgänge auf. Bei den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten sind insgesamt jedoch mit rund 6400 im Jahre 1999 und 4900 für 2005 deutliche Rückgänge zu verzeichnen, eine Entwicklung, die bundesweit und nicht nur in der Kultur- und Kreativwirtschaft zu beobachten ist.
- Relative Stärken hat der Standort Dortmund in den Teilmärkten »Designwirtschaft/Architektur«, hier insbesondere in der Designwirtschaft, und bedingt auch in der »Werbewirtschaft« (*Übersicht 3, folgende Seite*). Diese Schlussfolge-

Übersicht 3: Portfolio der Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft in Dortmund nach erzielten Umsätzen in 2005 und der Umsatzentwicklung zwischen 2000 und 2005



Quelle: *STADTart* 2007, nach Daten des LDS NRW

rung legen die im Landesvergleich erzielten überdurchschnittlichen Umsätze je Unternehmen bei den Selbstständigen und Unternehmen der »Designwirtschaft/Architektur« im Jahre 2005 nahe. Auch verlief die Entwicklung der letzten Jahre am Standort Dortmund besser als der landes- beziehungsweise bundesweite Trend (unter anderem aufgrund der strukturellen und konjunkturellen Einbrüche der letzten zehn Jahre in der Bauwirtschaft, vor allem im Architekturbereich). Das verweist auf Entwicklungsvorteile der Unternehmen dieses Teilmarktes am Standort Dortmund.

Vergleicht man die Strukturmerkmale zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Dortmund mit indizierten Angaben zu anderen Städten in Nordrhein-Westfalen (*Übersicht 4*), dann ist der Wirtschaftsstandort Dortmund bezogen auf zentrale Kriterien wie Einwohnerzahl und Entwicklungsbedingungen wie folgt einzuschätzen:

- Die Stadt Dortmund ist ist im Vergleich zu Düsseldorf, das eine ähnliche Einwohnerzahl aufweist, in quantitativer Hinsicht zurzeit noch kein sehr starker Standort der Kultur- und Kreativwirtschaft. Wie ein Blick auf die Strukturmerkmale der Querschnittsbranche der Städte Essen und Duisburg zeigt, lässt sich dies pfadbedingt auf ungünstige Entwicklungsbedingungen von ehemals von

Übersicht 4: Indexwerte zu Unternehmen/Selbstständigen, Umsätzen und Beschäftigten der Kultur- und Kreativwirtschaft in Dortmund, Düsseldorf, Duisburg, Essen, Köln und Nordrhein-Westfalen (Stand 2005)

Städte Einwohner/innen	Unternehmen/Selbstständige je 1.000 Einwohner/innen	Umsatz pro Einwohner/in in EUR	Beschäftigte je 1.000 Einwohner/innen
Dortmund 588.000	2,7 (4)	1.361 (4)	8,4 (4)
Düsseldorf 575.000	7,7* (2)	11.635[1] (1)	31,6 (1)
Duisburg 502.000	1,5 (5)	414 (5)	5,1 (5)
Essen 585.000	3,4 (3)	5.145 (3)	14,4 (3)
Köln 983.000	8,0[2] (1)	7.933[2] (2)	30,9 (2)
Land NRW 18.058.000	3,0	2.424	10,2

[1]ohne Herstellung von Lederbekleidung; [2]ohne Museen und Kunstausstellungen und ohne Verlegen von bespielten Tonträgern – *Quelle*: *STADT*art 2007, nach Daten des LDS NRW

der Montanindustrie geprägten Städte zurückführen, ähnlich wie Manchester, Sheffield, Lille oder Linz. Auf der Nachfrageseite zählen dazu u. a. ein höherer Anteil von unteren Einkommensgruppen, sozial- und mentalitätsgeschichtlich bedingte andere Kultur- und Freizeitinteressen (zum Beispiel Fußball), eine seit Jahrzehnten zumeist überdurchschnittliche Arbeitslosenquote. Dies hat eine geringere lokale Nachfrage nach Produkten und Dienstleistungen der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Folge. Auf der Angebotsseite haben die Jahrzehnte lang vorherrschenden Großbetriebe des Bergbaus und der Stahlindustrie beispielsweise Design- und Werbeaufgaben in ihr Unternehmen integriert oder es gab keinen Ankerpunkt, um den herum sich Kleinbetriebe etc. entwickeln konnten wie etwa in Köln mit dem *WDR*.

- Im Rahmen eines Vergleichs von Städten mit strukturell ähnlichen Entwicklungsbedingungen beziehungsweise bei ungefähr gleicher Zahl an EinwohnerInnen, stellt sich die Situation in Dortmund demgegenüber deutlich besser dar. So kommt die Stadt Duisburg bei indizierten Angaben für die Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft auf einen deutlich geringeren Wert (5,1 je 1 000 EinwohnerInnen) als Dortmund (8,4 je 1 000 EinwohnerInnen). Ähnlich sind die Relationen zwischen beiden Städten bei den Indexwerten für Unternehmen und den erzielten Umsätzen (jeweils für die Jahre 2005). Der deutlich höhere Indexwert für die Beschäftigten in Essen ist nur teilweise auf eine entsprechend größere Anzahl an Selbstständigen beziehungsweise Unternehmen zurückzuführen. Vielmehr bewirken spezifische Bedingungen wie etwa beschäftigungsintensive Großunternehmen diese höheren Zahlenwerte am Standort Essen (Stadt Dortmund 2007: 43–46). Dazu zählt die zum Literatur-, Buch- und

Pressemarkt gehörende *WAZ*-Konzernzentrale. Darüber hinaus haben solche »Ankerunternehmen« am Standort zumeist auch langjährige branchenbezogene Vor- und Zuliefererbeziehungen, wodurch die Schaffung beziehungsweise Sicherung sozialversicherungspflichtiger Arbeitsplätze in diesen Unternehmen unterstützt wird.

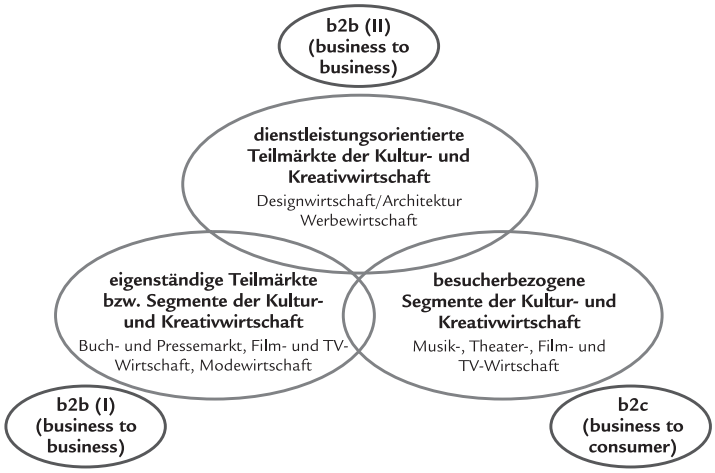
Jedoch gibt es Anzeichen, dass sich am Standort Dortmund durch die Gründung der Universität in den siebziger Jahren und einer später einsetzenden und bis heute verfolgten nachholenden Urbanisierungsstrategie durch Kultur, in deren Folge zahlreiche Kultureinrichtungen wie etwa das *Künstlerhaus Dortmund* oder das *Konzerthaus* entstanden sind, ein neuer pfadabhängiger Entwicklungskorridor herausbildet, der sich positiv auf weitere Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft der Stadt auswirken kann. Darauf verweisen in Verbindung mit den relativen Stärken in einigen Teilmärkten am Standort Dortmund die steigende Zahl an Gründungen in den letzten Jahren und die Ergebnisse qualitativer Analysen zu den für die Querschnittsbranche relevanten Qualifizierungseinrichtungen wie beispielsweise der *TU* und *FH Dortmund* (unter anderem mit Studiengängen zu Architektur, Design, Journalistik). Danach sind hieraus in den letzten Jahren durch »spin-off-Effekte« eine Vielzahl an bis heute in Dortmund ansässigen Unternehmen hervorgegangen (Stadt Dortmund 2007: 51–52). Diese haben im Laufe der Jahre vereinzelt weitere Ausgründungen zur Folge gehabt. Wie Analysen zu einigen ausgewählten Kultureinrichtungen zeigen, sind dabei kleinere Kultureinrichtungen wie etwa das *Depot* hilfreich. Sie fungieren bei preisgünstigen, den Markteinstieg erleichternden Mieten indirekt als Inkubations-, Existenzgründungs- und Innovationszentren der Kultur- und Kreativwirtschaft (ebd.: 57–63).

Zukunftsfelder der Dortmunder Kultur- und Kreativwirtschaft

Waren in den achtziger und neunziger Jahren die Entwicklungsbedingungen der Kultur- und Kreativwirtschaft aufgrund veränderter Angebotsbedingungen (zum Beispiel durch die Privatisierung des Fernsehens) und Nachfrageveränderungen (zum Beispiel zunehmende Ausgabebereitschaft in der Kultur) günstig, so verweisen seit einiger Zeit rückläufige Umsätze, der Abbau von Arbeitsplätzen wie etwa in der Musikwirtschaft, insbesondere jedoch in den »Copyindustrien« (zum Beispiel bei Kopierwerken) auf strukturelle Marktveränderungen. Hintergrund hierfür sind technische Veränderungen wie die Digitalisierung und die Konvergenz der Medien. Darüber hinaus hat sich, wie die zunehmende Anzahl an Kunstmessen, Standortverlagerungen von Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft oder die Attraktivität einiger weniger Städte bei den »Kreativen« etc. zeigen, der Wettbewerb zwischen den Städten und Regionen um die Entwicklungspotenziale zumindest bundesweit und für einige Metropolregionen auch europaweit verschärft.

Diese und weitere, für die zukünftige Entwicklung der Querschnittsbranche wichtige Rahmenbedingungen (Stadt Dortmund 2007: 65–66) haben die Stadt

Übersicht 5: Sektorale Gliederung der Kultur- und Kreativwirtschaft im Rahmen einer lokalen Entwicklungsstrategie



Quelle: STADTart / Kunzmann 2007

Dortmund dazu bewogen die lokalen Zukunftsfelder der Kultur- und Kreativwirtschaft ausloten zu lassen. Zumeist erfolgt dies bezogen auf die Teilmärkte oder im Kontext des Ansatzes der Kreativwirtschaft im Hinblick auf die »Kreativen«. Beide Methoden haben auf der kommunalen Ebene jedoch »ihre Macken«. Sie bestehen unter anderem in der heute unzureichenden Berücksichtigung teilmarktübergreifender Austauschbeziehungen zwischen Kunst, Design, Architektur, Mode beziehungsweise der Konzentration auf die »Kreativen«, was angesichts deren Einbindung in Wertschöpfungsketten beziehungsweise -netzwerke aus Sicht einer kommunalen/regionalen Wirtschaftsförderungspolitik zu kurz greift. Daher wurde für Dortmund auf das zwischen *business to business* und *business to consumer* unterscheidende Marketingmodell (Kleinaltenkamp/Plinke 1997) als Alternative zurückgegriffen. Es ermöglicht im Unterschied zu dem sehr breiten und offenen Ansatz der endogenen Potenziale eine stärkere Berücksichtigung unmittelbar marktbezogener Entwicklungsbedingungen und pfadabhängiger Aspekte. Dazu zählen vor allem die lokale Wirtschaftsstruktur und die Zentralitätsfunktionen einer Stadt, die unter anderem je nach Einwohnerzahl, Einzugsbereich im Einzelhandel beziehungsweise bei den Pendlerverflechtungen variiert.

Ausgehend von diesem Modell (*Übersicht 5*) und dem entwicklungsstrategischen Ansatz »Stärken stärken« liegen am Wirtschaftsstandort Dortmund die lokal erfolgversprechenden Zukunftsfelder der Kultur- und Kreativwirtschaft vor allem in den Sektoren der dienstleistungsorientierten Teilmärkte und den besucher-

Übersicht 6: 20 Jahre Kulturwirtschaft in Ruhrgebiet: Eine Auswahl an Initiativen, Projekten, Studien, Programmen und Veranstaltungen

Quelle: Ebert; Gnad, Kunzmann, van Ooy 2005

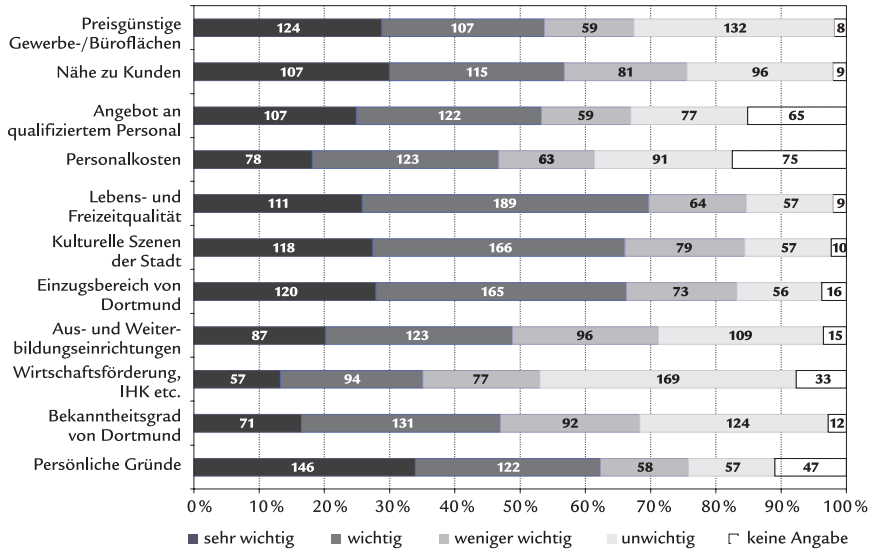
bezogenen Segmenten (zum Beispiel Kinos, Kleintheater, Clubs). Als kein ausgesprochenes Zukunftsfeld wird dagegen der Sektor mit den eher eigenständigen Teilmärkten wie Film- und TV-Wirtschaft angesehen. In diesem Sektor bestehen in einzelnen Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft schon seit Jahrzehnten bundes- und landesweit innovations- und wettbewerbsfähige Standortstrukturen (zum Beispiel Köln als einer der vier bundesdeutschen Standorte der Film- und TV-Wirtschaft oder Düsseldorf als Standort Nummer 1 der Werbewirtschaft), weshalb lokale Entwicklungsinitiativen in solchen Feldern erfahrungsgemäß sehr aufwändig beziehungsweise zumeist wenig erfolgreich sind (Brenner/ Fornahl 2001).

Unter Berücksichtigung struktureller und handlungsbezogener Einflussfaktoren wie etwa der identifizierten relativen Stärken der Kultur- und Kreativwirtschaft am Standort Dortmund oder den pfadabhängigen Entwicklungs- und Steuerungsmöglichkeiten einer Stadt ergeben sich für den Wirtschaftsstandort Dortmund zwei Zukunftsfelder der Teilmarkt »Designwirtschaft/ Architektur« und das Segment des »Veranstaltungsmarkts«. Beide Zukunftsfelder weisen in Dortmund positive Markt- und Rahmenbedingungen auf und sind darüber hinaus für den Wirtschaftsstandort in entwicklungsstrategischer Hinsicht bedeutsam (ausführlich Stadt Dortmund 2007: 70–73).

»Designwirtschaft/Architektur«

Für dieses Zukunftsfeld sprechen u. a. eine anhaltend positive Entwicklung der Branche in Dortmund seit dem Jahr 2000 (+ 30 Prozent Umsatzzuwachs), seine Bedeutung für die Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit anderer Wirtschaftsbranchen der Stadt, etwa der IT-Branche, sowie im Kontext der anhaltenden Kulturalisierung von Produkten und Dienstleistungen (Scott 1997) die weiterhin guten Entwick-

Übersicht 7: Bedeutung ausgewählter Standortfaktoren für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Dortmund



Quelle: *STADTart* 2007, eigene Erhebung, Anzahl der Nennungen: 422

lungsaussichten, insbesondere in der Designwirtschaft. Ebenso bestehen mit den Fachbereichen Design und Architektur der *FH Dortmund*, der *TU* mit den Fakultäten Architektur und Raumplanung, Zentren wie etwa dem *Depot* günstige Rahmenbedingungen um auch zukünftig Talente nach Dortmund zu holen. Hinzu kommen vorhandene mietpreisgünstige »Erprobungsräume«, die eine Existenzgründung erleichtern, und hilfreiche, weil innovative Austauschprozesse fördernde Kunsteinrichtungen beziehungsweise -initiativen wie zum Beispiel das *Museum am Ostwall*, das *Museum für Kunst und Kulturgeschichte* oder der *Hartware MedienKunstVerein*.

»Veranstaltungsmarkt«

Der Standort Dortmund weist in diesem Zukunftsfeld mit Kinos, Clubs, Klein- und Kabaretttheatern oder Diskotheken bei insgesamt rund 35 000 StudentInnen, einigen Berufsakademien und einem großen Einzugsbereich nachhaltig gute Nachfragebedingungen auf. Es gibt ein breites Angebot an Veranstaltungsstätten, von der *Westfalenhalle* bis zu einer Vielzahl an Kleinanbietern mit innovativen Akteuren. Auch werden dem Veranstaltungsmarkt gute Zukunftsaussichten bescheinigt. Weiterhin bestehen in Dortmund mit überregional bekannten Kultureinrichtungen (zum Beispiel dem *Konzerthaus*), einer Vielzahl an »kulturellen Szenen« und attraktiven Gebäuden der Industriekultur gute Rahmenbedingungen. Entwick-

lungsstrategisch stärkt ein attraktiver Veranstaltungsmarkt darüber hinaus andere lokale Initiativen für den Einzelhandels- und Messestandort Dortmund sowie den Tagestourismus. Das Zukunftsfeld ist zudem ein wichtiger »weicher« Standortfaktor für die Entwicklung des anderen Zukunftsfeldes »Designwirtschaft/Architektur« und der Wissensindustrien der Stadt.

Strategiebausteine und Handlungsfelder einer lokalen integrierten Entwicklungsstrategie

Angesichts des sich abzeichnenden, pfadbedingten Entwicklungskorridors der Kultur- und Kreativwirtschaft am Standort Dortmund empfiehlt es sich im Rahmen einer noch auszuarbeitenden lokalen Entwicklungsstrategie schwerpunktmäßig die beiden Zukunftsfelder zu stärken. Ergänzend zu dieser kommunalen Spezialisierungsstrategie bedarf es einer alle Teilmärkte dieser Querschnittsbranche umfassenden Basisstrategie. Diese ist mit der Clusterpolitik und anderen Initiativen des Landes Nordrhein-Westfalen zur Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft als ein Schwerpunkte des vordringlich zu fördernden Leitmarktes »Wissensintensive Produktion und Dienstleistung« abzustimmen (Ministerium für Wirtschaft und Energie des Landes NRW 2007: 256–257). Ein zentraler Hebel zur Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft der Stadt ist dabei die Unterstützung von Existenzgründungen. Mit mehr als 5 000 Studierenden an den in Dortmund vorhandenen relevanten Qualifizierungseinrichtungen gibt es hierfür ein nicht unerhebliches, lokal erschließbares und den weiteren Transformationsprozess der Stadt unterstützendes Potenzial. Auch sind Programme wie »CREATE.NRW« oder Initiativen im Rahmen des Themenfeldes »Kreativwirtschaft« der *Kulturhauptstadt RUHR.2010* vorhanden.

Wie die in den letzten Jahren zu beobachtenden positiven Auswirkungen der nicht immer regional miteinander koordinierten Maßnahmen und Projekte der Stadtentwicklungsplanung und Kulturförderung auf die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft zeigen (*Übersicht 6)*, empfiehlt sich des Weiteren eine integrierte Entwicklungsstrategie. Diese sollte das ganze östliche Ruhrgebiet umfassen, ähnlich wie beispielsweise für den Einzelhandel. Angesichts der empirisch ermittelten herausragenden Bedeutung der »kulturellen Szenen« als eine von der Kultur- und Kreativwirtschaft in Dortmund am häufigsten genannte Standortanforderung *(Übersicht 7*), spielt dabei die Kulturförderung eine entscheidende Rolle, zusammen mit Maßnahmen der Wirtschaftsförderung und der Stadtentwicklungsplanung. Darüber hinaus bieten sich Programme und Instrumente der Arbeitsmarkt- und Integrationspolitik an. Ein solcher arbeitsteiliger Ansatz ist auf den ersten Blick selbstverständlich und einfach umzusetzen (Ebert/Gnad 2007). Erfahrungsgemäß ist dabei jedoch das eine oder andere Hindernis zwischen den zu relevanten Politikfeldern und den Akteuren sowie den Städten im Ruhrgebiet auszuräumen. Ein nicht leichtes und vermutlich auch langwieriges Unterfangen.

Literatur

Brenner, Thomas/Fornahl, Dirk (2001): *Politische Möglichkeiten und Maßnahmen zur Erzeugung lokaler branchenspezifischer Cluster*, Jena

Ebert, Ralf/Gnad, Friedrich (2007): »Integrierte Kultur-Wirtschafts-Politik: ›vom Kopf auf die Füße gestellt‹«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV/2007), S. 37–40

Kleinaltenkamp, Michael/Plinke, Wulff (1997): *Geschäftsbeziehungsmanagement*, Berlin

Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes NRW (2007): *5. Kulturwirtschaftsbericht: Kultur- und Kreativwirtschaft – Wettbewerb – Märkte – Innovationen*, Düsseldorf

Scott, Allen (1997): »The Cultural Economy of Cities«, in: *International Journal of Urban and Regional Research*, 21(2), S. 323–339

Stadt Dortmund (2007): *Kultur- und Kreativwirtschaft Dortmund 2007*, Dortmund

Hans-Georg Bögner

Ein Plädoyer für die Integration kulturwirtschaftlicher Fragestellungen in die kommunale Praxis

»Die Wirtschaft macht das, was ankommt,
die Kultur das, worauf es ankommt.«
(August Everding)

Die Geister, die wir riefen …

Wer die kulturpolitischen Debatten der letzten Jahre und Jahrzehnte verfolgt und mit geführt hat, reagiert ein wenig skeptisch auf ach so aktuelle Trends, auf die leuchtenden Augen, wenn neue Schlagworte bekannte Argumentationsmodelle ablösen. Zu viele Strohfeuer hat man schon erlebt, selten ist kulturpolitisches Handeln entsprechend ausgerichtet oder justiert worden. Oft hatte man den Eindruck des »Pfeifens im dunklen Walde«, um sich selber und den Mitstreitern Mut zu machen in der härter werdenden Debatte um Bedeutungsclaims und Haushaltskuchen der Länder und Kommunen. »Umwegrentabilität«, »Standortfaktor Kultur«, »Kultur als Tourismus- und Wirtschaftsfaktor« wurden beschworen, das hohe Lied der Sponsoren, Mäzene und Private-Public-Partnership-Modelle gesungen. Derweil schuf man Fakten: Kulturmarketing und Kulturmanagement führten betriebswirtschaftliche Kriterien in die Kulturpolitik ein und ließen Theater, Museen, Bürgerhäuser, Konzertsäle und Archive zu »Marktteilnehmern« werden, zu Kultur- *und* Wirtschaftsbetrieben.

Die heutige Diskussion über Kultur- und Kreativwirtschaft ist eine folgerichtige und konsequente Fortentwicklung der Debatten der achtziger und neunziger Jahre und nicht über uns hereingebrochen wie das sprichwörtliche Gewitter aus heiterem Himmel. Wir haben es kommen sehen, wir haben kräftig mitdiskutiert, wir können jetzt nicht vor den Geistern zurückschrecken, die wir mit gerufen haben.

Vielmehr gilt es, den kulturpolitischen Nutzen an der neuen Aufmerksamkeit herauszuarbeiten, die überall propagierten kulturwirtschaftlichen Erfolgszahlen auf die Mühlen kulturpolitischen Handelns zu lenken. Das »Schneckenhaus« funktioniert nicht mehr, Kulturpolitiker dürfen Wachstumszahlen von Beschäftigten oder Umsätzen nicht ignorieren. Zusammenhänge zwischen Kultur und Wirtschaft sind nicht mehr zu leugnen, die Ökonomisierung der Kultur ist Realität.

Damit ist die Stunde der *Querschnittsaufgabe Kultur* gekommen. Es heißt, die vielfältigen Zusammenhänge zwischen Kultur und Wirtschaft, zwischen Kultur und Bildung, zwischen Kultur und Stadtentwicklung, zwischen Kultur, Arbeit und Beschäftigung herauszuarbeiten, ohne die originären Aufgabenstellungen der Kulturpolitik zu verleugnen oder gar aufzugeben. Kulturpolitiker, Künstlerinnen und Künstler, Kreative müssen ihre Stimme erheben, um Wirtschafts- und Beschäftigungspolitik »kultur-kompatibel« zu gestalten.

»Integrationsbeauftragte« gesucht

Zentraler Gegenstand staatlich-kommunaler Kulturpolitik war bisher die Förderung der öffentlichen Kultureinrichtungen; deutlich geringer schnitt die Förderung von Angeboten und Einrichtungen des freigemeinnützigen Sektors ab. Berührungspunkte zur Kulturwirtschaft gibt und gab es immer bei der indirekten oder direkten Künstlerförderung: bei Preisen, Austauschprogrammen, Stipendien, Atelierförderung etc. Auch in Ausbildungsfragen (städtische Musik- und Kunstschulen, die offene Ganztagsschule, Betreuung von Absolventen von Kunsthochschulen in Gründerzentren etc.) sind Gemeinsamkeiten mit kulturwirtschaftlichen Fragestellungen offensichtlich.

Kulturpolitik reagiert heute auf veränderte Strukturen, Arbeitsweisen und neue Akteure und Berufe – seien sie geprägt durch bürgerschaftliches Engagement oder privatwirtschaftliche und freigemeinnützige Kulturangebote, die offen in Konkurrenz zu öffentlichen Kulturangeboten treten.

Eine zentrale kulturpolitische Frage stellt sich dabei immer drängender: die des Verhältnisses von öffentlich-staatlich getragenen und geförderten Kulturangeboten zu den zahlreichen Kooperationen von privatwirtschaftlichen und freien kulturellen Trägern, Projekten und Akteuren.

Hier entstehen Arbeitsfelder, Berufe, Produktionsstrukturen, die wir bisher hauptsächlich in Wirtschaftszusammenhängen verortet haben. Ökonomische Parameter werden angelegt, medientechnologische Anforderungen bestimmen zunehmend die Alltags- und Berufswelt, kreative und künstlerische Arbeit erfährt eine neue Prägung durch wirtschaftliche Strukturen.

Kultur und Wirtschaft gehen seit Jahren enge Verbindungen ein. Unsere Gesellschaft ist erst dann lebens- und überlebensfähig, wenn sie das künstlerische und kulturelle Potenzial in ihr Wirtschaftsleben integriert und andererseits nicht die Scheu hat, ökonomische Fragestellungen auch bei Kultureinrichtungen zuzulassen.

Der Antagonismus, der im Everding-Zitat mitschwingt, muss als konstruktive Spannung reflektiert werden. Dabei will niemand die künstlerische Freiheit und Entfaltung, den wissenschaftlichen Diskurs, die kreative Idee, auf rein wirtschaftliche Vermarktungsprozesse reduzieren.

Kulturpolitik muss jedoch den neuen Anforderungen gerecht werden, indem sie zwar weiterhin die Künste fördert, darüber hinaus sich aber einmischt in Fragestellungen der Organisation und der Rahmenbedingungen für die Kulturwirtschaft.

Und so kommt die Querschnittsaufgabe wieder zum Tragen. *Kultur-Wirtschaftspolitik*, dieser Terminus verbindet zwei bislang streng getrennte Politikfelder. *Kultur-Wirtschaftspolitik* muss als Querschnittsaufgabe aller betroffenen Ressorts (Kultur, Wirtschaft, Stadtentwicklung, Arbeit, Bildung und Soziales) verstanden und organisiert werden, sowohl horizontal (zwischen den einzelnen Fachgebieten, Ministerien oder Dezernaten) wie auch vertikal (über die verschiedenen Handlungsebenen und Verwaltungseinheiten hinweg). Richtigerweise müssten wir also von einer integrierten *Kultur-, Wirtschafts-, Stadtentwicklungs-, Arbeits- und Bildungspolitik* sprechen, doch das greift zu schnell, zu hoch und scheitert schon an Ressortzuschnitten, parteipolitischen Grabenkämpfen, persönlichen Profilierungsansprüchen, unterschiedlichen Definitionen, Mechanismen und Instrumenten. Die Mühen des politischen Alltags lehren, mit kleineren Schritten zu beginnen und »dicke Bretter« zu bohren.

Als Ratsherr, der sowohl im Kulturausschuss wie auch im Wirtschaftsausschuss diesen integrierten Denkansatz verfolgt, ist man dabei ständig mit der wachsenden Bedeutung kulturwirtschaftlicher Fragestellungen und Denkmodellen konfrontiert.

Die Müh(l)en der Realität – am Beispiel Köln

Zwei Projekte sollen verdeutlichen, welche Fragen die Umsetzung von Kultur-Wirtschaftspolitik in der Praxis aufwirft. Finanziert durch eine Unternehmensstiftung der *RheinEnergie AG*, konnte 2007 der zweite »Kulturwirtschaftsbericht Köln« vorgelegt werden. (Arbeitsgemeinschaft Köln/Fesel/Söndermann 2008) Das Besondere: Zwei externe Autoren wurden von der Stiftung besoldet, ihre Tätigkeit war im *Kulturdezernat* und der *Dokumentationsstelle Kulturwirtschaft Köln* angesiedelt. Während für den ersten Bericht die Federführung beim *Dezernat für Wirtschaft und Stadtentwicklung* unter der Beteiligung des *Amtes für Statistik und Europaangelegenheiten* und des *Kulturamtes* lag, übernahmen dies im Jahre 2007 Kultur- und Wirtschaftsdezernat gemeinsam.

In dieser Konstellation konnten lebhafte Debatten um die Ausrichtung nicht ausbleiben. In Einmündigkeit präsentierten der Beigeordnete für Kunst und Kultur und der Beigeordnete für Wirtschaft und Liegenschaften der Stadt Köln schließlich den Bericht, eingerahmt von den Vorständen der *RheinEnergieStiftung Kultur* und den beiden Autoren Bernd Fesel und Michael Söndermann. Die Kulturpartie sieht sich in der These bestätigt, Köln und sein Umland sei die Kernregion in

Nordrhein-Westfalen für die Kreativwirtschaft, allein 46 Prozent aller Künstlerinnen und Künstler des Bundeslandes leben in Köln und erzielen 48 Prozent des landesweiten Umsatzes, mit 14 Prozent Zunahme der Umsätze von 2000 und 2005 liegt die Region deutlich über dem Bundesdurchschnitt. Etwa 40 000 Beschäftigte werden für die Stadt genannt, 60 000 in der Region, wobei die technisch-gewerblichen, pädagogischen und viele andere wissensbasierte Berufe nicht enthalten sind. Hervorgehoben wird, dass die Region sich im internationalen Vergleich nicht zu verstecken braucht. Durch diese Bildungs- und Kultur-Infrastruktur verfügt die Stadt über eine hohe Attraktivität für ansässige wie für ansiedlungsinteressierte Unternehmen, solange das Stadtmanagement mit diesem Potenzial effektiv und zielführend umgeht. Die Wirtschaftsexperten heben hervor, dass Kultur- und Kreativwirtschaft keine isolierten Wirtschaftsfaktoren sind, die einen direkten Beitrag zum Bruttoinlandsprodukt leisten und Arbeitsplätze schaffen, sondern sie sind auch und vor allem Standortfaktoren. Kultur- und Kreativwirtschaft tragen zu einer lebendigen Atmosphäre bei, die auch auf andere Branchen und deren umworbene Mitarbeiter attraktivitätssteigernd wirken.

So weit, so gut. Dennoch wurde schnell deutlich: Bis die kommunale Praxis in Verwaltung und Politik den geforderten integrativen Ansatz umsetzen kann, ohne an Ressortabgrenzungen zu scheitern, müssen unterschiedliche Schwerpunktsetzungen, Blickwinkel und Handlungsempfehlungen sowie Bewertungsparameter miteinander diskutiert und vereinbart werden.

Das zeigt etwa der Blick auf die differenzierte Kultur- und Medienstruktur. In Köln, der Fernsehhauptstadt der Bundesrepublik, besitzen die audiovisuellen Medien eine standortprägende Rolle. In der regionalen wie überregionalen kulturwirtschaftlichen Betrachtung übernimmt die Medienbranche jedoch häufig lediglich die Funktion, die schiere ökonomische Bedeutung zu steigern. Beschäftigungs- wie Umsatz-Zahlen lesen sich inklusive AV/Werbe/Gamessektor rein quantitativ einfach beeindruckender. Medien sind nützlich, wenn es gilt, als »echter Player« aufzutreten. Die kenntnisreiche Liebe gehört eher Theater, Musik, Literatur, bildender Kunst – diesen »traditionellen« Bereichen wird detailfreudige Aufmerksamkeit gewidmet. Wünschenswert wäre aber, dass Wirtschaftssegmente wie Fernsehen, Radio, Games usw. auch in der Analyse umfassender gewürdigt werden. Oft drängt sich der Eindruck auf, dass den Kulturwirtschafts-Experten die Medienunternehmen und ihre Produktionsstrukturen letztlich fremd sind und der kulturelle Fokus zu eng gezogen bleibt.

Der Diskussionsprozess über den aktuellen Kölner Kulturwirtschaftsbericht beginnt gerade in den politischen Gremien und in der Stadtgesellschaft. Um eine Prognose über Ergebnisse und Umsetzungen abzugeben, ist es deutlich zu früh, es wird entscheidend darauf ankommen, wie der weitere Prozess gestaltet wird. Kritisch wurde bereits angemerkt, dass die Handlungsempfehlungen des Berichtes den integrierenden Ansatz nicht mit und zu Ende denken. Der kulturelle Blickwinkel ist in Teilen neu und begrüßenswert, bleibt aber für eine ganzheitliche Betrachtung einer kultur- und kreativwirtschaftlichen Stadt und Region zu sehr

einschränkt. Hier wird nachgearbeitet werden müssen, vornehmlich in der Politik und der Verwaltung. Chancen liegen etwa im parallel von der Politik in Auftrag gegebenen »Kulturentwicklungsplan«.

Wie die eine integrierte Kultur- und Medienpolitik aussehen könnte, wird im zweiten Projekt sichtbar. Parallel zur Erstellung des aktuellen Kulturwirtschaftsberichtes fand in Köln die »1. Arbeitsmarktkonferenz Medien und Kultur« statt. Als Veranstalter traten die *SK Stiftung Kultur der Sparkasse KölnBonn*, die Medienstabsstelle der Stadt Köln, die Landesregierung Nordrhein-Westfalen und die *Bundesagentur für Arbeit* Köln auf. Ganz bewusst wurde in dieser Tagung eine klare Trennung von Kulturwirtschaft und Medienwirtschaft unter arbeitsmarktpolitischen Gesichtspunkten aufgehoben. Denn der gern und ausgiebig geführte Streit um Begriffe und Definitionen ist für den Arbeits- und Lebensalltag der Kreativen ohne Belang: »Der freiberufliche Bühnenbildner zum Beispiel arbeitet heute für ein Theater und morgen als Szenenbildner für eine TV- oder Filmproduktion und macht sich wohl weniger Gedanken über die Abgrenzung zwischen Kultur und Medien, sondern eher über seinen nächsten Auftrag.« (SK Stiftung Kultur 2008) Nur durch eine Gesamtschau können realitätsbezogene Bezugsrahmen geschaffen, arbeitsmarktpolitische Instrumente zielgerichtet und wirksam eingesetzt werden, so die Überzeugung der Gastgeber. 150 Teilnehmerinnen und Teilnehmer diskutierten einen ganzen Tag lang über die Arbeits- und Beschäftigungssituation. Anwesend waren Autoren, Schauspieler, Musiker, bildende Künstler, Vertreter von Kulturbetrieben und Medienunternehmen, Politik und Gewerkschaften. Deutlich wurden gemeinsame strukturelle Probleme der Kultur- und Medienbranche wie der oft ungesicherte soziale Status und die Tatsache, dass die Sozialsysteme der neuen Realität von projektbezogener Beschäftigung – Patchwork-Existenzen – dem flexiblen Wechsel zwischen Selbstständigkeit und sozialversicherungspflichtigen Tätigkeiten noch nicht gerecht werden. Einige Lösungsansätze dazu hat die *Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland«* dankenswerterweise formuliert.

Neben der Analyse wurden auf der Konferenz auch konkrete Vorschläge zur Förderung des Kultur- und Mediensektors erarbeitet, etwa die Kultur- und Medienwirtschaft als Querschnittsfunktion in der Stadt zu verankern, die Einrichtung eines Medien+KulturBildungsfonds, oder die Gründung eines Kompetenzzentrums für die Kultur- und Medienwirtschaft.

Von der Kür zur Pflicht

Die Politik wird sorgfältig und in kleinen Schritten vorgehen müssen, um die vielfältigen Konzepte zu bewerten. Man wird mit der *Kultur-Wirtschafts-Politik* beginnen müssen und später in einer abgestimmten Konzeption weitere Politikfelder integrieren. Dies darf nicht zu einer reinen Addition verkommen, sondern muss zu der Querschnittsaufgabe werden, die vernetztes Denken und Handeln in Projekt- und Arbeitsgruppen ermöglicht, die Konzepte und Strategien in Initiativen und Projekten auch umsetzt.

Eine Weiterentwicklung von Netzwerken zwischen Forschung, Entwicklung, Wirtschaft und Medien- und Kulturwirtschaft ist dabei zentral. Dies erfordert viel Aufwand für Kommunikation und Abstimmung. Vertrauen muss wachsen. Durch eine enge Kooperation von Verwaltung, Bildungseinrichtungen und engagierten Unternehmen müssen Strategien, maßnahmenbezogene Handlungsprogramme erarbeitet und realisiert werden.

Dabei wird sich Kulturpolitik mit ihrer Förderung stärker auf die Unterstützung kultureller Milieus und »Szenen« orientieren müssen, bürgerschaftliches Engagement und der privatwirtschaftliche Sektor werden an Bedeutung gewinnen.

Wirtschaftspolitik wird sich zunehmend mit Beschäftigungsformen der Kreativwirtschaft und mit Existenzgründungen befassen müssen und Formen der Unterstützung erarbeiten. Dafür sind strukturpolitische Initiativen notwendig. Das *Kölner AV-Gründerzentrum* ist ein positives Beispiel, ein Gründerzentrum für andere »Gewerke« der Kreativwirtschaft ist vorstellbar. Spezifische Unternehmensstrukturen erfordern angepasste wirtschaftspolitische Instrumente. So wurde die Gründung eines »Kulturfonds« vorgeschlagen, durch den Gründungskredite, Investitionsförderung realisiert werden können. Ideen kann man selten beleihen, sie sind aber die Basis der Kreativwirtschaft. Ein weiteres interessantes Modell: das skizzierte Kompetenzzentrum für Planen und Bauen, in Kooperation mit dem *Haus der Architektur* und Hochschulen.

Die Stadtentwicklungspolitik sollte sich einbringen in der Definition und Organisation von räumlichen Schwerpunktsetzungen durch Stärkung von Kultur- und Freizeitvierteln, sowie der attraktiven Gestaltung des öffentlichen Raumes. Die Bildungspolitik steht wiederum mit dem flächendeckenden Ausbau des Ganztagsschulbetriebes vor großen konzeptionellen Herausforderungen. Kulturelle Bildung und kulturelle Interessensbildung bei Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen muss in allen bildungspolitischen Debatten und Beschlüssen mitgedacht werden.

Wird Kultur als Querschnittsaufgabe umgesetzt, kann sich zeigen, wo – jenseits von schnelllebiger Trendhascherei – Bausteine und Gedanken für einen ganzheitlichen Ansatz in einer Region und Großstadt existieren. Damit Aktionismus durch realitätstaugliche Konzeptionen ersetzt wird, muss politisches Handeln Strukturen schaffen, die greifen und wirken. So entsteht die Chance, dass Kulturpolitik als Gesellschaftspolitik wegbereitend wirkt. Und vielleicht gelingt dann ein gemeinsamer Lernprozess, bei dem man sich kritisch-konstruktiv darüber verständigt, was ankommt und worauf es ankommt. Kulturell wie ökonomisch.

Literatur

Arbeitsgemeinschaft Köln/Fesel, Bernd/Söndermann, Michael (2008): *Kulturwirtschaftsbericht Köln 2007*, Köln

SK Stiftung Kultur (2008): *Dokumentation der 1. Arbeitsmarktkonferenz Medien und Kultur 2007*, Köln

Peter Kurz

Das Mannheimer Modell

Ein Beispiel für einen erfolgreichen Start in die Kreativwirtschaft

Aktuelle Position der Stadt Mannheim

Die Städte sind die Orte der Kreativität. Die empirischen Forschungen von Richard Florida geben dazu den Hinweis , dass die Kreativen für den ökonomischen Wohlstand einer Stadt entscheidend sind. Sie prägen und treiben die Zukunftsentwicklung in Städten. Für sie entscheidend sind Faktoren wie kulturelle Vielfalt, technologische Kompetenz und gesellschaftliche Toleranz . Im Jahr 2008 haben *Roland Berger Strategy Consultants* und die *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung* ein Städte-Ranking veröffentlicht, in dem Mannheim zu den Top Ten der kreativsten Städte Deutschlands gehört. Mannheim liegt in der Gesamtbewertung direkt nach Städten wie Köln und Düsseldorf auf Position sieben. Im Segment »Talent-Städteranking« belegt Mannheim vor den Städten Berlin, Düsseldorf und Köln Position sechs. Dieses gute Ergebnis mag für viele überraschend gewesen sein, es ist sicher auf die umfassenden Anstrengungen im Bereich der Musikwirtschaft zurückzuführen. Mannheim gehört zu den ersten Städten in Deutschland, die kontinuierlich seit 2003 in Musik- und Kreativwirtschaft investiert haben.

Mannheim – eine Stadt der Musik

Mannheim ist eine Stadt der Wirtschaft und der Wissenschaft, des Hafens, des Handels und der Musik. Schon im 18. Jahrhundert war die so genannte »Mannheimer Schule« stilprägend für die Musik an den Höfen des europäischen Adels. Durch die starke Präsenz der amerikanischen Streitkräfte in der Folge des Zweiten Weltkrieges war die Musikszene der Stadt und der Region immer stark geprägt von den Einflüssen angloamerikanischer Popmusik. Dies hat zur Folge, dass die Musikszene Mannheims schon seit Jahrzehnten eine hohe Dichte und

gute Qualität aufweist und hierdurch immer wieder Künstler hervorbrachte, die nationale Berühmtheit erlangten. Als Beispiele seien Joy Fleming, Jule Neigel, Rolf Stahlhofen, DePhazz, Laith al Deen, Peter Seiler, Gagey Mrotzek und vor allem Xavier Naidoo und die Söhne Mannheims genannt. Sie prägen nachhaltig den Ruf der Stadt und der Region als Musikmetropole.

Die drei Säulen des Mannheimer Modells

Diese – aus Mannheimer Sicht – positive Entwicklung war der Anlass, grundsätzlich über eine Strategie im Bereich der Musikwirtschaft nachzudenken und geeignete Maßnahmen in die Wege zu leiten, an der Schnittstelle von Kultur und Wirtschaft ein neues Themenfeld mit hohem Zukunftspotenzial aufzubauen.

Als erste konkrete Maßnahme habe ich 1999 die Stelle eines kommunalen Beauftragten für Pop- und Rockmusik geschaffen. Damit war die Erwartung verbunden, dass der »Rock- und Popbeauftragte« Basisförderung im Hinblick auf die Popmusikszene leisten und Rahmenbedingungen für diese verbessern sollte. Durch seine Arbeit wurden neue Kenntnisse über Struktur, Größe und Qualität des musikalischen und musikwirtschaftlichen Umfeldes gewonnen, was dann dazu führte, in die Überlegung den wirtschaftlichen Aspekt des Kulturgutes »Musik« aufzugreifen. Die Idee eines musikwirtschaftlichen Existenzgründerzentrums mit dem Titel »Musikpark« wurde geboren. Primäres Ziel war die Ansiedlung von Musikwirtschaft und die damit verbundene Schaffung von Arbeitsplätzen. Ungefähr zeitgleich entstand im Staatsministerium Baden-Württemberg unter Leitung von Dr. Christoph Palmer die Idee einer Popakademie, also einer akademischen Ausbildungsstätte für Popmusik. Der Stadtverwaltung Mannheims gelang es – nicht zuletzt aufgrund der sich schon im Bewilligungsprozess befindlichen Idee des Musikparks und der damit möglichen Synergieeffekte –, die Standortentscheidung für Mannheim zu gewinnen. Im Oktober 2003 nahm die *Popakademie Baden-Württemberg* in Mannheim ihre Arbeit auf.

Beide Einrichtungen, *Musikpark* und *Popakademie*, wurden 2004 in der Hafenstraße im Stadtteil Jungbusch eingeweiht und bezogen. Die beiden Neubauten liegen nur rund 150 Meter voneinander entfernt an einem stillgelegten Verbindungskanal im Hafengebiet am Rand des Stadtteils.

Damit verfügt Mannheim über drei Segmente, die konzeptionell aufeinander aufbauen und für die sich der Name »Mannheimer Modell« etabliert hat:

- Basis- und Szeneförderung durch die kommunale Popförderung,
- Aus- und Weiterbildung in der *Popakademie*,
- Musikwirtschaftliche Existenzgründung im *Musikpark*.

Der Rock- und Popbeauftragte

Der Rock- und Popbeauftragte sollte ursprünglich die Basis, sprich: junge Musikerinnen, Musiker und Bands, fördern. Im direkten Kontakt mit der Szene sollte er Förderungsziele identifizieren und umsetzen.

Zeitgleich mit einer personellen Veränderung wurde 2007 aus dem Rock- und Popbeauftragten der Beauftragte für Musik und Popkultur. Das Aufgabenspektrum wurde aufgrund der bereits vorhandenen Erfahrungen (Musikpark und Popakademie waren in Betrieb) und der Bedarfe der Szene neu fokussiert. Ein großer Bedarf nach Abstimmung, Koordination und Vernetzung zwischen Szene und den musikalischen und musikwirtschaftlichen Institutionen wurde von allen Akteuren deutlich artikuliert und in die Stellenanforderung eingearbeitet.

Der Beauftragte für Musik und Popkultur ist die kommunale Schnittstelle zwischen allen institutionalisierten und freien Aktivitäten in der Mannheimer Popkulturszene. Das Augenmerk liegt weniger auf direkter klassischer Beratungstätigkeit, sondern ganz eindeutig auf Netzwerkarbeit im Kreativwirtschaftssektor und auf dem Aufbau von nachhaltigen und tragfähigen Strukturen. Der Beauftragte ist Ansprechpartner für die Szene und die Verwaltung, er moderiert und vermittelt in beide Richtungen. Zusammen mit den Mannheimer Institutionen entwickelt er das »Mannheimer Modell« kontinuierlich weiter. Dazu gehört die Anbindung des Mannheimer Modells an andere Entwicklungen innerhalb der Stadt, die Jugendarbeit, aber auch die Arbeit an Ganztagsschulen seien als Beispiele angeführt. Es ist erklärtes Ziel der Stadt Mannheim, ihre Stellung als Kompetenzzentrum für Musik und Popkultur zu pflegen, auszubauen und weiterhin neue Ansätze in Verbindung mit der Kreativwirtschaft zu entwickeln. Als ein neues Stichwort sei »Mannheim als Ausgehstadt« genannt: die enge Zusammenarbeit von Veranstaltern, Gastronomen, Musikern, Künstlern, Kreativen und »ihrer« Kommune, um ein attraktives Angebot für ausgehwillige Milieus zu schaffen, ist von großer Bedeutung.

Die Popakademie

Die *Popakademie Baden-Württemberg* versteht sich als Ausbildungseinrichtung und als Kompetenzzentrum für sämtliche Aspekte der Musikbranche. Mit der Ausbildung des Nachwuchses in den Studiengängen Musikbusiness und Popmusikdesign trägt die *Popakademie* dem Rechnung. Sie gewährleistet ihren Anspruch durch zahlreiche Projekte in den Bereichen europäische Zusammenarbeit, Regionalentwicklung und Wirtschaftsförderung am Medienstandort Baden-Württemberg.

Die *Popakademie Baden-Württemberg* ist die erste und in ihrer Form einzigartige Ausbildungseinrichtung auf Hochschulniveau in den Bereichen Popmusikdesign und Musikbusiness. Sie ist eine Gesellschaft des Landes, an der das Land Baden-Württemberg, die Stadt Mannheim sowie eine private Investorengruppe unter Führung des Mannheimer Radiosenders *Radio Regenbogen* beteiligt sind. Das Ge-

bäude der *Popakademie* wurde mit Mitteln der EU (Ziel II) gebaut. Das Investitionsvolumen beträgt rund vier Millionen Euro. Die *Popakademie* hat 20 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und etwa 150 Studentinnen und Studenten in drei Jahrgängen. Auf die jährlich zu vergebenden 50 Studienplätze bewerben sich jedes Jahr circa 800 Interessenten.

Aufgrund eines erhöhten Raumbedarfes erweitert die *Popakademie* ihre Flächen in einem Bestandsgebäude in der unmittelbaren Nachbarschaft um rund 1 000 qm. Es entstehen bis Mitte 2008 Proberäume und ein weiteres Tonstudio.

Der künstlerisch-kreative Studiengang »Popmusikdesign« bietet Raum für alle modernen Stilrichtungen der populären Musik von Punk bis Funk, von Pop bis HipHop. Schlagzeuger, E-Gitarristen, DJs, E-Bassisten und Keyboarder finden hier ebenso eine Kreativplattform wie Singer/Songwriter und Producer. Neben der künstlerischen Ausbildung wird fundiertes Musikbusiness-Know-how vermittelt, das für ein erfolgreiches Agieren im Musikgeschäft unerlässlich ist. Eine enge und intensive Zusammenarbeit mit hochkarätigen Dozenten aller Genres bildet eine wichtige Säule des Studiengangs Popmusikdesign.

Der Studiengang »Musikbusiness« ist für zukünftige Event- und Labelmanager, Marketingexperten, Künstlerentwickler und Community-Manager gedacht. Hochkarätige Dozenten aus der Musikbranche und den angrenzenden Bereichen bilden eine neue Generation von Musikmanagern aus. Vermittelt wird neben Business-Inhalten auch künstlerisches Know-how. Ziel ist ein praxisnahes Studium, das speziell für die besonderen Bedürfnisse des Musikmarktes im digitalen Zeitalter qualifiziert.

Ein wichtiger Partner des Business-Studiums und gleichzeitig Gesellschafter der Popakademie ist das größte deutsche Tonträger-Unternehmen *Universal Music*, das seine Ausbildung von der Spree an den Rhein verlegt hat, um gemeinsam mit der *Popakademie* seinen Nachwuchs auszubilden. Eine Zusammenarbeit besteht darüber hinaus mit zahlreichen weiteren Unternehmen wie *MTV*, *Sony BMG* oder *AOL*. Das Musikbusiness-Studium wird als Pilotprojekt durch das *Bundesministerium für Bildung und Forschung* gefördert. Die Ausbildung im Popmusikdesign-Studium erfolgt durch ein Team aus erfahrenen Musikern, Textern, Technikern, Stylisten, Choreographen und Musikwissenschaftlern.

Die Ausbildung von kreativem und qualifiziertem Nachwuchs über die deutsche Grenze hinaus ist eine wichtige kulturelle und bildungspolitische Aufgabe. Mit *MU.-ZONE Europe* im Rahmen des »Leonardo-da-Vinci-Projekts« der EU und der Beteiligung von zwölf Partnern aus sechs Ländern wird Popmusikausbildung europäisch.

Analog zu den beiden Studiengängen werden Seminare in den Bereichen Musikbusiness und Popmusikdesign angeboten. Schwerpunktthemen im Businessbereich sind unter anderem Musikmarketing, Musikrecht und Event-Planung, im Popmusikdesignbereich Instrumental- und Vocal-Coaching sowie Sound&Recording.

Im Rahmen der Aus- und Weiterbildung kooperiert die Popakademie mit zahlreichen anderen Bildungseinrichtungen wie der *Filmakademie Ludwigsburg*, der *Uni Mannheim*, *TU Darmstadt*, der *Jazz- und Rock-Schule Freiburg*, der *IHK Rhein*-Neckar

und der *Eventakademie Baden-Baden*. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf dem Thema Musikschulpädagogik. Ziel ist die frühe Weichenstellung des musikalischen Nachwuchses in Richtung Popularmusik.

Der Musikpark Mannheim

Der Musikpark Mannheim ist das erste Start-Up-Center für die Musikbranche in Deutschland und heute auch das größte Existenzgründungszentrum der Metropolregion Rhein-Neckar. Als kommunale Einrichtung der Stadt Mannheim wird der Musikpark von der *Musikpark Mannheim GmbH*, einer städtischen Tochtergesellschaft, betrieben. Das fünfstöckige Gebäude mit circa 4 300 qm Nutzfläche wurde zu 50 Prozent mit EU-Ziel-II-Mitteln errichtet und 2004 bezogen. Das Raumprogramm umfasst Büroflächen unterschiedlicher Größen und Zuschnitte, Räume, die für eine »laute Nutzung« (Tonstudios, Proberäume) vorgesehen sind, einen Veranstaltungsraum mit circa 250 qm, einen Meetingraum und eine attraktive Gastronomiefläche im fünften Obergeschoss mit spektakulärer Außenterrasse. Das Gesamtinvestitionsvolumen belief sich auf rund sieben Millionen Euro. Die Betreibergesellschaft hat drei Mitarbeiter und wird als kommunale GmbH geführt. In dem Gebäude am Mannheimer Verbindungskanal erhalten Existenzgründer in der Musikwirtschaft ein optimales Umfeld, um ihr Vorhaben erfolgreich zu starten. Das Leistungsangebot der *Musikpark Mannheim GmbH* für die Mieter des *Musikparks* reicht von den subventionierten Mietflächen (fünf Euro Miete/qm) über die Bereitstellung gemeinsamer Infrastruktur, das aktive Einbinden in Netzwerke und intensiver persönlicher Beratung bis hin zur Vermittlung von Aufträgen. Aufgrund der großen Nachfrage musste der Musikpark erweitert werden. Alle Flächen sind vermietet. Damit bietet der *Musikpark Mannheim* jetzt rund 60 Unternehmen mit etwa 200 Arbeits- und 25 Ausbildungsplätzen auf rund 6 000 qm ein unternehmerisches Zuhause. Das angesiedelte Firmenportfolio konnte über den kreativen Kern der Musikwirtschaft hinaus ausgebaut werden. Alle Bereiche der musik- und kreativwirtschaftlichen Professionen konnten zusammengeführt werden, so dass am Standort eines der leistungsfähigsten und vielfältigsten Musikwirtschaftscluster Deutschlands etabliert werden konnte.

Die vollständige Verwertungskette der Musikwirtschaft wird im *Musikpark* beispielhaft abgebildet. Der inhaltliche Bogen der angesiedelten Unternehmen spannt sich vom künstlerischen Musikproduzenten bis hin zum Technikverleih oder von der Vinyl-Pressung bis hin zu einer Search-Engine für kostenpflichtige Musikdownloads im Internet. Neben dem modernsten digitalen Tonstudio Europas und der größten Bookingagentur für US-amerikanische Hip-Hop-DJ's beherbergt der *Musikpark* auch ein vielfältiges Musikausbildungsprogramm. Durch die hier vorhandene Unternehmensdichte entstand ein nicht unerheblicher Magneteffekt, der immer neue Unternehmensansiedlungen im Umfeld hervorbrachte. So siedelte sich Deutschlands größter Radiosender für elektronische Musik, *Radio Sunshine* live, in der Hafenstraße gegenüber der *Popakademie* an und mit der »Jungbusch

Arena« wurde eine industrielle Brachfläche zur Veranstaltungslocation umfunktioniert. Ebenso lokalisierte der *SWR* seine Redaktion des Jugendsenders »DAS DING« in der Hafenstraße und organisiert seit 2004 das jährliche Großereignis »Pop im Hafen« direkt am Musikpark. 2007 kamen hierzu 35 000 Besucher. *Musikpark* und *Popakademie*, aber auch die Stadt Mannheim unterstützen diese Veranstaltungsreihe personell und mit Infrastruktur. Im Veranstaltungsraum des Musikparks etablierte sich ein modernes Ausbildungszentrum für Tanz. An sechs Tagen in der Woche werden von unterschiedlichen Anbietern Tanzkurse unterschiedlicher Ausrichtung angeboten: Hier reicht die Spanne von klassischem Ballet über Tango bis hin zu Hip-Hop und Street-Dance.

Eine entscheidende Einrichtung ist die Gastronomie im fünften Obergeschoss, die mittlerweile um einen so genannten »Stadtstrand« am Verbindungskanal auf der Rückseite des Musikparks erweitert wurde und die 2008 eine weitere 300 qm große Terrassenfläche gastronomisch erschließt. Hier ist die »kommunikative Schaltzentrale« der Einrichtung. Die Möglichkeit, sich in lockerer Atmosphäre auszutauschen, beschleunigte die Vernetzung enorm. Weiterhin ist das Restaurant *Hafenstrand* heute eine der populärsten Szene-Kneipen der Metropolregion. Ein fast tägliches Angebot an Live-Musik bietet auch jungen Künstlerinnen und Künstlern und Studentinnen und Studenten der *Popakademie* Auftrittsmöglichkeiten.

Wirkungen des Mannheimer Modells

Aufgrund der räumlichen Nähe und der ähnlichen Zielrichtung von *Popakademie* und *Musikpark* ergeben sich vielfältige Synergien und Kooperationsmöglichkeiten. So ist das Ausbildungs-Tonstudio der *Popakademie* im *Musikpark* angesiedelt und der Beauftragte für Musik und Popkultur ist ebenfalls im Musikpark ansässig. Messeauftritte auf Musikmessen und »Popkomm« werden gemeinsam gestaltet und durchgeführt und Branchenveranstaltungen integriert angeboten. Das Mannheimer Stadtmarketing ergänzt die Öffentlichkeitsarbeit der Einrichtungen aus städtischer Sicht. Sponsoring und Partnerschaft mit der Industrie werden abgestimmt akquiriert. Die Gesamtkonstruktion profitiert sehr stark von der großen Aufmerksamkeit, die die *Popakademie* bundesweit genießt. Hinzu kommt die große Außenwirkung der Söhne Mannheims und Xavier Naidoos, die sich explizit als Botschafter Mannheims verstehen.

Erfreulicherweise wird das Leistungsportfolio der *Musikpark*-Unternehmen zunehmend mehr von der regionalen Industrie als kreativwirtschaftliches Kompetenzzentrum wahrgenommen. Immer häufiger kommen große Unternehmen auf Unternehmen des Musikparks zu, um dort Kreativdienstleistungen einzukaufen. Diese Potenziale gilt es weiterzuentwickeln.

2007 konnten die ersten Studienabgänger der *Popakademie* als Existenzgründer im *Musikpark* angesiedelt werden. Über die offiziellen Kooperationen hinaus gibt es auf der »Arbeitsebene« eine Vielzahl von Aktivitäten, die die Studenten der

Popakademie integrieren: Auftrittsvermittlung, Grafik für studentische Musikprojekte, Erstellung von Homepages durch Musikpark-Unternehmen seien als einige von vielen Beispielen genannt.

Die erzielten Wirkungen sind vielfältig. Arbeits- und Ausbildungsplätze zu schaffen, kreative Wirtschaftspotenziale anzuziehen, diese Primärziele wurden erreicht, ja zum Teil übererfüllt. Aufgrund der großen Nachfrage mussten *Musikpark* und *Popakademie* ihre Raumkapazitäten deutlich erweitern. Die mediale Dauerpräsenz der *Popakademie* war in dieser Form überraschend und auch die Bewerberzahlen für die zur Verfügung stehenden Studienplätze übertrafen die Erwartungen.

Das Mannheimer Modell – ein Baustein zur Stadt(teil)entwicklung durch Kultur

Musikpark und *Popakademie* haben ihren Standort im Jungbusch, einem sozial schwachen Stadtteil mit sehr hohem Anteil von Menschen mit Migrationshintergrund (2006 hatten 29,6 Prozent der gesamtstädtischen Bevölkerung einen Migrationshintergrund, im Jungbusch lag der Prozentsatz bei 64,1 Prozent). Die Ansiedlung von Kreativwirtschaft sollte eine positive Stadtteilentwicklung vorantreiben, die bereits auf anderer Ebene durch eine kontinuierliche, über 20-jährige Gemeinwesenarbeit verwirklicht war. Durch spektakuläre Aktionen wie den jährlich stattfindenden Nachtwandel, an dem Künstler und Kreative ihre Ateliers öffnen – Studentinnen und Studenten der *Popakademie* und Unternehmerinnen und Unternehmer des *Musikparks* waren selbstverständlich beteiligt – oder auch durch die intensive Bespielung des Stadtteils im Rahmen des Stadtjubiläums 2007 hat der Jungbusch ein deutlich positiveres Image gewonnen. Zudem war der Jungbusch als Ziel-II-Gebiet ausgewiesen, wodurch die Kommune in den Genuss europäischer Fördermittel kam und diese ambitionierten, weit über den Jungbusch ausstrahlenden Projekte überhaupt eine tragfähige finanzielle Grundlage erhielten. Die Kommune allein hätte dies nicht realisieren können.

Das Mannheimer Modell hat Arbeitsplätze geschaffen. Zu den in den angesiedelten Unternehmen geschaffenen Arbeitsplätzen müssen auch die hinzugezählt werden, die in den Institutionen selbst geschaffen wurden. Vier Arbeitsplätze beim *Musikpark* (inkl. Hausmeister) und 18 Arbeitsplätze bei der *Popakademie*. Weitere Arbeitsplätze in der Gastronomie und im Einzelhandel wurden mittelbar begünstigt. Darüber hinaus hat die Ansiedlung der Musikwirtschaft im Jungbusch weitere positive Effekte auf den Stadtteil und die Stadt als Ganzes. Der Strukturwandel im Jungbusch schreitet mit sichtbarem Erfolg voran. Straßen und Häuser werden saniert. Die Brachfläche am Verbindungskanal wurde zu einer attraktiven Promenade umgestaltet, die als verbindendes Element *Musikpark* und *Popakademie* zusammenführt und einen Erlebnisraum am Wasser schafft, der im Jahre des 400-jährigen Stadtjubiläums 2007 intensiv bespielt wurde. Restaurants und Ladengeschäfte wurden eröffnet. Der Zuzug von *Popakademie*-Studenten in den Stadtteil bricht die Tendenz der Abwanderung. Menschen ohne Migra-

tionshintergrund ziehen vermehrt in den Jungbusch. Das Selbstbewusstsein der Stadtteilbewohner steigt.

Das Mannheimer Modell hat Vorbildcharakter. Die Stadt hat sich einen Ruf als Musikstadt erarbeitet und wird bundesweit als Kreativstandort wahrgenommen. Eine Vielzahl von Delegationen aus anderen Städten hat sich die Konzeption bereits vor Ort angesehen und ähnliche Cluster sind andernorts in Planung. Als erste nichtdeutsche Stadt plant Haifa (Israel) ein Popmusikkonservatorium und ein Start-Up-Center für die Musikbranche nach Mannheimer Vorbild.

Perspektiven für die Zukunft

Kreative Städte entwickeln sich weiter. Auch Mannheim gibt sich mit dem Erreichten nicht zufrieden. Um das bestehende Modell fortzuschreiben und zu verbessern, wurde eine Studie in Auftrag gegeben, die die Arbeit von *Popakademie* und *Musikpark* evaluieren wird. Die Ergebnisse sollen Ende des Jahres vorliegen. Mannheim will und wird sich 2008 als ein Ort der bundesweiten Debatte über die Rolle der Städte bei der kreativen Klasse und in der Kreativwirtschaft positionieren. Zum »Forum kreative Stadt« wird Mannheim künftig einmal jährlich Experten und Meinungsmacher aus Deutschland und Europa einladen, um über die neuen Aufgaben städtischer Politik zu diskutieren, die sich aus den Entwicklungen der Kreativwirtschaft und der kreativen Klasse ergeben. Andere europäische Städte wie Rotterdam, Newcastle, Amsterdam, Barcelona, Mailand, Antwerpen oder Lyon haben es bereits vorgemacht. Im Mai 2008 wurde dieses neue Format zum ersten Mal angeboten und hat den Gesamtkomplex der Entwicklung kreativer Ressourcen im städtischen Zusammenhang thematisiert. Erfolgreiche Kreativunternehmen können sich vorstellen, neue Forschungsergebnisse werden präsentiert, mögliche politische Strategien werden in Podiumsdiskussionen erörtert. Experten werden Fragen nach Best-Practice-Strategien deutscher Städte, der Leistung einer entsprechend positionierten Wirtschaftsförderung, nach den Erfolgsfaktoren für kreative Unternehmen aus den unterschiedlichen Branchen der Kreativwirtschaft diskutieren.

Mannheim erhofft sich Impulse für seine nächsten Schritte, den eigenen Standort für die Kreativwirtschaft attraktiver zu machen. Eine Weiterführung der nationalen Debatte im Sinne der Stärkung des Kreativstandorts Deutschlands ist ausdrücklich erwünscht!

Dieter Rossmeissl

Kultur in der Metropolregion

Die kulturelle Funktion der Europäischen Metropolregion am Beispiel Nürnberg

»Germania est omnis divisa in partes undecim?« Nein, es geht nicht darum, in Anlehnung an Caesar die Gesamtfläche Deutschland in Planungsbezirke aufzuteilen. Bei den elf Metropolregionen, die mittlerweile von der Europäischen Union anerkannt wurden, handelt es sich um die gezielte Auswahl einzelner Verdichtungsräume mit hoher wirtschaftlicher Prosperität zu dem Zweck, diese weiter zu steigern. Ihre Aufgabe wurde 2000 in der Lissabon-Agenda definiert, in der die Union als ihr Ziel die »Schaffung der wettbewerbsfähigsten und dynamischsten wissensbasierten Wirtschaft der Welt« festlegt, »die fähig ist, ein dauerndes Wirtschaftswachstum mit mehr und besseren Arbeitsplätzen und einem größeren sozialen Zusammenhalt zu erzielen«. Das ist wahlweise ehrgeizig oder traumtänzerisch – zumindest im Hinblick auf Arbeitsplätze und soziale Kohäsion. Dennoch hat die Agenda dazu geführt, dass inzwischen überall in Europa ausgewählte Wachstums- und Innovationszentren als »Europäische Metropolregionen« anerkannt wurden und sich im Rahmen der *METREX* zu einem Netzwerk der Zukunftsoptimisten zusammen geschlossen haben. Die Regionen, die außerhalb dieser urbanen Entwicklungsräume liegen, mögen sich derzeit noch im Talmi-Glanz ihrer Ungebundenheit sonnen – langfristig sind sie in Gefahr, von der wirtschaftlichen Entwicklung in Europa abgekoppelt zu sein.

Gerade diese ökonomisch begründete und auf wirtschaftliche Prosperität fixierte Definition der Metropolregionen wirft die Frage auf, worin denn der gesellschaftliche – und damit notwendig auch kulturelle – Mehrwert dieser Agglomerationen besteht, die zwar noch über keine eigenen Fördertöpfe in der EU verfügen, diese jedoch mit guter Aussicht auf Erfolg anstreben. Tatsächlich spielt Kultur in den meisten Metropolregionen keine eigene, zumindest keine organisatorisch sichtbare Rolle. In ihnen dominieren die Entwicklungs- und Förder-Cluster der geglaubten und erhofften wirtschaftlichen Perspektiven.

Die *Metropolregion Nürnberg (EMN)* hat sich ein anderes Ziel gesetzt, das die Verbindung von Kultur und Wirtschaft institutionell thematisiert und damit einer neuen Erfahrung von Kultur und Wirtschaft experimentellen Raum verschafft.

Zwölf kreisfreie Städte und 21 Landkreise von Weißenburg bis Hof und von Würzburg bis Weiden haben sich 2004 rund um den Ballungsraum Nürnberg-Erlangen-Fürth zur Metropolregion zusammen geschlossen und 2005 die formelle Anerkennung erhalten. Die *EMN* umfasst einen Raum mit circa 3,5 Millionen Menschen und erwirtschaftet in 150 000 Unternehmen ein Bruttosozialprodukt von rund 100 Milliarden Euro. Die Organisation der Metropolregion stülpt den Gebietskörperschaften kein zusätzliches »Dach« über, sondern bezieht die Vertreter der verschiedenen gesellschaftlichen Bereiche in fachlichen »Foren« in eine gemeinsame Verantwortung für die Region ein. Neben Foren für Wirtschaft, Verkehr, Tourismus, Wissenschaft und Marketing wurde auch ein eigenes »Forum Kultur und Sport« geschaffen.

Entscheidungsorgan der Metropolregion ist ein »Rat«, in dem 54 Bürgermeister und Landräte vertreten sind. Dessen Vorsitzende bilden gemeinsam mit den Geschäftsführern der Foren sowie jeweils einem Forumssprecher aus dem fachlichen und politischen Bereich den »Steuerungskreis«. Dieser koordiniert Strategien, Arbeitsthemen und Projekte der Foren und damit der Region. Er tagt unter Leitung des Ratsvorsitzenden in der Regel dreimal im Jahr vor den Ratssitzungen.

In diesem wirtschaftlich geprägten Umfeld ist die Rolle der Kultur so schwierig wie wichtig. Bei ihr nämlich zeigt sich besonders deutlich die notwendige Janus-Gesichtigkeit der metropolitanen Organisation: Ihr primäres Ziel ist, die Region und ihre Wirtschaft nach außen als Kompetenzzentrum sichtbar und damit ihre Produkte vermarktbar zu machen sowie dafür sinnvolle Partnerschaften zu ermöglichen. Globale Erkennbarkeit eines Wirtschaftsraums setzt jedoch dessen innere Identifizierbarkeit voraus. Nur wenn sich im Innern das Gefühl entwickelt, Teil einer Region zu sein, wird sich genügend Substanz ergeben, die dann auch nach außen vermarktbar ist. So wurde – und das hat man im Raum Nürnberg frühzeitig erkannt – die Frage nach der Identität zu einer Kernfrage der Metropolregion, zur Voraussetzung wirtschaftlicher Außenwirkung also. Die Suche nach Identität ist immer auch die Suche nach kulturellen Zusammenhängen.

Diese zunächst bedeutende Stellung der Kultur gerät in der Fläche der Region jedoch rasch zu einem internen Konflikt. Steht der innere Zusammenhalt – die Identitätsstiftung – im Zentrum des Interesses, so muss es das primäre Ziel sein, Akteure aus dem gesamten Raum der Metropolregion zu integrieren, damit sich möglichst viele (und tendenziell alle) in deren Struktur und Aufgabe wiederfinden können. Das würde jedoch bedeuten, ein gemeinsames Interesse für die Stadtkapelle der 10 000-Einwohner-Gemeinde und dem Grünen Hügel von Bayreuth zu identifizieren, für das *Germanische Nationalmuseum* in Nürnberg und das Heimatmuseum des Landstädtchens. Die vornehme Zurückhaltung etlicher »Großer« bei der Mitarbeit in den regionalen Gremien macht die darin liegende Problematik ebenso deutlich wie die Naivität mancher Vorschläge der »Kleinen«, was denn aus deren

Sicht metropolitan bemerkenswert sein solle. – Noch differenzierender ist die Außenwirkung. Während etliche der Highlights die Plattform der Metropolregion nicht unbedingt brauchen, um global wahrgenommen zu werden, und allenfalls freundlich zur Mitwirkung bewogen werden können, sind andere Angebote auch bei größtem Eifer nicht geeignet, über die regionalen Grenzen hinaus wirksam zu werden.

Diese Unterscheidung ist im normalen Kulturbetrieb zwar vorhanden, aber weder wirksam noch sonderlich im Bewusstsein der Akteure. Das Stadtfest erreicht wunschgemäß die Stadtbevölkerung und ein paar Besucher aus dem Umland; die Ticketknappheit für Richard Wagners Opernfestival ist weltweit bekannt und erhöht zusätzlich die Begierde. Erst im ganzheitlich definierten und ökonomisch geprägten Wirtschaftsraum erhalten die bekannten Verhältnisse diskriminierende Relevanz. Das in der Wirtschaft so beliebte Benchmarking erfasst plötzlich dafür weder geeignete noch darauf ursprünglich angewiesene Kultureinrichtungen und setzt sie der bohrenden Frage aus, welchen Stellenwert sie im Verbund der Gesamtregion eigentlich haben. Die anschließende Frage nach dem Nutzen dieser Region für die Einrichtungen ist die logische Folge. Das zeigt sich in der immer wiederkehrenden Erwartung an Werbemittel der Region, von denen sich die einzelnen Einrichtungen vor allem zusätzliches Publikum erhoffen – und in deren verstärktem Konkurrenzdruck sie sich bald danach wieder finden.

Das klingt bis hierher wohl so, als sei die Allianz von Kultur und Wirtschaftsorganisation doch keine so gute Idee. Doch bin ich – trotz dieser nicht weg zu diskutierenden Konflikte – der Auffassung, dass die Liaison für die Region notwendig und für deren Kultur hilfreich ist. Das wird deutlich, wenn man sich die Alternative ansieht: den kulturlosen Wirtschaftsverbund.

In der »Leipzig Charta zur nachhaltigen europäischen Stadt« haben die Stadtentwicklungsminister 2007 erklärt, sie betrachten die »Städte jeder Größe als ein wertvolles und unersetzbares Wirtschafts-, Sozial- und Kulturgut«. Die Trias ist weniger umfassend, als sie sich selbst versteht. Dennoch definiert sie drei wesentliche Funktionen, welche die europäischen Städte seit je geprägt haben:

Städte waren seit ihrer Entstehung im Mittelalter mit Zünften und Gilden Orte der Produktion, der wirtschaftlichen Vernetzung und der aus beidem resultierenden Innovationen. Sie waren Orte weitgehender persönlicher Freiheit, die sich zugleich um ihres existenziellen Zusammenhalts willen um ein Mindestmaß an sozialer Kohärenz bemühen mussten. Umfängliche Sozialleistungen, Stiftungen und Fürsorgesysteme wie ein hohes Organisationsniveau zeugen von diesem Bemühen. Und Städte waren und sind Orte, die ihren Bürgern Lebensqualität nicht aus natürlichen Ressourcen bieten können, sondern auf die artifizielle Schaffung von Lebensräumen angewiesen sind, die »attraktiv« sind, anziehend für immer neue Bürger im wörtlichsten Sinn. Diese Attraktivität ist ein wesentliches Movens kultureller Leistungen, die später durch den Bürgerstolz auf die eigene Stadt eine wesentliche Ergänzung erfuhren. Heute wird man wohl auch die ökologischen Verhältnisse zu diesen Kulturleistungen zählen können.

Was hilft diese Verortung der Kultur in den Metropolregionen? Die Antwort ergibt sich aus der Umkehr der Frage: Was hilft den Metropolregionen die Kultur?

Metropolregionen sind künstliche und zudem ziemlich neue Gebilde. Sie besitzen keine gewachsene Identität, wollen sich aber nach innen wie außen als kohärente Wirtschafts- und Lebensräume präsentieren. Akzeptanz – innen wie von außen – sind ihnen also nicht aus Tradition sicher. Auch das probate Mittel der inneren Profilierung durch Abgrenzung von anderen – wie es die Franken gegenüber den Bayern und diese gegenüber den »Preußen« betreiben – steht ihnen nicht zur Verfügung. Dennoch ist es der Metropolregion Nürnberg gelungen, zum Beispiel mit dem Label »original regional« ein Herkunftszertifikat im Einzelhandel zu platzieren, dass offenbar Identifikation und daraus Nachfrage nach heimatlichen Produkten zu erzeugen in der Lage ist.

Voraussetzung dafür war freilich, diese »Heimat« zu beschreiben. Baugeschichte, kulturelle Einrichtungen und deren Angebote sind dafür unverzichtbar und auch in den Werbemitteln entsprechend vertreten in der schlichten Einsicht, dass sich eine Wirtschaftsregion zwar ohne Kultur definieren, nicht aber identifizieren lässt – weder von innen noch von außen. In dem künstlich geschaffenen Wirtschaftsraum erhält Kultur nicht nur eine identitätsstiftende, sondern sogar eine existenz-begründende Funktion.

In Nürnberg wurde uns dies nicht zuletzt durch die Partner aus China deutlich gemacht, die nach einer Zeit primär wirtschaftsorientierter Kooperation plötzlich mit einer reinen Kulturdelegation auftauchten und kategorisch forderten, dem ökonomischen müsse jetzt ein auch kultureller Austausch folgen, wenn die Kooperation der Regionen Bestand haben solle. Ob das von deutscher Seite aus so formuliert worden wäre, ist zu bezweifeln. Seither jedoch sind Bildende Kunst, Theater und Musik lebhafte Elemente der transkontinentalen Brücke geworden.

Mit diesem Selbstbewusstsein ist zwar das prinzipielle Verhältnis von Kultur und Wirtschaft skizziert, die Frage nach der gegenseitigen Ergänzung freilich noch offen. Ein abgegrenzter und stark vernetzter Wirtschaftsraum bietet jedoch ideale Voraussetzungen, die gegenseitige Bedürftigkeit und damit Ergänzungsfähigkeit beider Bereiche zu beschreiben und in Handlung umzusetzen. Bei diesem Verständnis von Kulturwirtschaft geht es nicht um die Frage, ob privatwirtschaftliche Aktivitäten den öffentlichen Charakter von Kultur einengen oder gar ersetzen können. Der kommunale Auftrag zur Gestaltung von Kultur ist in der Metropolregion Nürnberg explizit unbestritten. Es geht in diesem Kontext auch nicht um die Auslotung einer »kreativen Klasse« im Sinn Richard Floridas, deren Virulenz in einem strukturell so differenzierten Gebilde nicht einheitlich beschreibbar ist. Wohl aber geht es um die Frage, welche Stärken eine kulturnahe Wirtschaft in diesem Raum aufweist, welchen Nutzen die Kultur daraus ziehen kann, und welche Ergänzungen zur weiteren Entwicklung sinnvoll und wünschenswert wären. Instrumentenbau und CD-Labels, Tonstudios und Vermarkter sind notwendige ökonomische Partner der Musik-Szene. Verlage, Designer, Druckereien und Buchhandlungen schaffen ein produktives Umfeld für Literaten. Was aber so einsichtig

klingt, muss im konkreten regionalen Raum erst beschrieben, bewusst gemacht und eingefordert werden, ehe es wirtschaftlich wie kulturell wirksam werden kann. Deshalb arbeiten die Geschäftsführungen der Foren für Kultur und Wirtschaft derzeit gemeinsam an der Erstellung eines Kulturwirtschaftsberichts der Metropolregion, aus dem Konsequenzen für Unterstützung der Kulturakteure ebenso ableitbar sein sollen wie Hinweise für eine Ansiedlungspolitik der Wirtschaftsförderer.

Seit Richard Floridas Buch über den Aufstieg der »kreativen Klasse« (2004) hat dieser Begriff Konjunktur, wenn von Kulturwirtschaft die Rede ist. (Vgl. den Aufsatz von Andreas Wiesand: »Kultur- oder ›Kreativwirtschaft‹: Was ist das eigentlich?«, in: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 21. August 2006, S. 8 ff.) Allzu sehr bietet es sich an, die wohlklingende Bezeichnung – endlich befreit von der Marx'schen Klassen-Definition – als soziologisches Pendant zur Kulturwirtschaft und damit als deren gesellschaftliche Fundierung zu verwenden. Diese modische Verführung hält allerdings einem genaueren Hinsehen nicht stand.

Entsprechend dem Ansatz Floridas, der den Blick auf die ungleiche räumliche Verteilung der »Kreativen« in den USA gelenkt hat, haben 2006 Michael Fritsch und Michael Stützer von der *TU Bergakademie Freiberg* deren Aufenthalt in den deutschen Ballungsräumen nachgespürt. (»Die Geographie der Kreativen Klasse in Deutschland«, *Freiberger Arbeitspapiere* Nr. 11/2006) Den Spitzenplatz für den höchsten Anteil der »Kreativen Klasse« an der Bevölkerung (2004) nahm dabei die Stadt Erlangen (mit 41,1 %) ein, der aus dem Bereich der Metropolregion Coburg (30,5 %) auf dem dritten Rang nach Frankfurt (34,8 %) und vor Stuttgart (30,2 %) folgte. Die Schlussplätze belegten Ludwigshafen (4,6 %), Straubing (4,5 %) und Pirmasens (4,2 %).

Ein solches Ergebnis erfreut – und macht stutzig. So sehr Erlangen von Studenten geprägt ist, so bestimmen Siemens-Ingenieure und die technische wie die medizinische Fakultät doch weit eher das Stadtbild als die überschaubare Zahl ortsansässiger Künstler oder kulturnahe Industrie. Tatsächlich grenzen die Freiberger Analysten ihre Gruppe nach anderen (und nicht weniger schlüssigen) Kriterien ab. Den Kern ihrer Kreativen Klasse bilden die Ingenieure, Lehrer, Natur-, Wirtschafts-, Sozial- und Geisteswissenschaftler, die »ökonomische und technische Entwicklung« vorantreiben und die sie als »Hochkreative« bezeichnen. Daneben stehen die *creative professionals*: Angehörige der Legislativen und Verwaltungen, Juristen und Finanzfachkräfte sowie sozialpflegerische Berufe, welche die wirtschaftliche Entwicklung unterstützen, »indem sie ihr Wissen in immer neuen Zusammenhangen anwenden«. Erst in einer dritten Gruppe folgen die Schriftsteller, bildenden und darstellenden Künstler, die unter der traditionellen Bezeichnung als *Bohemiens* zusammen gefasst werden. Deren freiberuflicher Anteil ist übrigens in München, Köln und Berlin am größten – was wohl nicht allzu sehr überrascht.

Interessant ist diese Einteilung deshalb, weil sie den Begriff der Kreativität aus dem kulturellen Zusammenhang löst und ihn an das Innovationspotenzial der jeweiligen Berufe bindet. Eben diesen Innovationsanspruch erheben jedoch traditionell auch die Kulturschaffenden, wenngleich sie ihn eher auf gesellschaftliche,

humanitäre und individuelle Entwicklungen fokussieren. Der politischen Argumentation, Kultur sei auch ökonomisch ein wichtiger Standortfaktor oder/und Kreativwirtschaft ein Kernelement der regionalen Wirtschaftsstruktur, erwächst so ein definitorischer Konkurrent im sicher geglaubten Revier. Der weiter gefasste Begriff »Kreativwirtschaft« scheint mir deshalb wenig tauglich, die wirtschaftlichen Zusammenhänge von Kultur und Künstlern in einer Region zu beschreiben.

Im Kulturwirtschaftsbericht der Metropolregion Nürnberg werden wir versuchen, auf diese Divergenz einzugehen. Dabei wird auch zu prüfen sein, ob sich Floridas Thesen verifizieren lassen, dass ein hoher Anteil der kreativen Klasse in einer Region Rückschlüsse zulässt auf deren Offenheit und Toleranz – auch und gerade gegenüber der ausländischen Bevölkerung. Zugleich ist der ökonomisch definierte Raum einer Metropolregion gut geeignet, die Wirksamkeit kultureller Potenziale auf die Entwicklung vernetzter Standorte zu untersuchen: die Schaffung von Identität, die Prägung des Images und die Schaffung von Arbeitsplätzen (Kriterien nach Klaus R. Kunzmann: »Kulturwirtschaft und Raumentwicklung«, in: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 21. August 2006, S. 3 ff.). Die Metropolregionen eignen sich für solche Untersuchungen … und je weniger sie nur als Arrondierung großer Zentralorte erscheinen. Die Metropolregion Nürnberg greift über die großstädtische Agglomeration mit Erlangen und Fürth hinaus, ebenso über das historisch gewachsene Franken. Die Frage nach Stiftung einer eigenen Identität ist deshalb besonders interessant – und von besonderer Skepsis begleitet. Deutlich jedoch ist schon in dieser frühen Phase: Die künstlichen Gebilde der primär ökonomischen Metropolregionen brauchen eine Identität, einen inneren Zusammenhang, wenn sie nach außen erfolgreich agieren wollen. Bei der Suche danach richtet sich der Blick (wieder einmal) auf die Kultur und deren wirtschaftliche Bedingungen. Offen ist freilich noch, ob und welchen Nutzen die Kultur ihrerseits aus dieser Erwartung ziehen kann.

»Auf Dauer können die Städte ihre Funktion als Träger gesellschaftlichen Fortschritts und wirtschaftlichen Wachstums … nur wahrnehmen, wenn es ihnen gelingt, die soziale Balance … aufrecht zu erhalten, ihre kulturelle Vielfalt zu ermöglichen und eine hohe gestalterische, bauliche und Umweltqualität zu schaffen«, heißt es in der »Leipzig-Charta«. Die Metropolregionen sind Räume, in denen diese Aufgabe zur Chance für die künftige Entwicklung der europäischen Städte wird. Wir müssen darauf achten, dass die Kultur dabei nicht in die Rolle der Magd verwiesen wird, sondern ihren Platz auf der Steuerungsbrücke wirkungsvoll besetzt.

VOLKER HELLER

Kulturwirtschaft und die Aufgaben der Kulturpolitik

Die Kulturwirtschaft und ihre Effekte im kulturellen Sektor sind erst seit kurzer Zeit Gegenstand kulturpolitischer Debatten. Dabei beherrschten zunächst eher randständige Themen die Diskussion wie zum Beispiel Kulturtourismus, Umwegrentabilität oder Kultur als der (selbstbewusst behauptete) Ursprung allen kreativen Handelns. Mit diesen Themen entstand auch der Eindruck, kulturpolitisch könnte die Kulturwirtschaft möglicherweise nur als neues Vehikel für alte Legitimationsdebatten zur öffentlichen Kulturförderung eingeführt werden. Ein solcher rein taktischer Umgang mit dem Gegenstand der Kulturwirtschaft würde allerdings außer acht lassen, dass kulturpolitische Grundhaltungen und Strategien in der Auseinandersetzung mit der Kulturwirtschaft nahezu zwangsläufig und sehr grundsätzlich hinterfragt werden. Möglicherweise wird Kulturpolitik selbst durch den Gegenstand der Kulturwirtschaft stärker verändert werden, als wir heute ahnen. Wie immer liegen in einem solchen grundsätzlichen Prozess sowohl Chance als auch Risiko und gerade das spricht für eine aktive und offensive Gestaltung dieser kulturpolitischen Diskussion.

Zum besseren Verständnis der Beziehung von Kulturpolitik und Kulturwirtschaft soll die folgende Abfolge von Fragen dienen: Was sind die Aufgaben der Kulturpolitik? Wem nutzt die Kulturwirtschaft? Was haben diese beiden Fragen (und ihre Ergebnisse) mit einander zu tun? Und welche Auswirkungen hat das auf die Kulturpolitik, ihre Strategien, Maßnahmen und Instrumente? Wo liegen die Grenzen, aber auch die Selbstblockaden der Kulturpolitik bei der Entwicklung entsprechender Strategien? Und wie könnten erste, konkrete kulturpolitische Maßnahmen und Instrumente aussehen?

Was sind die Aufgaben der Kulturpolitik?

Über welche Kulturpolitik reden wir eigentlich bei dieser Fragestellung? Im Grunde geht es um die Politik der öffentlichen Hände zur Förderung von Kultur durch direkte und indirekte Maßnahmen beziehungsweise Instrumente, durch die Setzung ordnungspolitischer Rahmenbedingungen, durch Aus- und Weiterbildung und Qualifizierung sowie durch das Führen normativer Diskurse. Alles dies nach den hergebrachten Prinzipien der Pluralität, Subsidiarität, Dezentralität und Liberalität. Aber jenseits dieser Grundbedingungen stellt sich die – zugegeben etwas überspitzt formulierte – Frage, reden wir

- über die Kulturpolitik, die wir gerne machen würden (idealtypische fachpolitische Ansätze und Strategien im planungsrationalen Sinne des Begriffs »policy«), oder
- über die Kulturpolitik, welche wir behaupten zu machen (Behauptungen grandioser Wirkungsmacht kulturpolitischen Handelns in Sonntagsreden), oder
- über die Kulturpolitik, die wir in Wirklichkeit machen (real- und machtpolitische Verteilungskämpfe unterschiedlicher Interessengruppen im handlungsrationalen Sinne von »politics«)?

Die Differenzen zwischen »policy« und »politics«, die Lücken zwischen Behauptung, Anspruch und Realität deutscher Kulturpolitik spielen eine entscheidende Rolle im Umgang mit dem Thema der Kulturwirtschaft, wie sich weiter hinten in diesem Beitrag noch zeigen wird.

Jenseits der Fragen nach real- oder idealpolitischem Verständnis hat die *Enquete-Kommission des Deutschem Bundestages »Kultur in Deutschland«* (in: *BT-Drucksache* 16/7000 (11.12.2007)) als quasi »letzte Instanz« die Aufgaben von Kulturpolitik noch einmal definiert. Aufgabe der Kulturpolitik sei die »Sicherung der kulturellen Infrastruktur« (ebd., Kap. 2.5) durch

- die Errichtung/den Erhalt von Einrichtungen,
- Förderung von Kunst, Kultur und kultureller Bildung,
- Initiierung und Finanzierung kultureller Veranstaltungen,
- angemessene Rahmenbedingungen für Künstler, Kulturberufe, bürgerschaftliches Engagement, Freie Kultur und die Kulturwirtschaft.

Diese Aufgabe muss mit kulturpolitischen Zielen und Kriterien verknüpft werden, denn ohne entsprechende Ziele ließe sich die Aufgabe nicht wirklich konkretisieren und in ein Verhältnis zu anderen Politikbereichen setzen.

Für diesen Beitrag sollen folgende Ziele für die Wahrnehmung der oben genannten kulturpolitischen Aufgaben benannt werden:

- Entstehung aktueller, vielfältiger, interessanter und hochwertiger Kunstwerke,
- größtmögliche Verbreitung von und öffentlicher Diskurs über Kunst, damit aus Kunst Kultur wird,
- das Kulturelle Erbe lebendig und verfügbar halten,
- breite Teilhabegerechtigkeit sichern,

- Künstler und in Kulturberufen Tätige, die von ihrer Tätigkeit auskömmlich leben können (nicht als Selbstzweck, sondern als Voraussetzung zur qualitativ befriedigenden Realisierung der anderen oben genannten Ziele),
- gesellschaftspolitische Einflussnahme zur gesellschaftlichen Entwicklung zum »Besseren«. (Egal wie vielfältig und unterschiedlich die jeweiligen Vorstellungen einer »besseren Gesellschaft« auch sein mögen – diese gesellschaftspolitische Zielstellung war gerade in der *Kulturpolitischen Gesellschaft* e. V. Initialzündung zur Gründung und spielt eine wesentliche Rolle in ihrem Selbstverständnis. Nach diesem Verständnis muss sich Kulturpolitik deutlich über dekorative Protokoll- und Prestigepolitik von Gebietskörperschaften sowie über reine Kunstförderung erheben und gesellschaftspolitische Impulse geben und entsprechende Entwicklungen auslösen.)

Wem nützt die Kulturwirtschaft?

Das in diesem Beitrag verwandte Verständnis des Begriffs »Kulturwirtschaft« orientiert sich ebenfalls an der im Bericht der *Enquete-Kommission* (ebd., Kap. 5.2) vorgeschlagenen Definition: Sie begreift kulturelle Güter in ihrem Doppelcharakter von Kulturgut und Ware. In Abgrenzung zur »Kreativwirtschaft« steht ein eindeutig künstlerisches Produkt im Kern, und in Abgrenzung zum öffentlichen Kulturbetrieb gilt die erwerbswirtschaftliche Ausrichtung als Merkmal der Kulturwirtschaft (ebd., Kap. 5.2).

Die Nutznießer der Kulturwirtschaft lassen sich grob in drei Gruppen einteilen:

- *Die Künstler*
  Sie erhalten Einkommen aus Tätigkeiten in der Kulturwirtschaft und sie können ihre Bekanntheit steigern (was sich auch wieder auf das Einkommen auswirken kann). Diese »Lohn-und-Brot«-Effekte der Kulturwirtschaft gelten auch für andere in Kulturberufen Tätige, zum Beispiel im Bereich der Vermittlung und Produktionsunterstützung.
- *Die einzelnen Nutzer/Rezipienten/Kunden*
  Sie erhalten häufig besonders leicht Zugang zu Kulturprodukten durch Medialisierung der Produkte und/oder durch die im Vergleich zum öffentlichen Kulturbetrieb teilweise besonders professionell angelegten Marketing- und Vertriebsmaßnahmen. Dazu gehören auch Kunst- und Kulturereignisse exzellenter Qualität in nahezu allen Genres (z. B. Literatur, Film, Musik).
- *Die Gesellschaft*
  Die kulturelle Entwicklung unserer Gesellschaft ist in den letzten 50 Jahren im Wesentlichen durch Produkte der Kulturwirtschaft geprägt worden, wesentliche gesellschaftspolitische Impulse dieser Epoche kamen (soweit sie kunst- bzw. kulturell verursacht waren) aus der Kulturwirtschaft. Außerdem bildet die Kulturwirtschaft einen erheblichen volkwirtschaftlichen Faktor mit nennenswerten und tendenziell steigenden Anteilen am BIP und trägt so zum gesellschaftlichen Wohlstand bei.

Was haben die beiden Fragen nach den »Aufgaben der Kulturpolitik« und dem »Nutzen der Kulturwirtschaft« und die Antworten darauf miteinander zu tun?

Ganz offensichtlich sind die Überschneidungen, Kongruenzen in den Aufgaben und Zielstellungen der Kulturpolitik mit den Effekten der Kulturwirtschaft, wie die Gegenüberstellung *(siehe rechte Seite)* noch einmal zeigt.
Die vielfältigen Überschneidungen legen es nahe, dass Kulturpolitik zur Verfolgung der eigenen Ziele den Bereich der Kulturwirtschaft mitdenken und in die eigenen Strategien einbeziehen müsste.

Inwieweit lassen sich Ziele der Kulturpolitik auch mit Hilfe der Kulturwirtschaft erreichen?

Voraussetzung hierfür wäre zunächst, Kulturwirtschaft als selbstverständlichen integralen Bestandteil des kulturellen Sektors zu begreifen, der wiederum in Gänze Gegenstand kulturpolitischen Denkens und Handelns sein sollte. Auf dieser Basis ließen sich explizite kulturpolitische Maßnahmen und Instrumente zur Verstärkung von Synergieeffekten und zur Erreichung kulturpolitischer Ziele entwickeln. Und um dabei allen Missverständnissen deutlich vorzubeugen:

- Kulturpolitik kann und soll keine Wirtschaftspolitik beziehungsweise -förderung betreiben;
- es geht nicht um die Kommerzialisierung des Kulturbetriebs;
- der Staat soll sich nicht aus der Verantwortung für Kunst und Kultur zurückziehen und das Feld allein den kulturwirtschaftlichen Akteuren überlassen.

Unter diesen Voraussetzungen könnte die öffentlich geförderte Kulturlandschaft einer Region auf ihre Wirkung als Standortfaktor für Kulturwirtschaft hin (und genauso umgekehrt die Kulturwirtschaft als Standortfaktor für den öffentlichen Kulturbetrieb) analysiert und gegebenenfalls entsprechende Fördermaßnahmen definiert werden.[1] Konkrete kulturpolitische Maßnahmen und Instrumente sollten auf den spezifischen Handlungskompetenzen kulturpolitischer Akteure aufsetzen.

Angesichts der deutlichen Kongruenz kulturpolitischer Ziele und kulturwirtschaftlicher Effekte stellt sich die Frage, warum die Kulturpolitik das Thema der Kulturwirtschaft nicht schon viel eher für sich entdeckt und offensiv aufgegriffen hat. Warum wurde das Thema auch während des internationalen Hypes der letzten Jahre in Deutschland eher von der Wirtschaftpolitik aufgenommen, während sich die Kulturpolitik zunächst eher abwartend verhielt? Schaut man in die deutsche Geschichte der Beziehung von Kulturpolitik und Kulturwirtschaft, so lässt sich eine latente Abgrenzungsstrategie traditioneller Kulturpolitik gegenüber der Kulturwirtschaft feststellen.

1 Die strategische Betrachtung der öffentlich geförderten Kulturlandschaft als Standortfaktor für Kulturwirtschaft kann sicher nicht für alle Regionen und Städte Deutschlands sinnvoll in Betracht kommen; für Metropolregionen und Großstädte ist es allerdings ein wichtiger Aspekt.

Kulturpolitische Ziele	Kulturwirtschaftlicher Beitrag
Entstehung aktueller, vielfältiger, interessanter, hochwertiger Kunstwerke	Wesentliche Impulse der Kunst- und Kulturgeschichte (insbesondere der letzten 50 Jahre, z.B. PopArt, Video-Ästhetik etc.), hochwertige Kunstprodukte und Kulturereignisse (z.B. in Literatur, im Film, im Jazz etc.)
Größtmögliche Verbreitung von und öffentlicher Diskurs über Kunst (damit aus Kunst Kultur wird)	Leichter Zugang zu und große Verbreitung von Kulturprodukten (Medialisierung, professioneller Vertrieb etc.)
Kulturelles Erbe lebendig und verfügbar halten	Mediale Verfügbarmachung (Zusatzfrage: In welcher Epoche fängt das Erbe an? Gehört z. B. eine Jazzstilistik wie Bebop schon dazu?)
Breite Teilhabegerechtigkeit sichern	Z. T. deutlich niedrigere soziale Zugangsschwelle als im öffentlichen Kulturbetrieb, professionelles Marketing/Vertrieb, aber z.T. hohe (unsubventionierte) Preise
Künstler und in Kulturberufen Tätige, die von ihrer Tätigkeit auskömmlich leben können	Künstler und in Kulturberufen Tätige erhalten Einkommen und Bekanntheit
Gesellschaftspolitische Einflussnahme	Wesentliche gesellschaftspolitische Impulse der jüngeren Kulturgeschichte (der letzten 50 Jahre) z.B. in der Rock-/Popmusik, in der Literatur und im Film

Traditionelle Kulturpolitik in der Falle der Abgrenzungsstrategie

Als Gegenstand kulturpolitischen Denkens und Handelns wurde die Kulturwirtschaft über lange Zeit hinweg eher ignoriert. Eine besondere Rolle in dieser Abgrenzungsstrategie spielte die Frage des Kulturbegriffs: Während der öffentliche Kulturbetrieb als Hüter des Guten, Schönen und Wahren in der Kultur verstanden wurde, wurde die Kulturwirtschaft eher als kleine Schmuddel-Schwester des öffentlichen Kulturbetriebs gesehen. Ihre Produkte standen meist unter dem Generalverdacht einer aus kommerziellen Gründen minderen Qualität. Erst unter dem Zugzwang, das Thema nicht komplett der Wirtschaftspolitik zu überlassen, öffnet sich die kulturpolitische Wahrnehmungsbereitschaft. Zwingende Voraussetzung für die Entwicklung erfolgversprechender kulturpolitischer Strategien hinsichtlich der Kulturwirtschaft wäre aber

- die kritische Überprüfung selbstgesetzter kulturpolitischer Positionen,
- die Überwindung realpolitischer (Selbst-)Blockaden kulturpolitischer Handlungsfähigkeit.

Sowohl die zu überprüfenden kulturpolitischen Positionen als auch die realpolitischen Blockaden haben ihre eigene Geschichte und tiefe kulturpolitische Verwurzelung, die ihre Überwindung umso schwieriger macht.

Kritische Überprüfung selbstgesetzter kulturpolitischer Positionen

Die Kulturpolitik hat meines Erachtens auch deshalb so große Schwierigkeiten, sich des Themas der Kulturwirtschaft ernsthaft anzunehmen, weil dies eine Viel-

zahl liebgewonnener – aber zugleich unzulänglicher – Konstrukte des eigenen idealpolitischen Politikverständnisses erheblich erschüttern kann. Als solche Konstrukte kulturpolitischen Selbstverständnisses lassen sich eine Vielzahl idealpolitischer Legitimationsbehauptungen der öffentlichen Kulturförderung zusammentragen, die regelmäßig zur Begründung von förderpolitischen Maßnahmen herangezogen werden. Einige Beispiele hierfür sind:

- »Fördern, was es schwer hat.«
- »Gefördert wird, was besondere Qualität hat.«
- »Gefördert wird die Teilhabegerechtigkeit an der Kultur.«
- »Gefördert werden Kunst und Kultur mit besonderer gesellschaftlicher (gesellschaftspolitischer) Relevanz.«

Ihnen gemein ist eine erhebliche Diskrepanz von Anspruch und Wirklichkeit kulturpolitischen Handelns.[2] Denn bei Betrachtung der realpolitischen Förderpraxis der öffentlichen Hand offenbaren sich häufig ganz andere Förderschwerpunkte, als in solchen Legitimationsbehauptungen formuliert[3]. Besonders deutlich wird dies in der Behauptung, Kunst und Kultur mit besonderer gesellschaftlicher (gesellschaftspolitischer) Relevanz zu fördern. Die wesentlichen gesellschaftspolitischen Impulse der jüngeren Kulturgeschichte (der letzten 50 Jahre) kamen – abgesehen vom Wirken der Soziokultur und der Freien Szenen – eben nicht aus dem öffentlich geförderten Kulturbetrieb, sondern aus der Kulturwirtschaft, zum Beispiel der Rock-/Popmusik, der Literatur und dem Film. Derzeit hat sich die Kulturpolitik (auf der Ebene der im Föderalismus zuständigen Länder) sogar aus der Debatte um ganze zeitgenössische Kunstgattungen wie Film und Games weitgehend zurückgezogen. Dass normative Debatten zum Beispiel um Games nahezu ausschließlich den Innen- und Bildungspolitikern überlassen werden, zeigt deutlich die Diskrepanz von Anspruch und Wirklichkeit kulturpolitischen Handelns.

Die Aufzählung dieser problematischen Konstrukte im Dilemma zwischen idealpolitischem Anspruch und realpolitischer Wirklichkeit ließe sich fortsetzen. Die Beispiele zeigen auch, wie sich aus einst fortschrittlichem kulturpolitischen Selbstverständnis Legitimationsbehauptungen zur dauerhaften (Bestands-)Sicherung von Förderpraxis entwickelten. Zugleich wurden diese kulturpolitischen Positionen zur Ausgrenzung möglicher neuer Antragsteller genutzt, gerade auch gegenüber den Akteuren der Kulturwirtschaft. Weil sie angeblich den formulierten Voraussetzungen von Qualität, Bedürftigkeit und gesellschaftlicher Relevanz

2 Siehe oben unter Punkt 1: Über welche Kulturpolitik reden wir eigentlich?

3 Indikatoren dafür sind zum Beispiel der geringe Anteil an zeitgenössischer Kunst an den Programmen der öffentlichen Kulturinstitute oder der geringe Anteil der Förderung zeitgenössischer Kunst am Gesamtbudget öffentlicher Kulturförderung. Die Erfahrung zeigt auch, dass die öffentliche Förderung allein kein Garant für besondere Qualität ist; auch hat sich möglicherweise generationenwechselbedingt der Alleinstellungsanspruch der sogenannten Hochkultur in Sachen künstlerischer Qualität stark relativiert. Dass in der Kulturwirtschaft auch künstlerische Produkte entstehen, welche in ihrer Qualität dem öffentlichen Kulturbetrieb in nichts nachstehen, ist aus der Musik-, Film- und Literaturwirtschaft lange bekannt. Teilhabegerechtigkeit wird über die Subventionierung von Eintrittspreisen im wesentlichen nur im Bereich der Hochkultur gefördert; dem Ausschluss von Interessierten, die sich die hohen Eintrittspreise unsubventionierter Kulturereignisse zum Beispiel der Rockmusik nicht leisten können, wird kulturpolitisch nicht gegengesteuert.

nicht genügten, war die Ausgrenzung mit derartigen Konstrukten leicht zu begründen.

Eine Öffnung kulturpolitischer Strategien für kulturwirtschaftliche Akteure und Handlungsfelder würde bedeuten, die oben genannten Konstrukte beziehungsweise ihre Umsetzung in kulturpolitische Praxis erheblich hinterfragen und gegebenenfalls ändern zu müssen. So schmerzhaft dieses Hinterfragen im Einzelfall auch sein mag, so groß kann der Zugewinn für kulturpolitische Wirkungschancen doch sein, wenn dadurch die kulturwirtschaftlichen Akteure zur Realisierung kulturpolitischer Zielsetzungen mit aktiviert werden könnten.

Überwindung realpolitischer (Selbst-)Blockaden kulturpolitischer Handlungsfähigkeit

Die Kulturpolitik müsste zur Entwicklung von Strategien und Maßnahmen bezüglich der Kulturwirtschaft freie/disponible Ressourcen mobilisieren sowie Zuständigkeiten für sich reklamieren. In beiderlei Hinsicht hat sich die Kulturpolitik allerdings weitgehend selbst blockiert.

- *Fehlende freie Ressourcen*
  Die disponiblen Förderanteile in den Kulturetats sind gering. In der Regel fließen um die 95 Prozent der Fördermittel in den Kommunen und Ländern in institutionelle Strukturen, und deren Förderbestand wird mit eifersüchtigen Besitzstandskämpfen geschützt. Auch dort, wo in jüngster Zeit wieder Aufwüchse zum Beispiel in den kommunalen Kulturetats zu beobachten sind, profitieren im Wesentlichen die institutionellen Förderungen davon. Für freie Projekte und Maßnahmen werden in der Regel die disponiblen Mittel nicht erhöht. So verfügen die Gebietskörperschaften nicht über ausreichend freie Mittel, die sie für neue kulturwirtschaftskompatible Strategien und Maßnahmen einsetzen könnten. Mittel für sinnvolle und erfolgsversprechende Strategien müssten in zähen und realpolitisch harten Umverteilungskämpfen erstritten werden. Das ist eine realpolitisch wenig attraktive Perspektive, weshalb die Kulturpolitik das Thema Kulturwirtschaft gerne der Wirtschaftspolitik überlässt. Diese Vermeidungstaktik hat allerdings ihren Preis: Kulturpolitik kommt dann als ernstzunehmender Player in diesem Feld des kulturellen Sektors nicht mehr vor.

- *Aufgabe von Zuständigkeiten als strukturelle Blockade*
  Abgesehen von wenigen Ausnahmen haben in den im Föderalismus für Kultur zuständigen Ländern die meisten Kulturministerien ihre Zuständigkeit für den Filmbereich im Zusammenhang mit der Medienpolitik (meistens an die Staatskanzleien) abgeben müssen. Damit ist eine der wesentlichen Kunstformen unserer Zeit, der Film, in den Ländern zur kulturpolitischen Leerstelle geworden. Noch problematischer sieht es bei ganz neuen Kunstformen wie zum Beispiel den Games aus. Obwohl hier eine ganze nachwachsende Bevölkerungsgeneration kulturell ästhetisch geprägt wird, hat sich die Kulturpolitik (von wenigen Ausnahmen abgesehen) fast völlig aus der Debatte mit dem Hinweis zurückgezogen, die künstlerisch-kulturelle Qualität sei nicht hinreichend

erkennbar. Die Zuständigkeit für diese Branche wird den Wirtschaftsministerien zugewiesen. Mit dieser mangelnden Anerkennung der Games als Kulturprodukt droht Kulturpolitik ihre Rolle als ernstzunehmender Player in diesem Zukunftsfeld des kulturellen Sektors leichtfertig preiszugeben.

Die oben beschriebenen kulturpolitischen Abgrenzungsstrategien und -gründe dienten im Wesentlichen der realpolitischen Konfliktvermeidung. Insofern war das Ignorieren der Kulturwirtschaft als kulturpolitisches Thema nur konsequent. Solange das Thema rein wirtschaftspolitisch definiert werden konnte, konnte Kulturpolitik schwierigen Überprüfungen des eigenen Selbstverständnisses und neuen Verteilungskämpfen aus dem Wege gehen. *Die beschriebenen kulturpolitischen Abgrenzungsstrategien und -gründe sind nachvollziehbar, aber sie führen die Kulturpolitik in eine gefährliche Falle:*

Mit dem Rückzug aus der Debatte um zeitgenössische Kunst- und Kulturformen aus der Kulturwirtschaft und die Gestaltung von deren Rahmenbedingungen, sowie mit der Beschränkung auf die Teilsegmente des kulturellen Sektors, die in den letzten Jahrzehnten am wenigsten gesellschaftliche Relevanz haben beweisen können, droht die Kulturpolitik zum bloßen Hüter oder bestenfalls Zeremonienmeister im repräsentativen Tempel des kulturellen Erbes zu werden. Die Gestaltung eines politischen Diskurses um die Bedeutung und gesellschaftlichen Auswirkungen neuer Kunstformen sowie die Gestaltung entsprechender Rahmenbedingungen für deren Produktion werden dann Andere übernehmen. Um dies zu vermeiden und den Anspruch von Kulturpolitik, den gesamten kulturellen Sektor als ihr Handlungsfeld zu begreifen, aufrecht zuhalten und mit Leben zu erfüllen, wird Kulturpolitik nicht umhin kommen, allen realpolitischen Problemen zum Trotz neue Strategien und Maßnahmen zu entwickeln, welche die Kulturwirtschaft als Möglichkeit zur Erreichung kulturpolitischer Ziele mitdenkt.

Wie könnten konkrete kulturpolitische Strategien, Instrumente und Maßnahmen ausgestaltet werden?

Für kultur- und wirtschaftspolitische Maßnahmen im Bereich der Kulturwirtschaft gibt es keine Patentrezepte. Vielmehr müssen Maßnahmen und Instrumente auf die jeweils spezifische (und gründlich analysierte) Situation einer Region hin entwickelt werden. Was in Region A mit gutem Erfolg wirkt, könnte in Region B völlig ins Leere laufen. Insofern kann die Aufzählung der hier aufgezeigten Maßnahmen nur als Ideensammlung gelten.

Maßnahmen der *Wirtschaftspolitik* zur Förderung der Kulturwirtschaft werden bereits seit längerem intensiv diskutiert. Im Zentrum stehen dabei

- der erleichterte Zugang zu Kapital durch Kredite, Bürgschaften, Venture-Capital-Fonds etc.,
- Aus- und Fortbildung der Akteure in betriebswirtschaftlicher Kompetenz,
- Unterstützung beim Markteintritt durch Messeförderung, Exportförderung etc.,

- Bildung von Netzwerken der Akteure in brachenspezifischen Clustern.

Für diese Maßnahmen stehen entsprechende und erprobte wirtschaftspolitische Fördermechanismen zur Verfügung, die allerdings an die Besonderheiten der kulturwirtschaftlichen Branche angepasst werden müssen. Hierfür ist insbesondere die Kleinteiligkeit dieses Wirtschaftsbereichs mit einer besonders hohen Anzahl von Mikrounternehmen/freiberuflichen Akteuren eine besondere Herausforderung.

Im Bereich der *Stadtentwicklungspolitik* wird insbesondere die Unterstützung des kulturellen Sektors und der kulturwirtschaftlichen Akteure durch Bereitstellung entsprechender Flächen – gegebenenfalls als Zwischennutzung und in räumlichen Clustern – diskutiert.

Maßnahmen und Instrumente der *Kulturpolitik* sollten sich vor dem Hintergrund der eigenen Handlungskompetenz und Erfahrung (neben ordnungspolitischen Setzungen zum Beispiel im Bereich des Urheber- und Steuerrechts, die hier nicht weiter verfolgt werden sollen) einerseits schwerpunktmäßig auf die Urheber und Interpreten, die »Content«-Produzenten und andererseits auf die Vermittlung (Nachfrage- und Markteintrittsförderung) konzentrieren. Sinnvoll erscheint dabei die Verfolgung dezidierter Strategien zur Standortentwicklung: Im Abgleich mit stark ausgeprägten und wachsenden kulturwirtschaftlichen Branchen vor Ort müsste eine entsprechende Stärkung der komplementären öffentlich geförderten Kulturbereiche erfolgen. Im konkreten sollen drei strategische Maßnahmebereiche aufgeführt werden:

Förderung der Bildung künstlerisch-kreativer Milieus

Die Bildung entsprechender Milieus kann durch aktive Ansiedlungspolitik für Urheber/Interpreten/künstlerisch Tätige unterstützt werden. Mögliche Maßnahmen wären:

- aktives Standortmarketing mit zielgruppengerechter Marketinginformation und Informationspolitik,
- Stipendien (auch als Vergabe durch geförderte Institutionen),
- Förderung von Arbeitsorten (Ateliers, Studios),
- Austauschprogramme mit dem Ausland,
- Förderung freier Künstlerprojekte,
- Förderung künstlerischer Projekte mit besonderem ethnischem/migrantischem Hintergrund,
- Preisvergaben,
- Ansiedlung und Förderung entsprechender künstlerischer Ausbildungsstätten/Hochschulen, Einrichtung von temporären Universitäten (Sommerkurse etc.),
- Wettbewerbe/Auslobung von Kulturpreisen in neuen zukunftsträchtigen Genres wie Games.

Die hierfür benötigten Etats müssten mit Priorität gebildet/erhöht werden.

Markteintritts- und Nachfrageförderung

- Geförderte Institutionen zur verstärkten Kooperation mit freiberuflichen Akteuren anregen, Institutionen verstärkt zu Ankerpunkten für freiberufliche Akteure ausbilden,
- verstärkte Förderungen von Marketingkooperationen und -aktivitäten (inklusive Marktforschung) der Content-Produzenten und ihrer Verbände/Institutionen zur Generierung verstärkter Nachfrage,
- Beratungsmöglichkeiten zur kulturwirtschaftlichen Verwertung künstlerischer Ideen und Produkte ermöglichen beziehungsweise intensivieren und in die Förderprogramme für freie Projekte/Künstler integrieren,
- Projekte kultureller Bildung für Kinder/Jugendliche in besonderer Kooperation mit Akteuren der Kulturwirtschaft/Unterhaltungsmedien (durch deren Produkte Kinder/Jugendliche heute in der Regel kulturell geprägt werden) fördern.

Eine entsprechende Förderpolitik würde eine vielfältige künstlerisch/kulturelle Produktion indirekt durch Senkung von Vermarktungsschwellen fördern. Eine Verschiebung von direkter Produktionsförderung hin zu Marketing- und Vermittlungsförderung wäre gegebenenfalls eine Konsequenz, wenn sich die Förderbudgets nicht für diesen Zweck entsprechend erhöhen ließen.

Flexibilität der Förderpolitiken erhöhen

Zum einen muss die Koordination der drei für die Kulturwirtschaft wesentlichen Politikfelder Wirtschaft, Stadtentwicklung und Kultur sichergestellt werden, die jeweiligen Ziele und Fördermaßnahmen müssen laufend abgeglichen und auf Lücken hin überprüft werden. Dies beinhaltet einen laufenden Abgleich mit branchenspezifischen Bedürfnissen der Akteure. Hierfür sind organisatorische Maßnahmen, wie zum Beispiel ein ressortübergreifendes Clustermanagement notwendig. Zugleich erfordert eine effektive Förderpolitik deutlich verbesserte Forschungserkenntnisse; das derzeitige Wissen um die Prozesse und Funktionsweisen der Schnittstellen von Kulturwirtschaft und öffentlichem Kulturbetrieb ist gering und das Wissen um die Wirkung entsprechender öffentlicher Förderpolitiken an dieser Schnittstelle noch geringer. Eine schnelle flexible Reaktionsfähigkeit von Förderpolitik auf die Anforderungen des Sektors hin erfordert einen flexiblere Ressourceneinsatz in der Kulturpolitik, als dies derzeit gegeben ist (siehe oben »Traditionelle Kulturpolitik«); in den Kulturförderetats der öffentlichen Hand müssen entsprechende variable Positionen geschaffen werden.

Die Chancen für die Kulturpolitik, eine wesentliche gestalterische Rolle in den zukunftsträchtigen Feldern des kulturellen Sektors durch Einbeziehung der kulturwirtschaftlichen Themen wahrzunehmen, stehen nicht schlecht. Sie lohnen die Anstrengung, die oben genannten Herausforderungen anzunehmen.

Dieter Haselbach

Kulturwirtschaft und Kulturpolitik – Plädoyer für begriffliche Sorgfalt

Die Diskussion über Kulturwirtschaft ist schon lange mit uns. Es erübrigt sich hier, die Stationen der Berichterstattung über Kulturwirtschaft in Deutschland noch einmal zu schildern. Zunächst waren Bundesländer im Fokus, Nordrhein-Westfalen immer voraus. Inzwischen gibt es auch eine Reihe von Berichten zu Städten und Stadtstaaten. Grundsätzlich ist diese Erweiterung des Forschungsfeldes sinnvoll, denn Städte mehr als die Fläche »draußen im Lande« (wie ein Altbundeskanzler dies auszudrücken pflegte) sind Standorte intensiver kulturwirtschaftlicher Aktivität. In den letzten Jahren wird nicht nur aus der Perspektive der Wirtschaftsförderung, sondern auch von kulturpolitischer Seite diskutiert, welche strategischen Möglichkeiten sich aus dem breiten Interesse an der Kulturwirtschaft ergeben. Eine solche kulturpolitische Diskussion ist sehr wünschenswert. Dagegen wird es immer langweiliger, wenn in jedem statistischen Bericht über Kulturwirtschaft dieselbe statistische Einsicht (»... auch in XY-Stadt zeigt sich das starke Wachstumspotenzial der Kulturwirtschaft ...«) noch einmal hervorgebracht wird.

Um die kulturpolitischen Implikationen der Kulturwirtschaft auszumessen, bedarf es einer festen begrifflichen Grundlage. Was in der kulturpolitischen Literatur allerdings zu lesen ist, mehr noch, was in kulturpolitischen Debatten über Kulturwirtschaft gelegentlich geäußert wird, lässt nicht übersehen, dass die feste Grundlage noch nicht besteht. Für viele Kulturschaffende und für einige Kulturpolitiker löst der Begriff Kulturwirtschaft (oder gar der der Kreativwirtschaft) Reflexe aus, die mit der Sache nur bedingt zu tun haben. Verbreitet sind etwa Denkfiguren, die »die Kulturwirtschaft« für eine »Ökonomisierung von Kultur«, also wohl mit drohenden Kürzungen bei den öffentlichen Subventionen, assoziieren. In dieser Sicht ist »Kulturwirtschaft« etwas Grundböses, denn sie erscheint verantwortlich für die Krise öffentlicher Kulturfinanzen. Positivere, aber dennoch falsche Konnotationen bekommt »Kulturwirtschaft«, wo mit ihr und ihrem Wachs-

tum ein Beweis als geführt gilt, dass »Kultur ein Wirtschaftsfaktor« sei und dass jede Förderung öffentlicher Kultureinrichtungen eine »Investition« darstelle.[1]

Was ist Kulturwirtschaft nicht?

In einem ersten Schritt möchte ich darstellen, was Kulturwirtschaft *nicht* ist, was aber gerade in der kulturpolitischen Diskussion immer wieder mit Kulturwirtschaft assoziiert wird.

- Kulturwirtschaft ist kein neuer Name für das viel besprochene Thema (Verhältnis von) »*Wirtschaft und Kultur*«. Wenn sich ein Wirtschaftsbetrieb, sagen wir eine Bank, eine Kulturabteilung zulegt, Kunst sammelt und Kultur fördert, dann ist das keine Kulturwirtschaft, sondern Imagepflege oder Mäzenatentum.
- Kulturwirtschaft bezeichnet auch keine Neuauflage der Debatte über »*Kultur als Wirtschaftsfaktor*«. Die Frage ist hier, welchen Beitrag die öffentliche Kultur auf das wirtschaftliche Geschehen in einem Untersuchungsbereich hat. Wenn zum Beispiel das Nationaltheater in Weimar der größte Betrieb am Standort ist, dann kann man davon ausgehen, dass das Theater gerade in seiner Beschäftigungswirkung einen bedeutenden Faktor der lokalen Ökonomie darstellt, was immer das für den kommunalen Haushalt oder für den Landeshaushalt Thüringens bedeuten mag. Dies macht das Nationaltheater aber nicht zu »Kulturwirtschaft«. Zweifellos sind die öffentlichen Museen in Berlin und vielleicht auch die Theater wichtig für die Tourismuswirtschaft. Öffentliche Kultureinrichtungen sind Nachfrager von Dienstleistungen und auf dem Arbeitsmarkt. Sie sind Anbieter in Freizeitmärkten. Aber sie bleiben öffentliche Kultureinrichtungen und damit sind sie eben nicht Kulturwirtschaft.
- Kulturwirtschaft betrifft auch nicht »*Kultur als Standortfaktor*«. Hier steht zur Debatte, ob und wie das Vorhandensein und die Qualität öffentlicher Kultureinrichtungen Unternehmen dazu bewegt, an bestimmten Standorten zu investieren oder auch nicht. Die Region Rhein-Main machte und macht sich Sorgen darüber, ob sie mit ihrem kulturellen Angebot im weltweiten Wettbewerb der Standorte bestehen kann und unternimmt deswegen Anstrengungen, ihre Kulturpolitik in der Metropolenregion besser zu koordinieren. In Bochum war für eine Standortentscheidung der Firma *Nokia* die Kulturhauptstadt *Ruhr 2010* offensichtlich kein entscheidungsrelevanter Faktor.

Im Folgenden ein paar Bemerkungen zu begrifflichen Fallstricken, in denen sich kulturpolitische Argumente bei der Debatte von Kulturwirtschaft gern verfangen.

- Wenn in kulturellen Einrichtungen gewirtschaftet wird, macht das noch keine Kulturwirtschaft. Auch *öffentliche Kulturbetriebe wirtschaften*. Wirtschaften heißt: mit begrenzten Mitteln umgehen. Also würde nur dort nicht gewirtschaftet, wo die Mittel nicht knapp sind. Mittel sind aber überall knapp, das ist keine Miss-

1 »Solche Sätze [Kultförderung als ›Investition‹] machen … allenfalls in einer metaphorischen Redeweise Sinn – ökonomisch sind sie unsinnig.« (Klein 2007: 49)

achtung von Kultur, sondern eine konstitutive Bedingung allen menschlichen Handelns. Stellen wir uns ein Theater vor, das seine im Haushalt vorgesehenen Erträge aus dem Verkauf von Eintrittskarten nicht erreicht: Es wird beim Programm, bei den Kosten, im Marketing oder wo immer Gegenmaßnahmen ergreifen, also wirtschaften, sei dies nun erfolgreich oder nicht. Stellen wir uns andersherum ein Theater vor, das ohne Grenzen auf finanzielle Mittel zugreifen würde: Ich bin sicher, dieses Theater würde es fertig bringen, auch diese Mittel auszugeben (wenn das vielleicht auch auf den ersten Blick der Logik widersprechen mag: aber es geht hier ja um Kunst ...). – Es ist eine genuin *kulturpolitische* Frage, wie und in welchem Maß Kulturbetriebe öffentlich gefördert werden. Wenn öffentliche Geldgeber von öffentlichen Kulturbetrieben fordern, sich einen wachsenden Teil der Betriebsmittel auf dem Markt selbst zu beschaffen, lässt sich das als Verschlechterung des kulturpolitischen Klimas beklagen, dann steht vielleicht sogar der Untergang des Abendlandes auf der Tagesordnung. Mit Kulturwirtschaft hat das nichts zu tun. Es geht also um Kulturpolitik, nicht um Kulturwirtschaft, wo man Subventionskürzungen als »Ökonomisierung der Kultur« beklagt.

- Viel Verwirrung ergibt sich, wenn mit der Debatte um Kulturwirtschaft zeitgleich die Thesen von Richard Florida auf den Tisch kommen. Die *creative class* bei Florida ist nicht identisch mit der Kulturwirtschaft. Floridas These ist, dass in den heutigen Volkswirtschaften in allen Wirtschaftsbereichen die Anforderungen an die Kreativität der Mitarbeiter wachsen. So wachsen auch die Berufsgruppen, die potenziell kreative Arbeit leisten. In der Konkurrenz der Standorte gibt es – wenigstens unter den soziogeographischen Bedingungen der USA – einen intensiven Wettlauf der Städte und Regionen um die Arbeitskräfte, die solche kreative Arbeit leisten können. Wenn Florida von der *creative class* spricht, dann meint er eine breite, berufssoziologisch definierte Gruppe, die etwa 30 Prozent der arbeitenden Bevölkerung ausmacht. Es geht um Ingenieure, Mathematiker, Unternehmensberater, alle Wissenschaftler etc., und auch um Künstler und Designer. Zudem: Florida interessieren Berufstätige, die Kulturwirtschaft umfasst Betriebe. Hier die Statistik der Beschäftigten und der Umgang mit der Ressource (kreative) Arbeitskraft, dort geht es um die Betriebsstatistik und das Wirtschaften der Betriebe. – Man kann so nicht davon ausgehen, dass das, was Florida zur *creative class* und zu den Standortbedingungen für eine *creative city* postuliert, Aussagen zur Kulturwirtschaft sind. Es sind schlicht zwei sehr unterschiedliche Diskussionen mit unterschiedlicher empirischer Basis – und zudem aus unterschiedlichen kulturgeographischen Sphären.
- Die Auseinandersetzung mit Florida macht deutlich, dass der Begriff der *Kreativität* nicht ohne Tücken ist. Die Rede von der »Kreativwirtschaft« insinuiert, dass es benennbare Branchen oder Branchenfelder gibt, denen Kreativität zukommt. Es wird impliziert, dass es andere Branchen geben muss, denen Kreativität nicht zukommt. Eine solche Annahme ist nicht zu begründen. Kreativität ist eine spezifische Leistung oder Qualität menschlichen Handelns. Solches

Handeln kann überall stattfinden, nicht nur in den »Kreativbranchen«. Folgt man dem Sprachgebrauch des ökonomischen Klassikers Joseph Schumpeter, dann ist Kreativität der Kern des Erfolgs in der Marktwirtschaft: Erfolgreiche Unternehmer betreiben schöpferische (kreative) Zerstörung, sie treiben durch ständige Innovation die Konkurrenz voran und bestehen in ihr. Ohne Kreativität droht einem Betrieb in der Marktwirtschaft Stillstand, letztlich wirtschaftlicher Untergang. Kreativ ist also jeder Unternehmer – ein separater Begriff der Kreativwirtschaft ist sinnlos. Der Begriff Kulturwirtschaft ist klarer.

Was ist Kulturwirtschaft?

Was ist dann aber Kulturwirtschaft? Man kann auf zwei Weisen definieren.

Betrachtet man es auf technisch-statistischer Ebene, dann ist Kulturwirtschaft eine Auswahl von Kategorien aus der Statistik der Wirtschaftsbetriebe. Da öffentliche Haushalte in dieser Statistik nicht erhoben werden, ist hier schon gesetzt, dass sie nicht Teil der Kulturwirtschaft sind. Welche Betriebskategorien einbezogen werden, hängt vom begrifflichen Vorverständnis und von den Erkenntnisinteressen ab.[2] Um es noch ein wenig technischer auszudrücken: Kulturwirtschaft, das ist eine Teilmenge der Wirtschaftszweige, wie sie vom *Statistischen Bundesamt* definiert sind. Nach der europäisch abgestimmten Klassifikation der Wirtschaftszweige ist sowohl die betriebliche wie auch die Arbeitsmarktstatistik gegliedert. Regelmäßig wird die Klassifikation überarbeitet, um wirtschaftlichen Veränderungen Rechnung zu tragen, nach 2003 zuletzt wieder 2008. Weniger aber die sich verschiebende Begrifflichkeit als die Unterschiedlichkeit der Auswahl und der Binnenzuordnung dessen, was dem einzelnen Forscher »Kulturwirtschaft« heißt, macht den Vergleich von Daten zur Kulturwirtschaft schwierig.

Anspruchsvoller ist es, Kulturwirtschaft heuristisch zu begründen. Hier spielte bei den bisherigen Definitionen das Erkenntnisinteresse immer eine große Rolle. In Anlehnung an Überlegungen von Michael Söndermann schlage ich vor, Kulturwirtschaft als den Bereich jener wirtschaftlichen Aktivitäten zu definieren, in denen künstlerische Hervorbringungen zu wirtschaftlichem Wert werden. Kulturwirtschaft behandelt den Weg von der Kunst zum Markt. Kulturwirtschaft ist das, was künstlerische Hervorbringungen in der Privatwirtschaft brauchen, um am Markt zu erscheinen. Kern der Kulturwirtschaft ist der künstlerische Beruf.[3] Steht der Künstler im Mittelpunkt, fallen alle Argumentationsschleifen darüber weg, welcher Kulturbegriff und welches Verhältnis von Kultur und Wirtschaft in die Begriffs-

2 Am Rande sei angemerkt, dass auf dieser technischen Ebene der Begriff Kreativwirtschaft so lange unproblematisch ist, wie nicht anderes damit gemeint ist als eine solche Zuordnung: Es sind dann eben andere oder zusätzliche Branchen, die unter dem Begriff zusammengestellt werden. Man darf allerdings nicht meinen, dass diese Betriebe (ausschließlich oder vorwiegend) den Bereich des Wirtschaftens umfassen, in dem Kreatives geschieht.

3 Sehr viel ausführlicher hier das Gutachten »Kulturwirtschaft in Deutschland« (S. 61 ff.), das *ICG culturplan* für die *Enquete-Kommission des Deutschen Bundestags* verfasste. Das Gutachten steht beim Bundestag im Netz und ist auf der Begleit-CD des Schlussberichts (Deutscher Bundestag 2008) mit veröffentlicht.

bestimmung von Kulturwirtschaft eingehen soll: Der Künstlerberuf kann pragmatisch so gefasst werden, wie er in der Berufsstatistik angewandt wird. Ein solches Vorgehen passt auch gut zur weiteren begrifflichen Differenzierung in der Kulturwirtschaftsforschung. Traditionell wird der Sektor als eine Summe von Teilmärkten dargestellt, die etwa den Sparten des Kunstgeschehens entsprechen. So gibt es bildende Kunst, darstellende Kunst, Literatur, Musik etc.

Bei der bildenden Kunst gehören zur Kulturwirtschaft im engeren Sinn die Künstler, die ihre Kunst auch verkaufen wollen, dann Restauratoren und kommerziell betriebene einschlägige Museen, schließlich der Einzelhandel mit Kunst, also die Galerien. Hier lässt sich dann gleich exemplarisch ein Problem mit der Statistik zeigen: Die Zuordnungen der Statistik von wirtschaftlichen Tätigkeiten zu Wirtschaftszweigen wurden nicht mit Blick auf Kulturwirtschaft, sondern unter anderen Gesichtspunkten getroffen. So werden die Galerien in einer Kategorie mit dem Münzhandel, mit dem Einzelhandel mit Geschenkartikeln und anderen mehr zusammengefasst. Die statistische Kategorie erfasst also nicht das, was heuristisch unter Kulturwirtschaft verstanden werden soll, sondern packt vieles anderes ununterscheidbar dazu. Wie damit umzugehen ist, stellt eines der praktischen Probleme bei der Erforschung von Kulturwirtschaft dar.

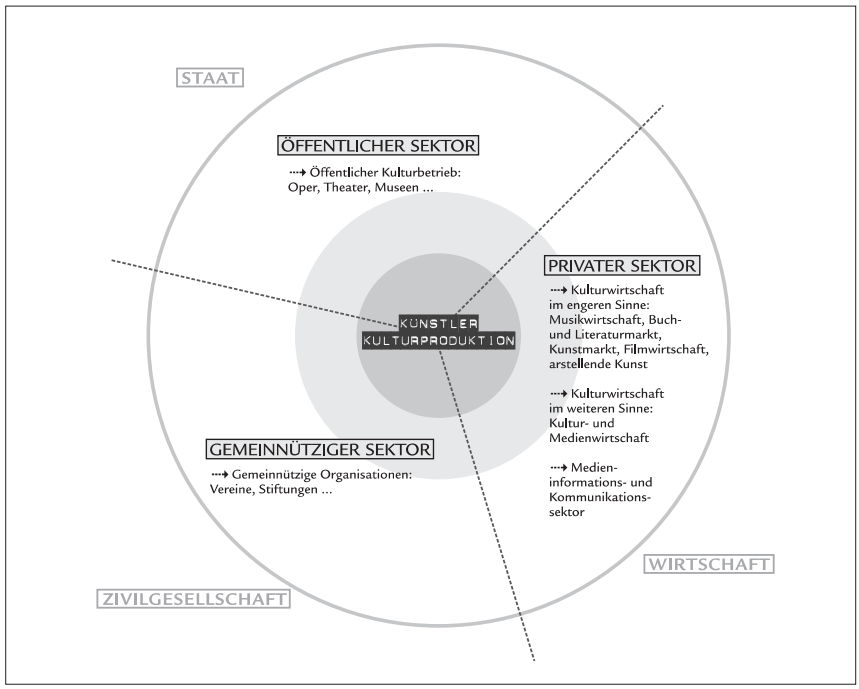
Modelle

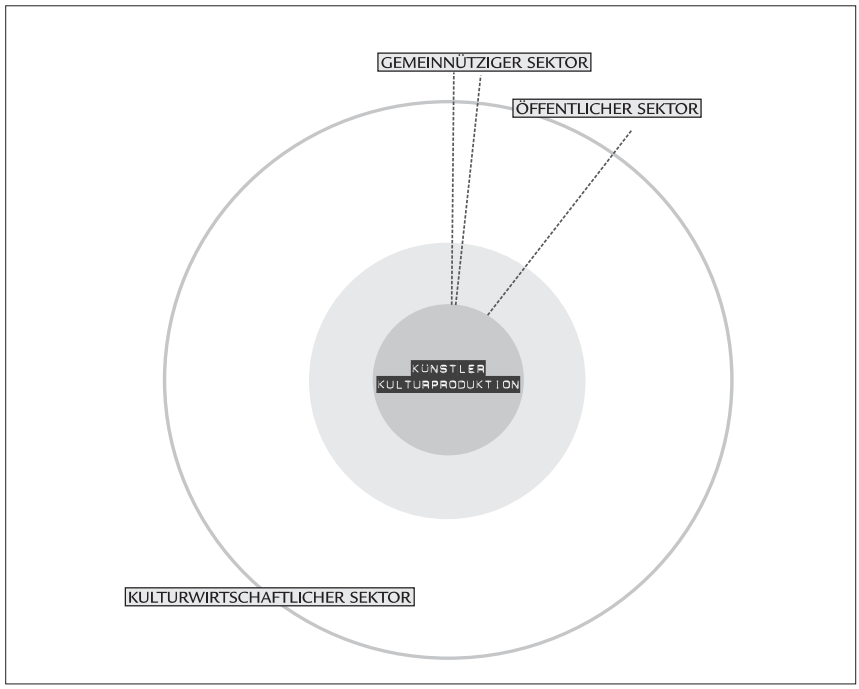
Hilfreich für das Verständnis von Kulturwirtschaft sind Modelle. Diese thematisieren auch das Verhältnis von Kulturwirtschaft und öffentlichen Kulturbetrieben. Ich möchte hier zwei Modelle vorstellen.

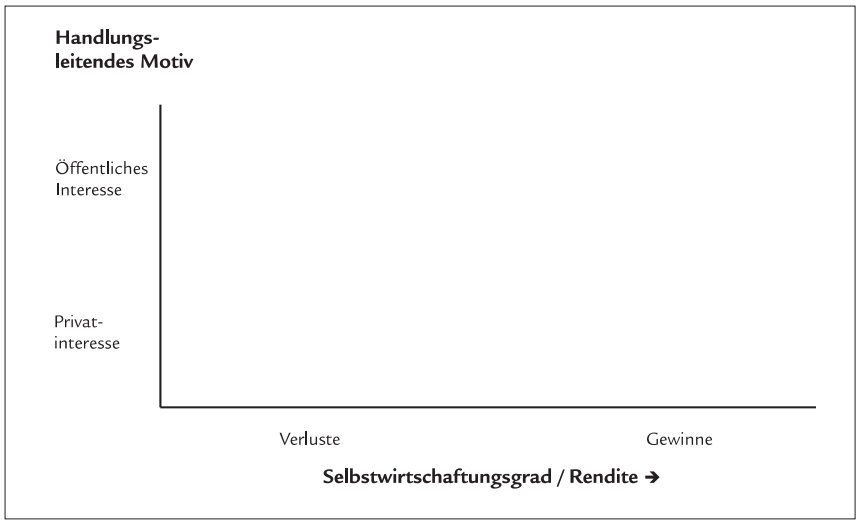
Wiederum auf Michael Söndermann und seine Mitautoren geht das »Schweizer Modell«[4] zurück (*siehe Abbildungen auf der folgenden Seite*). Wie eben beschrieben, geht Söndermann von einem Kern künstlerischer Berufe aus. Im »engeren« und dann im »weiteren Sinne« sind um das künstlerische Schaffen in gleichberechtigter Darstellung als drei Sektoren die privatwirtschaftliche Kulturwirtschaft, der öffentliche Kultursektor und die Aktivitäten des intermediären Sektors dargestellt

Das Bild hat den Vorteil großer Eingängigkeit, es berücksichtigt neben der privatwirtschaftlichen Kulturwirtschaft andere Bereiche, in die künstlerisches Schaffen hineinreicht und es ist mit der bisherigen Berichterstattung über Kulturwirtschaft gut vereinbar. Das Schaubild trägt allerdings zwei Inhalte mit, die durchaus problematisch sind. Zum einen erscheinen die drei Sektoren strikt voneinander getrennt. Selbst bei den Künstlern scheint es – folgt man dem grafischen Informationsgehalt – solche zu geben, die jeweils für einen der drei Sektoren arbeiten. Künstler arbeiten aber – je nach der Sparte – oft für mehrere Auftraggeber, öffentliche und gemeinnützige, aber auch private und die Kulturwirtschaft. Zum anderen er-

4 Meines Wissens wurde diese Grafik erstmals im ersten Schweizerischen Kulturwirtschaftsbericht veröffentlicht. Aus der PDF-Fassung des Berichts wurde die nachstehende Grafik entnommen (Weckerle/Söndermann 2003).


STAAT
ÖFFENTLICHER SEKTOR
···→ Öffentlicher Kulturbetrieb:
Oper, Theater, Museen ...
PRIVATER SEKTOR
···→ Kulturwirtschaft
im engeren Sinne:
Musikwirtschaft, Buch-
und Literaturmarkt,
Kunstmarkt, Filmwirtschaft,
arstellende Kunst
···→ Kulturwirtschaft
im weiteren Sinne:
Kultur- und
Medienwirtschaft
···→ Medien-
informations- und
Kommunikations-
sektor
KÜNSTLER
KULTURPRODUKTION
GEMEINNÜTZIGER SEKTOR
···→ Gemeinnützige Organisationen:
Vereine, Stiftungen ...
WIRTSCHAFT
ZIVILGESELLSCHAFT

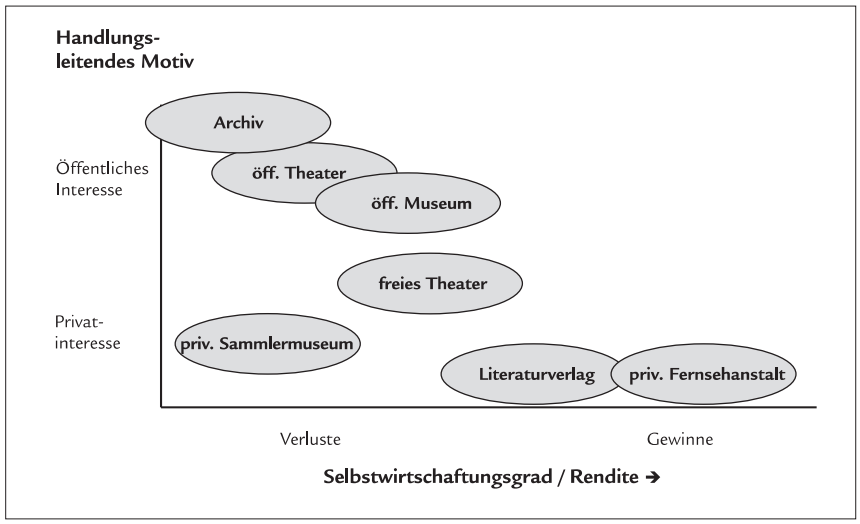

GEMEINNÜTZIGER SEKTOR
ÖFFENTLICHER SEKTOR
KÜNSTLER
KULTURPRODUKTION
KULTURWIRTSCHAFTLICHER SEKTOR



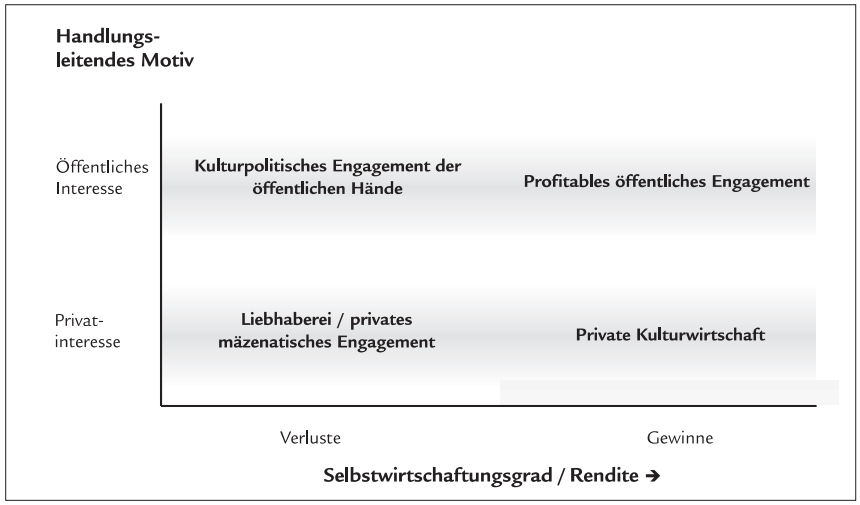
scheinen die drei Sektoren als etwa gleich groß. Nimmt man Umsatz- oder auch Beschäftigungszahlen, ist die öffentliche Kultur erheblich kleiner als die Kulturwirtschaft und um Dimensionen größer als der gemeinnützige Sektor. Der zweite niedersächsische Kulturwirtschaftsbericht fasst die Größenverhältnisse in der Faustformel Kulturwirtschaft : Öffentlicher Sektor : Gemeinnütziger Sektor wie 100:10:1. Wenn man dies in die Grafik einbezieht, verliert sie an Eleganz, gewinnt aber an Informationsgehalt – vor allem wird auf einen Blick deutlich, welches die Größenverhältnisse zwischen den drei Sektoren sind.

Eine Matrix (*siehe oben*), die von *ICG culturplan* in ihrem Gutachten für die *Enquetekommission Kultur* (Deutscher Bundestag 2008 (CD): Gutachten 11: 68 ff.) entwickelt wurde, soll einen anderen Aspekt hervorheben, sie steht zum Dreisektoren- Modell nicht in Widerspruch. Betriebe werden entlang zweier Dimensionen dargestellt: Welches Interesse steht hinter den jeweiligen Institutionen oder Aktivitäten? Welche wirtschaftlichen Ergebnisse werden im Durchschnitt erzielt? Es wird in dieser Betrachtung nicht weiter berücksichtigt, welchem der Teilsektoren des »Schweizer Modells« die jeweiligen Betriebe oder Aktivitäten zuzuordnen sind.

Versucht man, Beispielbetriebe in diese Matrix einzutragen, so wird bald deutlich, dass es sich bei den beiden Dimensionen nicht um scharfe Unterscheidungen (öffentlich vs. privat, verlustbringend vs. gewinnbringend etc.), sondern um Kontinua handelt. Das könnte etwa so aussehen:



Unterteilt man die Matrix in vier Felder und ordnet ihnen Überbegriffe zu, dann sieht das etwa so aus:



Bei dieser Betrachtung muss betont werden, dass (1) bei dem Quadranten links unten nicht der steuerrechtliche, sondern ein soziologischer Begriff der Liebhaberei angesprochen ist und dass (2) bei diesem Schema nie vergessen werden sollte, dass es sich hier nicht um scharfe Trennungen, sondern um Tendenzen in einem Kontinuum handelt. Schließlich sei (3) darauf hingewiesen, dass aus der Sicht der öffentlichen Kulturförderung der Quadrant rechts oben nicht sinnvoll zu füllen ist: Was sich rechnet, kann der Privatwirtschaft überlassen werden.

Was bringen diese Modelle? Zunächst erhöhen sie die Anschaulichkeit des Feldes. Wichtiger aber ist, was auf ihre Weise beide Perspektiven deutlich machen: Es sollte bei der wissenschaftlichen und politischen Diskussion von Kulturwirtschaft immer der Kultursektor in seinem Gesamtzusammenhang (im »Schweizer Modell« alle drei Sektoren, in der Matrix von *ICG culturplan* das gesamte Feld) betrachtet werden. Die Unterscheidung zwischen privaten und öffentlichen Aktivitäten ist sinnvoll und wichtig, aber wirtschafts- und kulturpolitische Schlussfolgerungen aus einer Untersuchung von Kulturwirtschaft können nur gezogen werden, wenn Kulturwirtschaft, öffentliche Kultur und intermediärer Sektor gemeinsam im Blickfeld sind.

Kulturpolitische Dimension von Kulturwirtschaft

Warum ist Kulturwirtschaft kulturpolitisch relevant? Der Kultursektor, also der Sektor, der öffentliche Kultur, Kulturwirtschaft und den intermediären Bereich bürgerschaftlicher Initiativen und Institutionen in der Kultur zusammenfasst, ist durch ein hohes Engagement der öffentlichen Hände gekennzeichnet. Etwa ein Zehntel der wirtschaftlich relevanten Aktivitäten im Kultursektor geht von den öffentlichen Händen aus, die Anteile sind in einigen Teilbereichen, etwa dem Musiksektor noch einmal deutlich höher (in anderen dafür entsprechend niedriger). Jedenfalls liegt der Schluss nahe, dass das, was und wo die öffentlichen Hand fördert, sich auf die Kulturwirtschaft auswirkt.

Es ist empirisch noch wenig erforscht, wie sich die Wirkungszusammenhänge zwischen öffentlichem kulturellen Engagement und Kulturwirtschaft gestalten. Dafür gibt es statistische und begriffliche Gründe – das Feld ist recht unübersichtlich. Privatwirtschaftliche Kulturwirtschaft und öffentliches Kulturengagement lassen sich statistisch nicht in derselben Logik darstellen. Auch, wenn die Daten beider Seiten vorliegen, lassen sich keine Wirkungszusammenhänge ableiten. Diese werden vielmehr erst dann sichtbar, wenn das ökonomische Handeln der Akteure im Einzelnen in den Blick kommt – eine solche Untersuchung kann nur mit statistischen Mitteln nicht geleistet werden.

Es dürfte aber keinem Zweifel unterliegen, dass die Aktivitäten der öffentlichen Hände (wie auch die des intermediären Bereichs) zu einem nicht geringen Teil für Kulturwirtschaft von einer strategischen Bedeutung sind. Ich möchte nur ein paar Dimensionen zum Zusammenhang zwischen öffentlicher Kulturförderung und Kulturpolitik und der Kulturwirtschaft ansprechen – dies sind noch keine Forschungsergebnisse, sondern Hypothesen und Beobachtungen, die erst noch durch Forschung erhärtet werden müssten.

Kulturkonsum. In den kulturellen Märkten tummeln sich öffentliche und private Betriebe gemeinsam. Für den Kunden ist es gleichgültig, oft kaum unterscheidbar, welche Programme und Dienstleistungen aus der Privatwirtschaft und welche von öffentlich getragenen und geförderten Institutionen kommen.

Beschäftigte und Dienstleister. Auch aus der Sicht von Beschäftigten oder von Auftragnehmern ist es letztlich gleichgültig, ob sie im öffentlichen Kulturbereich oder in der freien Wirtschaft ihre Aufträge finden: Seit die öffentlichen Hände durch Projektvergabe oder projektbezogen befristete Beschäftigung sich wie private Auftrag- und Arbeitgeber verhalten, verschwimmen Unterschiede ohnehin, die vordem zwischen dem öffentlichen Dienst und der Wirtschaft bestanden haben.

Ordnungspolitik. Der Staat hat im Kultursektor zwei Funktion: Er ist gleichzeitig Akteur beziehungsweise Marktteilnehmer und er ist Ordnungsmacht des Marktes. Auf der einen Seite ist er Anbieter. Er steht in Konkurrenz mit kulturwirtschaftlichen, privaten Anbietern. Das ist dann nicht problematisch, wenn er etwas anbietet, was privatwirtschaftlich nicht zustande kommt, weil es sich nicht rechnet. Auf der anderen Seite ist er diejenige Instanz, durch die auf vielerlei rechtlichen Kanälen die Marktordnung hergestellt wird. – Es ist von ganz besonderem Interesse, das Agieren staatlicher Kulturpolitik hier noch einmal in den Blick zu nehmen: Wird sie der ordnungspolitischen Rolle gerecht? – Und wie weit produziert sie Verwerfungen im Markt, indem sie als Anbieter mit der Kulturwirtschaft konkurriert? – Die oben diskutierte Matrix versucht gerade diese Dimension kulturpolitischen Handelns grafisch zu verdeutlichen.

Bildung und Infrastruktur. Kulturpolitik schafft Voraussetzungen für Kulturwirtschaft. Durch die kulturelle Bildung im Rahmen der Schule, in den Institutionen und Projekten der außerschulischen kulturellen Bildung, den Musikschulen, Kunstschulen, Volkshochschulkursen, der Vereinsförderung, der Museumsdidaktik und anderen mehr werden Voraussetzungen zu einem Beruf in der Kulturwirtschaft gelegt. Ebenso wichtig sind öffentliche Infrastrukturen. Für das Lesen, die Buch- und Pressewirtschaft, ist es das Netz der öffentlichen Bibliotheken, für den Kunstmarkt sind es die öffentlichen Museen und Ausstellungshäuser usw. Öffentliche Institutionen ragen tief in die Kernstrukturen der kulturwirtschaftlichen Teilmärkte hinein.

Wertschöpfungsbeziehungen. Damit ist auch angedeutet, dass vom Staat geförderte kulturelle Unternehmungen und Institutionen an vielen Orten in dem Geschäftsfeld anzutreffen sind, das von der Kulturwirtschaft bearbeitet wird. Das gilt besonders dort, wo – wenn man so sagen darf – die kulturelle »Urproduktion« stattfindet, also die künstlerischen Akte, die von der Kulturwirtschaft zu Wert gemacht werden (denn das ist es ja, was der Begriff der Kulturwirtschaft umfasst). Wie genau diese Beziehungen sind, welchen Stellenwert das staatliche Handeln für die und in der Kulturwirtschaft hat, das dürfte von Teilmarkt zu Teilmarkt sehr unterschiedlich sein, und das hängt auch davon ab, wie nahe oder fern die jeweils betrachteten wirtschaftlichen Aktivitäten dem künstlerischen Kern der Kulturwirtschaft sind. Es ist jedenfalls davon auszugehen, dass gerade dort, wo Kunst entsteht, in dem inzwischen vielbeschworenen »Humus« der Kulturwirtschaft oder der »kleinen Kulturwirtschaft« die Interdependenzen von Kulturwirtschaft und Kulturpolitik besonders intensiv sind. Das bedeutet, dass gerade hier die Kulturpolitik eine besondere Verantwortung hat. Wie sich die Verhältnisse hier genau darstel-

len, müsste erst einmal genauer untersucht und dargestellt werden: Über die statistische Darstellung des Kultursektors und der Kulturwirtschaft hinaus müssten die Wertschöpfungsbeziehungen zwischen den Akteuren in den Fokus der Forschung rücken, um hier eine zielgenaue Politik zu ermöglichen.

Kulturpolitik und Sozialpolitik. Mit eben verwandtem Stichwort »kleine Kulturwirtschaft« ist ein Aspekt der Kulturwirtschaft angesprochen, der zu Recht in den letzten Jahren immer größere Aufmerksamkeit erfahren hat. Die Kulturwirtschaft scheint so etwas wie ein Pioniermarkt für neue berufliche Biographien zu sein. In der Kulturwirtschaft arbeiten überdurchschnittlich viele kleine, oft umsatzschwache Selbständige. Für einige von ihnen greifen die Mechanismen der Künstlersozialkasse, sie haben so einen Zugang zu einigen wesentlichen sozialen Schutzmechanismen, einer Krankenversicherung und einer rudimentären Alterssicherung (die allerdings vor Altersarmut in der Regel nicht schützen wird). Andere kulturwirtschaftliche Berufsgruppen und andere kleine Selbständige haben keinen solchen Schutz, die Segnungen des Sozialstaates werden in diesem Feld sehr zufällig ausgeteilt.

Bevor man hier aber in die bekannten Klagelieder über ein neues »Prekariat« einstimmt, muss darauf hingewiesen sein, dass die tatsächlichen Arbeitsbedingungen in der kleinen Kulturwirtschaft bis jetzt einen blinden Fleck in der Kulturwirtschaftsforschung darstellen. Es kann ja zum Beispiel durchaus sein, dass die kleinen Selbständigen in der Kulturwirtschaft sich freiwillig in ihre berufliche Situation begeben haben. Das wäre dann eine in Freiheit selbstgewählte prekäre Existenz – bei Künstlern gab es das auch früher schon.

Literatur

Armin Klein (2007): *Der exzellente Kulturbetrieb*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Deutscher Bundestag (Hrsg.) (2008): *Kultur in Deutschland*, Regensburg: ConBrio

Weckerle, Christoph/Söndermann, Michael (2003): *Das Umsatz- und Beschäftigungspotential des kulturellen Sektors: erster Kulturwirtschaftsbericht Schweiz*, Zürich: HGKZ

VOLKMAR STRAUCH

Plädoyer für einen ressortübergreifenden, integrierten Ansatz in der Kulturwirtschaftspolitik

Eine Besonderheit des ersten Berliner Kulturwirtschaftsberichts ist im Vergleich zu den Kulturwirtschaftsberichten der anderen Länder, dass seine Herausgeber die Wirtschafts- und die Kulturverwaltung gemeinsam sind. Im Folgenden sollen einige Überlegungen zu der Frage angestellt werden, wie dieser Ansatz weiter ausgebaut werden sollte und welche Hindernisse dabei zu überwinden sein werden.

Von der Kosten- zur Wertschöpfungsbetrachtung

Weit verbreitet ist noch immer die Vorstellung, »Kultur« sei eine aus Steuergeldern finanzierte Veranstaltung, bei der die Eintrittsgelder der Besucher nur einen Bruchteil der Kosten abdeckten. Dementsprechend konzentrierte sich die politische Aufmerksamkeit lange Zeit auf die aus öffentlichen Geldern finanzierte Kultur. Einer der Gründe für den Berliner Kulturwirtschaftsbericht war das gemeinsame Ziel, diese verengte Perspektive aufzubrechen und das öffentliche Bewusstsein für die Bedeutung der Kultur als einen wesentlichen Wirtschaftsfaktor zu stärken.

Der Kulturwirtschaftsbericht gliedert sich deshalb nicht nach den Finanzierungsquellen für die verschiedenen kulturellen Aktivitäten, sondern versucht zumindest im Ansatz, die Wertschöpfung im Kulturbereich darzustellen. Das gelingt, wie hinlänglich bekannt, angesichts der schwierigen Datenlage bisher nur völlig unzureichend. Aber es ist schon ein Vorteil, sich überhaupt die Wertschöpfungskette vor Augen zu führen. Geht man die verschiedenen Glieder der Wertschöpfungskette entlang, wird zugleich deutlich, dass noch weit mehr Ressorts als das Wirtschafts- und Kulturressort einbezogen werden müssen:

- Fragen der Ausbildung liegen beim Wissenschaftsressort für die Kulturberufe mit akademischem Abschluss und bei den Arbeits- und Bildungsressorts für die nicht-akademischen Berufe;
- für die Berufsausübung wird das Bild noch bunter: das Kulturressort ist im Kern für die Berufe zuständig, die urheberrechtlich geschützte Tätigkeiten ausüben, das Wirtschaftsressort für die erwerbswirtschaftlich ausgerichteten Tätigkeiten, das Stadtentwicklungs- und Bauressort für die Tätigkeiten im Bereich Stadtplanung, Bauen, Denkmalpflege, die Staats- beziehungsweise Senatskanzleien für den Bereich Rundfunk, zum Teil wie in Berlin auch Film und Stadtmarketing;
- eine ähnliche Vielfalt der Zuständigkeiten zeigt sich dann im Vertriebsbereich;
- schließlich gehört in die Wertschöpfungskette noch der Kunde, bei dem seinerseits über eine entsprechende Bildung überhaupt erst die Fähigkeit und die Bereitschaft geweckt werden muss, kulturelle Angebote nachzufragen.

In dieser Übersicht sind noch nicht einmal die Zuständigkeiten für die kulturellen Aktivitäten spezifischer Zielgruppen (Frauen, Menschen mit Migrationshintergrund, Menschen mit Integrationsproblemen) berücksichtigt. Die Schlussfolgerung ist jedenfalls, dass Wertschöpfung in der Kulturwirtschaft nur ressortübergreifend erfasst und bearbeitet werden kann. So werden am nächsten Berliner Kulturwirtschaftsbericht auch die Senatskanzlei, das Stadtentwicklungsressort und das Wissenschafts- und Bildungsressort mitarbeiten.

Die Wertschöpfungsbetrachtung ermöglicht zudem eine Analyse, welche Glieder der Wertschöpfungskette noch besonders schwach sind oder sogar ganz fehlen; sie gibt damit Hinweise, an welchen Stellen kultur- oder wirtschaftspolitische Interventionen sinnvoll sein können.

Keine Beschränkung auf die klassische Kulturwirtschaft

Geht man vom Wertschöpfungsansatz aus, ist augenscheinlich, dass Wertschöpfung keineswegs auf erwerbswirtschaftlich ausgerichtete Kulturaktivitäten beschränkt ist. Dass die Kulturwirtschaftsberichte sich bisher auf den erwerbswirtschaftlichen Sektor beschränken, liegt hauptsächlich an der Schwierigkeit, vergleichbare Daten für den öffentlich finanzierten Sektor und insbesondere den Dritten Sektor zusammen zu stellen.

Aber die Trennung dieser drei Sektoren ist auch aus folgenden Gründen nicht zielführend, sondern verzerrt eher das Bild: mittlerweile dominieren in vielen Bereichen Mischformen der Finanzierung: einerseits erwirtschaften auch öffentlich getragene Einrichtungen einen Teil ihrer Einnahmen »am Markt« aus Eintrittsgeldern, Katalogen, Lizenzen und dergleichen sowie aus Sponsoring-Beiträgen Privater; andererseits sind nicht wenige erwerbswirtschaftlich ausgerichtete Kulturunternehmen auf öffentliche Zuwendungen oder öffentliche Aufträge existenziell angewiesen.

Noch entscheidender ist die Tatsache, dass sich für ein erwerbswirtschaftlich tätiges Kulturunternehmen der Wettbewerbsdruck nicht dadurch mindert, dass seine Wettbewerber eine öffentlich-rechtlich geprägte Organisations- oder Eigentümerstruktur haben – eher ist das Gegenteil der Fall. Eine Kultureinrichtung sollte deshalb der Kulturwirtschaft zugeordnet werden, wenn sie als Anbieter, ggf. auch als Nachfrager, am Marktgeschehen teilnimmt und sich im Wettbewerb um Aufmerksamkeit, Zeit und Geld des Publikums bemüht.

Keine Angst vor der »Instrumentalisierung« der Kultur für nicht-kulturelle Zwecke

Die engere Kooperation von klassischer Kultur und Wirtschaft wird durch eine Reihe gegenseitiger Vorbehalte belastet.

So führen die Wirtschaftspolitiker im Standortwettbewerb um Unternehmen und Arbeitsplätze gern die kulturelle Ausstattung als einen positiven Standortfaktor ins Feld, der in dem Maße an Bedeutung gewinnt, in dem die Wirtschaft verstärkt auf Wissen und Kreativität baut, die sich ihrerseits in einem kulturellen Umfeld gut entwickeln können. Zugleich wird unter dem Stichwort »Umwegrentabilität« auf die wirtschaftliche Bedeutung verwiesen, die das kulturelle Angebot für Tourismus, Gastronomie und Einzelhandel habe.

Eine solche Argumentation wird auf Seiten der Kulturpolitik zum Teil noch immer argwöhnisch betrachtet: hier werde Kultur »instrumentalisiert«, zu einer »dienenden Magd« gemacht, der Primärnutzen verschwinde hinter dem Sekundärnutzen. Kultur, die diesen Sekundärnutzen nicht produziere, habe es schwer. Diese Kritik verkennt, dass viele Leistungen – und eben auch kulturelle Leistungen – einen Zusatznutzen für andere Wirtschafts- und Lebensbereiche haben und dass gerade dies ein wesentliches (Hilfs-)Argument für die öffentliche und damit auch politische Akzeptanz kultureller Angebote sein kann. Gerade die vielen Schnittstellen, die zwischen kulturellen Angeboten und Bildung, sozialer Inklusion, Stadtentwicklung etc. bestehen, sollten als ein Faktor wahrgenommen werden, der die Bedeutung von Kultur steigert und im übrigen auch für die Erschließung von Fördermitteln aus diesen Bereichen genutzt werden kann.

Die Warnung vor der »Ökonomisierung von Kunst und Kultur«

Weit verbreitet ist die Kritik an der voranschreitenden Ökonomisierung aller möglichen Lebensbereiche, insbesondere von Kunst und Kultur. Barbara Kisseler, die Chefin der Senatskanzlei in Berlin, damals noch Staatssekretärin für Kultur, bringt ihr Unbehagen so auf den Punkt: »Ökonomie … ist eigentlich ein Beschreibungssystem für das wirtschaftliche Handeln der Menschen in Unternehmen und Märkten. Überträgt man dieses System mit seinen Begriffen und Kategorien, also auch mit seiner Denkweise auf Realitätsbereiche, für die es ursprünglich nicht gedacht war (z B. auf Kunst und Kultur), läuft man Gefahr, durch den Gebrauch dieser Instrumente die Hoheit über die Inhalte zu verlieren.«

Es wäre zu kurz gegriffen, wenn man dieser Kritik entgegenhielte, niemand könne etwas dagegen haben, dass auch Kultureinrichtungen wirtschaftlich und effizient geführt werden müssten. Das akzeptieren auch Kritiker der Ökonomisierung, selbst wenn Barbara Kisseler auf die »Nebenwirkungen und Risiken« einer betriebswirtschaftlichen Modernisierung von Kultureinrichtungen hinweist – Kulturpolitiker diskutierten »inzwischen zuerst die Wirtschaftspläne und danach, wenn überhaupt die Spielpläne der Theater«.

Es wäre wohl auch ein Missverständnis, diese Kritik so zu verstehen, Kunst und Kultur kämen ohne Ökonomie, also ohne wirtschaftliche Basis aus. Da auch Künstler und Kulturschaffende von etwas leben müssen, brauchen auch sie eine ökonomische Grundlage.

Wenn vor einer Ökonomisierung von Kultur und Kunst gewarnt wird, geht es offenbar um etwas anderes. Ich vermute, es geht in erster Linie um eine Warnung vor der Ökonomisierung der – bisher noch – öffentlich finanzierten Kultur. Die Kritik richtet sich wohl weniger dagegen, dass die öffentlichen Mittel noch ökonomischer, sprich sparsamer eingesetzt werden (siehe oben), sondern dass sie durch private Mittel ersetzt werden. Die Warnung vor der Ökonomisierung von Kunst und Kultur ist dann eine Warnung vor der privaten Finanzierung von bisher öffentlich finanzierter Kunst und Kultur. Wenn diese Interpretation richtig ist, ist erst einmal bemerkenswert, dass hier offenbar ganz selbstverständlich Kunst und Kultur, jedenfalls »gute« Kunst und Kultur mit öffentlich geförderter Kunst und Kultur gleichgesetzt werden – diese Sichtweise sitzt offenbar sehr fest und erschwert immer wieder den Gesamtblick auf die Kultur.

In der zitierten Warnung steckt aber die berechtigte Frage, welche kulturellen Leistungen weiterhin öffentlich finanziert werden müssen. Hier haben Kultur- und Wirtschaftspolitik erst einmal einen gemeinsamen Ausgangspunkt: das Bereitstellen der Infrastruktur – ob im kulturellen oder im wirtschaftlichen Bereich – ist eine öffentliche Aufgabe. Auch wenn das, was notwendiger Teil der Infrastruktur ist, dem gesellschaftlichen, technischen und wirtschaftlichem Wandel unterworfen ist, und auch wenn es Auseinandersetzungen um die Frage gibt, in welchem Umfang und welcher Qualität die Infrastruktur vorzuhalten ist, gibt es hier doch erst einmal im Grundsatz Übereinstimmung.

Unterschiedlich fällt dann allerdings schon die Antwort auf die Frage aus, ob die öffentliche Hand den kulturellen Infrastrukturauftrag mit eigenen Einrichtungen erfüllen, also selbst leisten muss (Stichwort: »Leistungsstaat«) oder ob und gegebenenfalls in welchem Umfang sich die öffentliche Hand zur Erfüllung ihres Auftrags privater Dritter bedienen sollte, die Erfüllung des Auftrags also nur gewährleisten muss (Stichwort: »Gewährleistungsstaat«). Die Entscheidung der Koalition im Lande Berlin, keine weiteren kommunalen Unternehmen der Daseinsvorsorge zu privatisieren, wird nicht das Ende der Diskussion über die Frage sein, welchen speziellen *public value*, welchen gesellschaftlichen Zusatznutzen die Leistung einer kommunalen Einrichtung gegenüber derjenigen einer privaten Einrichtung erbringt.

Öffnung der Wirtschaftsförderung für die Kulturwirtschaft

Die »Entdeckung« der Kulturwirtschaft durch die Kulturpolitik und die verstärkte Zuwendung der Wirtschaftspolitik zur Kulturwirtschaft hat auch zur Entdeckung der wirtschaftspolitischen Förderprogramme für die Kulturwirtschaft geführt. Beide Ressorts haben die erwerbswirtschaftlich orientierte Kulturwirtschaft in der Vergangenheit eher stiefmütterlich behandelt. Grob vereinfacht kann man sagen: für das Kulturressort war Kulturwirtschaft eben »Wirtschaft« und deshalb nicht aus Mitteln des Kulturetats zu fördern, und für das Wirtschaftsressort war Kulturwirtschaft eben »Kultur« und deshalb nicht aus den Mitteln des Wirtschaftsetats zu fördern.

Das hat sich geändert: praktisch alle generellen Förderprogramme stehen nun grundsätzlich auch Antragstellern aus dem Bereich der Kulturwirtschaft offen, solange sie eine gewerbliche oder freiberufliche, also der Wirtschaft zuzurechnende Tätigkeit ausüben. Das war bei vielen Programmen auch in der Vergangenheit schon möglich, wurde aber kaum praktiziert. Bei anderen Programmen, etwa dem Berliner Außenwirtschaftsprogramm, wurden entsprechende Erweiterungen vorgenommen.

Ob und in welchem Umfang zusätzliche branchenspezifische Programme für den Kulturbereich sinnvoll sind, wird kontrovers diskutiert. In Berlin werden parallel drei Ansätze verfolgt: Zum einen sind einzelne Programme wie das Mikrokreditprogramm neu aufgelegt worden. Es steht zwar Kleinunternehmen aus allen Branchen zur Verfügung, aber aufgrund der Größenstruktur der Kulturunternehmen und des Verzichts auf Sicherheiten seitens der Förderbank kommt das Programm den Anforderungen der kulturwirtschaftlichen Betriebe besonders entgegen. Zum anderen werden in bestimmte Programme spezifische Module für die Kulturwirtschaft eingebaut; das ist zum Beispiel bei den Seminaren der Fall, die im Rahmen des Business Plan Wettbewerbs, einem Wettbewerb für potenzielle Existenzgründerinnen und -gründer angeboten werden. Schließlich sind aber auch einzelne Sonderprogramme nur für den Kulturbereich eingeführt worden. Neben der schon lange existierenden Filmförderung hat Berlin ein spezielles Programm zur Zwischenfinanzierung von Fernsehproduktionen aufgelegt, das unlängst auf weitere Zwischenfinanzierungen im Medienbereich ausgedehnt worden ist. Ebenso gibt es seit dem vergangenen Jahr einen eigenen »Venture Capital« Fonds für den Kultursektor. Besonders erwähnenswert ist die Anschubfinanzierung für ein Museumsportal aus Mitteln der Wirtschaftsförderung, weil diese Infrastruktureinrichtung allen Berliner Museen unabhängig von ihrer Rechtsform und Trägerschaft offen steht und demnächst auch auf Galerien ausgedehnt werden soll. Der Betrieb selbst muss sich eigenwirtschaftlich tragen.

Unterschiedliche »Förderphilosophien« in der Kultur- und Wirtschaftspolitik

Die »Entdeckung« der Kulturwirtschaft durch die Kulturpolitik mag aber auch mit der prekären Situation der Kulturetats zu tun haben. Da fast der gesamte Kulturetat mit Ausnahme relativ geringer Reste durch institutionelle Förderungen gebunden ist, sind Projekt- und Einzelförderungen aus dem Kulturetat nur sehr begrenzt möglich, so dass hier der Zugriff auf wirtschaftspolitische Fördertöpfe eine willkommene Entlastung schaffen kann.

Hier zeigt sich einer der gravierenden Unterschiede zwischen Kultur- und Wirtschaftsförderung: in der Kulturförderung überwiegt deutlich die institutionelle Förderung, in der Wirtschaftsförderung dagegen die Projektförderung. Bekanntlich sind institutionelle Förderungen in der Regel langlebig und schwer zu beenden. Projektförderungen sind dagegen zeitlich begrenzt und lassen sich dadurch schneller auf veränderte Anforderungen anpassen.

Ein zweiter wesentlicher Unterschied ist das Bestreben der Wirtschaftsförderung, die Förderung verstärkt auf revolvierende Instrumente, also Darlehen, Beteiligungen und Bürgschaften umzustellen und das Instrument der verlorenen Zuschüsse zu reduzieren. Da zurückfließende Mittel erneut ohne neue Haushaltsmittel eingesetzt werden können, erweitert sich hierdurch der Spielraum. Da Kulturförderung neben der institutionellen Förderung fast ausschließlich mit verlorenen Zuschüssen arbeitet, müssen in jedem Jahr neue Haushaltsmittel in vollem Umfang bereitgestellt werden, um im bisherigen Umfang weiter fördern zu können.

Schließlich unterscheiden sich auch die Förderzwecke. Verallgemeinernd und damit auch vergröbernd ließe sich sagen, dass die Kulturpolitik die aus ihrer Sicht oder aus Sicht der von ihr bestellten Gremien qualitativ herausragende Kultur fördert, während der wirtschaftliche Erfolg keine oder nur eine nachgeordnete Rolle spielt. Wirtschaftspolitik fördert dagegen wirtschaftlich voraussichtlich erfolgreiche Aktivitäten, während die Qualität eine nachgeordnete Rolle spielt. Wenn die *Enquéte-Kommission des Bundestages* das Postulat »Fördern, was es schwer hat« aufstellt, würde die Wirtschaftspolitik eher fordern: »Fördern, was (wirtschaftlich) Erfolg verspricht«.

Die Unterschiede in der Förderphilosophie lassen sich zum Teil plausibel erklären, zum Beispiel damit, dass ein großer Teil der Mittel des Kulturetats in die Infrastruktur geleitet wird. Auch in der Wirtschaftsförderung überwiegen die verlorenen Zuschüsse, wenn sie Infrastruktur oder noch marktferne Entwicklungen finanziert. Gleichwohl ist eine gründliche Auseinandersetzung mit der Förderpolitik der verschiedenen Ressorts notwendig, um zu einer abgestimmten, widerspruchsfreien Förderung entlang der gesamten kulturwirtschaftlichen Wertschöpfungskette zu kommen.

Vernetzungsstrukturen

Die *Enquéte-Kommission* des Abgeordnetenhauses von Berlin hat »Kultur« als eines der die Wirtschaft Berlins prägenden und entwicklungsfähigen Cluster bezeichnet. Funktionierende Cluster erfordern neben räumlicher Nähe auch andere Formen der Vernetzung. In vielen Sektoren haben sich in Berlin solche Netzwerke gebildet, zum Beispiel im Design-Bereich (*Internationales Design Zentrum* und *Create Berlin e. V.*), im Medienbereich (*media.net e. V.*), im Musikbereich (*label commission* und *club commission*), um nur einige zu nennen. Es fehlt bisher allerdings an Netzwerken, die sektorenübergreifend arbeiten. Auch Netzwerke, die den öffentlichen, den wirtschaftlichen und den gemeinnützigen beziehungsweise zivilgesellschaftlichen Bereich verbinden, existieren bisher nicht. Der Eigensinn, der viele Kulturschaffende auszeichnet und sie zu großartigen Leistungen befähigt, ist einer Vernetzung nicht immer förderlich.

Im vergangenen Jahr hat der Senator für Wirtschaft einen Lenkungskreis einberufen, dem Persönlichkeiten aus den verschiedenen Sektoren der Kultur und Vertreter der Senatsverwaltungen für Kultur, Stadtentwicklung und Wissenschaft angehören. Dieser Lenkungskreis könnte der Nukleus für eine sektorenübergreifende Vernetzung des Clusters sein. Wir können anregende Diskussionen insbesondere zu folgenden Fragen erwarten:

Soll die Leitung und Organisation des Clusters in der Hand der Politik liegen oder sollen die Akteure aus den verschiedenen Bereichen die Federführung in die eigene Hand nehmen? Die beiden anderen Berliner Cluster gehen hier andere Wege als bisher das Cluster »Medien, Kommunikation, Kulturwirtschaft«, so sein korrekter Titel: das Cluster Gesundheit hat bewusst eine Organisationsform ohne die Beteiligung der Verwaltung (aber selbstverständlich unter Einschluss der öffentlichen Krankenhäuser) gewählt. Das Cluster »Mobilität« wird von der *Technologiestiftung Innovationszentrum Berlin* betreut, die strukturell eine öffentlich-private Partnerschaft ist. Im Cluster »Kultur« nimmt die Politik gegenwärtig noch eine dominierendere Rolle ein.

Die zweite Frage betrifft die Themen, die vom Cluster zu bearbeiten sind. Vernetzungen sind kein Wert an sich, vielmehr müssen die Netzwerkpartner einen konkreten Nutzen für sich erkennen. Dabei muss es sich um bereichsübergreifende Themen handeln wie zum Beispiel die Entwicklung einer kohärenten Förderstrategie, Strategien zur weiteren Sensibilisierung für die Bedeutung von Kultur und Kulturwirtschaft oder die Professionalisierung der in der Kultur Tätigen. Von besonderer Bedeutung ist der konzertierte Einsatz für einen angemessenen Platz ästhetischer und kreativer Lerninhalte in der Allgemeinbildung, in der kognitive Lerninhalte noch zu stark dominieren. Denn ohne die Herausbildung von Persönlichkeit und Subjektivität auf der Nachfrageseite fehlt den kulturellen Angeboten der notwendige Resonanz- und Akzeptanzboden.

Die Bereitschaft, sich in dem Cluster zu engagieren, hängt schließlich davon ab, dass sich die gemeinsame Arbeit in konkreten Maßnahmen niederschlägt. Das

wiederum wird möglich sein, wenn sich aus der Zusammenarbeit nach und nach Verständnis für die Sichtweise der Partner entwickelt und deshalb Statuserhalt sowie Ressort- beziehungsweise Branchenegoismen nicht mehr die maßgeblichen Handlungsparameter sind.

Klaus Hebborn

Kulturpolitik und Kulturwirtschaft aus Sicht der Städte

Kommunale Kulturpolitik und Kulturwirtschaft – kein Gegensatzpaar

»We must begin to think of creativity as a common good,
like liberty or security. It is something essential
that belongs to all of us, and that must always be fed,
renewed and maintained – or else it will slip away.«
(Richard Florida 2004: XXVI)

Als Richard Florida, einer der Protagonisten der *creative class*, diese Zeilen schrieb, war die Diskussion über Kultur- beziehungsweise Kreativwirtschaft in Deutschland bereits in vollem Gange. Ausgehend vor allem von Studien in Großbritannien wurde bereits seit den neunziger Jahren auch in Deutschland auf die ökonomische Bedeutung der Kultur und der kulturellen Angebote verstärkt hingewiesen. Ziel dabei war vor allem – ähnlich wie bei der Vorläuferdiskussion über die so genannte Umwegrentabilität von Kulturausgaben – öffentliche Kulturförderung auch ökonomisch zu rechtfertigen. In der Folgezeit entstanden in nahezu allen Bundesländern Kulturwirtschaftsberichte, in welchen die wirtschaftlichen und beschäftigungspolitischen Wirkungen der Kultur aufgezeigt wurden. Auch einige Großstädte haben inzwischen Kulturwirtschaftsberichte für ihren lokalen oder regionalen Zusammenhang erstellt.

Trotzdem ist bei nüchterner Betrachtung zur politischen Wirkung dieser Berichte festzustellen, dass diese, ähnlich wie die Berechnungen zur Umwegrentabilität, die Kultur in der Vergangenheit nicht vor Einschnitten geschützt beziehungsweise nicht zu einem nachhaltigen Ausbau der öffentlichen Kulturförderung und zur Erhöhung der Kulturetats von Ländern und Kommunen in Deutschland geführt haben. Dies beginnt sich jedoch zu ändern. Die Talsohle der öffentlichen Finanzierung der Kultur scheint durchschritten und Länder wie auch eine zuneh-

mende Zahl von Kommunen fahren ihre Kulturetats schrittweise nach oben. In diesem Kontext erscheint es sinnvoll, Kulturwirtschaftsberichte zu erstellen. Sie zeigen die Dynamik dieses Bereiches und führen zu einer verstärkten Aufmerksamkeit für die Kultur.

Das Thema ist im Übrigen nicht neu. Kultur hat seit jeher eine ökonomische Dimension, sei es, dass es zu ihrer Durchführung finanzieller Mittel bedarf, sei es, dass sie Wertschöpfung – direkt oder indirekt – erzielt. Neu ist die Intensivierung der Debatte um Kultur- und Kreativwirtschaft in Wissenschaft und Kulturpolitik in jüngster Zeit. Mitunter ergibt sich dabei der Eindruck, dass sich die lange Zeit eher kritische Diskussion vollständig dreht hin zu einer geradezu euphorischen Befürwortung der Kulturwirtschaft als »Rettungsanker« für eine chronisch unterfinanzierte öffentliche Kulturpolitik.

Aus kommunaler Sicht wirft die Debatte eine Fülle von Fragen auf: Wie ist Kulturwirtschaft begrifflich fass- oder abgrenzbar? In welchem Verhältnis steht sie zur öffentlichen Kulturförderung? Wie kann eine Ökonomisierung der Kultur beziehungsweise ein Rückzug des Staates aus der Kulturfinanzierung vermieden werden? Welche Bedeutung kommt der Kulturwirtschaft aus kommunaler Sicht zu und welche Strategien zu ihrer Förderung sind erfolgversprechend? Diesen und anderen Fragen soll im Folgenden nachgegangen werden.

Begriffliches

Kulturwirtschaft, Kreativwirtschaft, *creative industries* – das erste Problem bei der Beschäftigung mit dem Thema beginnt bereits mit der Begrifflichkeit. Zwar herrscht grundsätzlich Einvernehmen darüber, dass der Kultur auch eine wirtschaftliche Bedeutung zukommt. Eine allgemein verbindliche Definition und eindeutige Abgrenzung des Begriffes der Kulturwirtschaft zu anderen Wirtschaftszweigen und zu den Angeboten der öffentlichen Kulturförderung sowie des zivilgesellschaftlichen Engagements in der Kultur gibt es weder auf nationaler noch auf europäischer oder internationaler Ebene.

Allgemein akzeptiert im Hinblick auf eine inhaltliche Bestimmung und Abgrenzung von Kultur- und Kreativwirtschaft ist das Drei-Sektoren-Modell wie es auch im ersten Schweizer Kulturwirtschaftbericht verwendet wird (Schweizer Hochschule für Gestaltung und Kunst 2003). Das Drei-Sektoren-Modell unterteilt den gesamten kulturellen und kreativen Bereich in einen öffentlichen, einen intermediären und einen privaten Sektor. Die drei Sektoren werden als Segmente eines Kreises dargestellt, in dessen Zentrum der Künstler beziehungsweise die Kulturproduktion steht. Die Kultur- und Kreativwirtschaft wird dabei dem privaten beziehungsweise marktwirtschaftlichen Bereich zugeordnet. Dieser umfasst alle Unternehmen und wirtschaftlichen Aktivitäten des sogenannten Profit-Sektors. Die übrigen beiden Sektoren, der öffentliche und der intermediäre Bereich, umfassen alle Non-Profit-Einrichtungen und Aktivitäten, die primär gesellschaftsbildende Ziele verfolgen und somit nicht auf kommerzielle Zwecke ausgerichtet sind.

Das Drei-Sektoren-Modell erscheint hilfreich, weil es zum einen den Kulturbereich als Ganzes erfasst. Zum anderen verdeutlicht es wichtige Unterschiede, aber auch Interdependenzen und die vielfältigen Wechselbeziehungen zwischen den drei Sektoren. Das Modell, das in seiner Grundstruktur für nahezu alle Staaten in Europa anwendbar ist, verfolgt nach eigenen Aussagen die Absicht »die kapillaren Austauschbeziehungen zwischen den Sektoren zu thematisieren und bis dahin unbetretene Handlungsfelder zwischen Kultur- und Wirtschaftspolitik abzustecken« (ebd.: 6). Öffentliche Kulturförderung, zivilgesellschaftliches Engagement und Kulturwirtschaft bedingen sich also gegenseitig. Damit kann der Gefahr begegnet werden, dass unter dem Begriff Kulturwirtschaft alle Kulturbereiche unterschiedslos zusammengefasst werden und ein Rückzug der öffentlichen Hände aus der öffentlichen Kulturförderung oder der Delegation bislang öffentlich wahrgenommener Aufgaben in der Kultur an die Kulturwirtschaft Vorschub geleistet wird.

Aufbauend auf dem Drei-Sektoren-Modell erscheint es möglich, der Entscheidung der *Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland«* zu folgen und Kulturwirtschaft begrifflich für den erwerbswirtschaftlichen Sektor zu verwenden unter Einbeziehung der Kreativwirtschaft. (Deutscher Bundestag 2007: 348 f.) Unter Kultur- und Kreativwirtschaft werden entsprechend diejenigen Kultur- beziehungsweise Kreativunternehmen erfasst, welche überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind und sich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und/oder medialen Verbreitung von kulturellen Gütern und Dienstleistungen befassen. Der Gesamtbereich der Kultur- und Kreativwirtschaft umfasst somit nach der europäischen Definition auf Basis der Wirtschaftszweigklassifikation (NACE) folgende elf Branchen: Die Kulturwirtschaft mit den Teilbranchen Musikwirtschaft, Literatur-, Buch- und Pressemarkt, Kunstmarkt, Film-/Video-/Rundfunkwirtschaft, Design- und Architekturmarkt, Markt für kulturelles Erbe sowie die Kreativwirtschaft mit den Teilbranchen Werbung und Software/Games-Industries. Der *Deutsche Städtetag* plädiert für eine knappe Definition, die insbesondere die Bereiche Software/Games und Design als nicht zum Kernbereich der Kulturwirtschaft gehörig betrachtet.

Daten und Fakten

Die ökonomische Bedeutung der Kultur ist nicht nur behauptet, sondern kann mit Daten und Fakten untermauert werden. Die dabei ermittelten Zahlen sind beeindruckend: Nach Schätzungen des Arbeitskreises *Kulturstatistik e. V.* erreichte die Kulturwirtschaft in Deutschland im Jahre 2004 einen Beitrag zur Bruttowertschöpfung von 36 Milliarden Euro, unter Einbeziehung der Kreativwirtschaft sogar von 58 Milliarden Euro. Dies entspricht einem Anteil von 1,6 Prozent beziehungsweise 2,6 Prozent am Bruttoinlandsprodukt (BIP). Die Kultur-/Kreativwirtschaft liegt damit in der Größenordnung zwischen der Chemischen Industrie und der Automobilindustrie. (Deutscher Bundestag 2007: 337)

Auch die Bedeutung dieses Sektors auf der kommunalen beziehungsweise regionalen Ebene ist erheblich: Der Anfang 2008 veröffentlichte Kulturwirtschafts-

bericht für den Großraum Köln weist einen Umsatz der entsprechenden Branchen in Höhe von 11 Milliarden Euro aus, erwirtschaftet durch 16 500 Unternehmen mit 57 400 Beschäftigten. Dies entspricht einem Anteil von 3,4 Prozent am Gesamtumsatz im Großraum Köln. (Fesel/Södermann 2007: 23) Schwerpunkte der Kulturwirtschaft in Köln, die etwa gleichauf mit Berlin liegt, sind die Bereiche Film, Literatur und bildende Kunst. Auch für kleinere Großstädte sind die wirtschafts- und beschäftigungspolitischen Effekte erheblich, wie das Beispiel Aachen zeigt, wo in Kooperation von Stadt Aachen, Handwerkskammer und vor Ort ansässigen Unternehmen ein »Gründerzentrum Kulturwirtschaft« aufgebaut worden ist. In der Stadt sind rund 1 000 Kulturbetriebe und selbständige Kulturschaffende mit 3 900 sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätzen tätig. Das wirtschaftliche Potential der Kulturwirtschaft in Aachen erreicht ein Volumen von insgesamt 600 Millionen Euro an Gesamtumsätzen oder 4,3 Prozent der Gesamtwirtschaft in der Stadt (alle Zahlen aus 2003). (Kulturwirtschaftsbericht Aachen 2005: 16 f.)

Kultur und Wirtschaft – Ökonomisierung der Kultur?

Kultur und Wirtschaft galten lange Zeit als gegensätzliche Bereiche. Von Seiten der Kultur wurde stets – zutreffender Weise – der Eigenwert der Kultur betont, während die Wirtschaft ihre Interessen ausschließlich unter ökonomischen Zielsetzungen verfolge. Der Gegensatz wurde vielfach auf die Formel gebracht, dass Kultur Sinnproduktion betreibe und Wirtschaft auf Warenproduktion und profitable Dienstleistungen ausgerichtet sei. Daraus wurde gefolgert, dass die Kulturförderung – jedenfalls diejenige der »klassischen« Bereiche einschließlich der kulturellen Bildung – Sache des Staates sei, weil diese sich ökonomisch nicht selbst tragen können.

Die Fronten sind glücklicherweise seit längerem aufgeweicht. Vertreter der Kultur betonen unisono wie selbstverständlich, dass Kultur ein Standort- und Entwicklungsfaktor, auch eine ökonomische Kategorie ist. Darüber hinaus wird bereits seit langem eine vielfältige Zusammenarbeit zwischen Kultureinrichtungen und der Wirtschaft im Rahmen des Kultursponsorings praktiziert.

Gleichwohl gibt es kritische Stimmen, die vor einer »Ökonomisierung der Kultur« warnen. Kern dieser Kritik ist die Befürchtung, Kunst und Kultur könnten im Zuge einer modernistischen Diskussion und Präferenz der Kulturwirtschaft auf eine ökonomische Kategorie reduziert und/oder die Kulturwirtschaft könnte von der Politik als Ersatz für die chronisch unterfinanzierte staatlich-kommunale Kulturförderung gesehen werden mit der Folge, dass die öffentlichen Mittel für die Kultur weiter zurück gefahren werden. Beispielhaft deutlich wird dieses Unbehagen bei der Diskussion der sogenannten kulturellen Wertschöpfungskette, die in nahezu allen Publikationen – so auch im Bericht der Enquete-Kommission – als Analysemodell für die Entstehung von Wertschöpfung bei kulturellen Prozessen herangezogen wird. Das Modell zeichnet die Wertschöpfung kultureller Pro-

zesse vom »kreativen Akt« über die Produktion und Weiterverarbeitung bis zur Rezeption durch das Publikum nach. Es ermöglicht, den Prozess der Wertschöpfung quasi zu »zerlegen« und die Einbeziehung unterschiedlicher Personen beziehungsweise Unternehmen bei der Entstehung eines kulturellen Gutes nachvollziehbar zu machen.

Die Kritik am Wertschöpfungsmodell, welches das kulturelle Gut oder »Produkt« in einen ökonomischen Prozess einordnet, ist in Wirklichkeit eine Grundsatzkritik: Kulturwirtschaft sowie Teile der öffentlich finanzierten und bürgerschaftlich organisierten Kultur, so die Kritik, würden damit ausschließlich in einen ökonomisch definierten Prozess eingeordnet mit der Folge, dass das bisherige Paradigma vom Eigenwert der Kultur negiert oder zumindest schleichend unterminiert werde.

Die gegen die kulturelle Wertschöpfungskette als solche vorgebrachte Kritik greift nicht, da das Modell geeignet erscheint, die Komplexität und die vielfältigen Verflechtungen und Wechselwirkungen deutlich zu machen. Darüber hinaus liefert es Ansatzpunkte für fördernde beziehungsweise intervenierende Maßnahmen. Zu der Grundsatzkritik ist festzustellen, dass es nicht darum gehen kann, die drei Sektoren und damit auch die Kulturwirtschaft isoliert zu sehen. Das Wertschöpfungsmodell eignet sich nicht als Leitlinie kommunaler Kulturpolitik. Vielmehr muss die wechselseitige Bedingtheit beziehungsweise Abhängigkeit der Sektoren, insbesondere von öffentlichem und privatem Sektor, immer wieder gesehen werden: Die öffentliche Kulturpolitik leistet durch die Förderung und Entwicklung der kulturellen Infrastruktur eine wesentliche Voraussetzung dafür, dass sich kulturelle Leistungen und Produktionen mit ökonomischen und beschäftigungspolitischen Effekten entwickeln können. Darüber hinaus werden durch die kulturelle Bildung sowie durch die Vermittlung der öffentlichen Kultureinrichtungen »Kunden« beziehungsweise Konsumenten von Produkten und Leistungen herangebildet, ohne die die Kulturwirtschaft keine ökonomischen Wirkungen entfalten könnte. Öffentliche Kulturförderung schafft somit wesentliche infrastrukturelle Voraussetzungen für die Kulturwirtschaft. Die Kulturwirtschaft gibt umgekehrt diese öffentlichen Investitionen in Form von Beschäftigung, Steuern und anderen Effekten an die öffentliche Hand zurück.

Insgesamt ist die Entideologisierung und der Abbau von Berührungsängsten zwischen Kultur und Wirtschaft zu begrüßen. Sie öffnet den Blick für sinnvolle Zusammenarbeit, Austausch und für eine nüchterne Analyse, wie die vielfältigen Zusammenhänge zwischen Kultur und Wirtschaft zum beiderseitigen Vorteil genutzt und dabei auch neue Wege beschritten werden können. Gleichwohl erscheint es angebracht, sich immer wieder des staatlich-kommunalen Kulturauftrages zu vergegenwärtigen und auf dieser Grundlage die Zusammenarbeit zwischen Kultur und Wirtschaft auszutarieren.

Klaus
Hebborn

Kommunaler Kulturauftrag und Kulturwirtschaft – zur Diskussion im Deutschen Städtetag

Das Thema »Kulturwirtschaft« wird bereits seit vielen Jahren im *Kulturausschuss des Deutschen Städtetages* diskutiert. Aus Kapazitätsgründen wird an dieser Stelle auf eine Dokumentation dieser Diskussion verzichtet, wenngleich ein Rückgriff auf die Historie interessant wäre, um den Bewusstseinswandel bei diesem Thema auch im kommunalen Bereich deutlich zu machen.

Das Positionspapier »Kulturpolitik in der Stadt der Zukunft« des *Kulturausschusses des Deutschen Städtetages* geht von dem Grundverständnis aus, dass Kultur in Deutschland von Staat, Zivilgesellschaft und der Wirtschaft gemeinsam verantwortet wird (Verantwortungsgemeinschaft). (Deutscher Städtetag 2003) Zentrale Aufgabe von Kulturpolitik ist dabei, möglichst vielen Menschen die Teilnahme an Kunst und Kultur zu ermöglichen sowie die Künste und KünstlerInnen zu fördern. Zur Definition öffentlicher (kommunaler) Aufgaben und Leistungen heißt es: »Kommunale Kulturförderung ist Verfassungsauftrag. Die Städte haben die Aufgabe, individuell für die jeweilige Stadt ein Kulturprofil zu entwickeln, das der kulturellen Identität der Stadt entspricht, Traditionen aufnimmt und Zukunftsperspektiven aufzeigt. Die Zielsetzungen dieses Kulturprofils sind die Grundlage für Entscheidungen, wie die Förderung der Kunst und der Künstlerinnen und Künstler stattfinden soll. Ebenso sind Anrechte und Leistungen festzulegen, welche die Bewohnerinnen und Bewohner einer Stadt im Bereich der kulturellen Bildung in Anspruch nehmen können.

Vor allem vor dem Hintergrund der Finanzkrise der Kommunen ist es schwieriger geworden, einen Konsens darüber herzustellen, ob und welche Kulturförderung durch die öffentliche Hand notwendig und richtig ist. Deshalb soll ein öffentlicher Diskurs die Akteure des kulturellen Lebens, Künstler sowie interessierte Bürgerinnen und Bürger in die Diskussion über das kulturelle Profil der Stadt einbeziehen und gemeinsam mit der Politik ein kulturelles Leitbild formuliert werden.« (Ebd.: 9 f.)

In diesem Sinne ist kommunale Kulturpolitik nach Auffassung des *Kulturausschusses* zuallererst Gesellschaftspolitik und nicht Wertschöpfung. Kulturwirtschaft ist entsprechend stets in engem Zusammenhang mit dem öffentlichen Kulturauftrag, insbesondere in den aufgezeigten wechselseitigen Bezügen, zu diskutieren.

Zur Kulturwirtschaft als strategisches Thema wird im Rahmen von acht Strategiezielen folgendes ausgeführt: »Die gewerbliche Kulturwirtschaft hat für die Städte eine wachsende Bedeutung. Gewerbliche Kulturangebote sind Bestandteil kultureller Vielfalt und Attraktivität in vielen Sparten. In vielen Regionen weist die Kulturwirtschaft überdurchschnittliche Wachstumsraten auf. ›Kultur schafft Arbeit‹ ist kein leeres Schlagwort. Sie ist damit ein Wirtschaftsfaktor für die Städte.

Zwischen den öffentlich verantworteten und finanzierten Kultureinrichtungen und einer Vielzahl von Sparten, Berufen und Unternehmen der Kulturwirtschaft gibt es ein intensives Beziehungsgeflecht. Kulturwirtschaft baut auf den

Kreativitätspotenzialen gewachsener Kulturlandschaften auf und wirkt innovativ auf diese zurück. Kulturwirtschaft muss deshalb nicht nur ein Anliegen der – auch kommunalen – Wirtschaftspolitik sein, die spezifische rechtliche und infrastrukturelle Rahmenbedingungen schafft. Sie setzt häufig auch eine aktive Kulturpolitik und öffentliche Kulturförderung voraus.« (Ebd.: 11 f.)

Das Präsidium des *Deutschen Städtetages* ist dieser Grundposition in seiner 366. Sitzung am 24.10.2007 mit einem entsprechenden Beschluss gefolgt. Es hat festgestellt, dass der Wandel von der industriellen zur Dienstleistungsproduktion in den Städten nicht nur im Umstrukturierungsprozess kreative Potenziale, sondern vor allem auch die Entwicklung neuer Produkte und Ideen in allen Wirtschafssektoren erfordert. Die Kulturwirtschaft könne mit ihren Ressourcen zu ihrer Entwicklung beitragen und gewinne zunehmende Bedeutung als eigenständiger Wirtschaftsfaktor. Wichtig im Hinblick auf die beschäftigungspolitischen und ökonomischen Effekte sei dabei, die Netze von selbständigen Künstlern, der öffentlichen Kulturförderung und den erwerbswirtschaftlichen Unternehmen zu verstärken und auszubauen. Die Städte sollten kreative Milieus fördern und gute Rahmenbedingungen für das Zusammenwirken von Kultur und Wirtschaft schaffen. An die Länder wird die Forderung gerichtet, die Entwicklung der Kulturwirtschaft in den Städten strukturell und finanziell zu unterstützen. Das Präsidium hat in seinem Beschluss auch die wechselseitigen Bezüge von öffentlicher Kulturförderung und Kulturwirtschaft festgestellt und betont, dass Kulturwirtschaft das öffentliche Engagement in der Kultur nicht ersetzen könne.

Kommunale Strategien zur Förderung der Kulturwirtschaft

Bei der Frage, wie die Städte mit der Kulturwirtschaft umgehen sollten, ist zunächst zu prüfen, ob und inwieweit eine Förderung dieses erwerbswirtschaftlichen Bereiches durch die öffentlichen Hände überhaupt gerechtfertigt erscheint. Ein Bejahen dieser Frage setzt voraus, dass eine Förderung in öffentlichem, hier kommunalem Interesse wäre.

Ein öffentliches Interesse ist aus kommunaler Sicht in dreifacher Hinsicht gegeben: Zum einen sind die beschäftigungspolitischen und wirtschaftlichen Effekte der Kulturwirtschaft durch entsprechende Kulturwirtschaftsberichte nachgewiesen. Zum anderen dürfte ein öffentliches Interesse auch dadurch gegeben sein, dass die Ansiedlung von Unternehmen der Kulturwirtschaft zu einer Standortverbesserung, zu mehr Attraktivität und damit zur Aufwertung der Städte insgesamt führt. Schließlich können die vielfältigen Interdependenzen und Interaktionen zwischen den drei Sektoren der Kultur bei entsprechenden Rahmenbedingungen zu Innovation, mehr Lebendigkeit in der öffentlichen Kultur- und Kunstszene und damit zu einer Weiterentwicklung der kommunalen Kultur insgesamt beitragen. Auch dies ist ein Aspekt des öffentlichen Interesses an Kulturwirtschaft.

Eine Beschäftigung und Förderung der Kulturwirtschaft durch die öffentlichen Hände ist somit begründbar. Dies gilt grundsätzlich, dürfte aber für die ver-

schiedenen Bereiche differenziert zu sehen sein. Die öffentliche Förderung bestimmter *big players* der Musikindustrie oder des Bereiches der Film-Industrie ist beispielsweise schwerer zu rechtfertigen als diejenige anderer Bereiche, die eher im mittelständischen Bereich oder den Microunternehmen anzusiedeln sind.

Bei der Frage kommunaler Strategien zur Förderung bestimmter Bereiche werden zunehmend integrierte Politikansätze favorisiert. Für die Kulturwirtschaft bedeutet dies insbesondere eine Verzahnung von Kulturpolitik und Wirtschaftsförderungspolitik, die es auf den unterschiedlichen Handlungsebenen zu entwickeln gilt. Wenngleich integrierte Konzepte in der Theorie zumeist überzeugend begründbar sind, erweisen sie sich in der Praxis vielfach als schwierig. Dies gilt auch für Kultur und Wirtschaft, bei denen es sich um jeweils eigene Systeme oder »Welten« mit spezifischen Herangehensweisen und Instrumenten handelt. So sind beispielsweise die klassischen Instrumente der Wirtschaftsförderung nicht 1 : 1 auf die Kulturwirtschaft mit ihren spezifischen Bedarfen und Strukturen – Mikrounternehmen, spezifischer Kredit- und Immobilienbedarf, Professionalisierungs- und Fortbildungsbedarfe – übertragbar. Diese bedürfen der Anpassung an die spezifischen Anforderungen der Unternehmen der Kulturwirtschaft vor Ort, insbesondere durch entsprechende Förderprogramme, kommunale Unterstützung beim Immobilienmanagement sowie bei der notwendigen Professionalisierung. Darüber hinaus stellt sich die Frage, ob ein integrierter Politikansatz zur Förderung der Kulturwirtschaft nicht über die Wirtschaftsförderung hinaus weitere Bereiche erfassen muss, etwa die Stadtentwicklungs-, die Bildungs- oder Arbeitsmarktpolitik, um die für die Kulturwirtschaft so wichtige Entwicklung von »kreativen Milieus« in den Städten zu ermöglichen.

Wie dem auch sei: Kooperationsstrukturen zwischen Kultur und Wirtschaft sind vielfach noch nicht hinreichend entwickelt und bedürfen der Strukturierung und Institutionalisierung, um wirksam und auf Dauer die Entwicklung der Kulturwirtschaft im Kontext eines kommunalen Gesamtkonzeptes fördern zu können. Neben kommunalen vertrauensbildenden Maßnahmen wie Kommunikation und Abstimmung zwischen den verschiedenen Politikfeldern wird von der Enquete-Kommission im Hinblick auf die politisch-administrative Verankerung der Kulturwirtschaft auf der Bundes- und Länderebene die Einsetzung eines »Koordinators« als Leiter einer interministeriellen Arbeitsgruppe vorgeschlagen. Auf der kommunalen Ebene sollten entsprechende Zuständigkeitsregelungen getroffen, die Benennung zentraler Ansprechpartner geprüft sowie gemeinsame Abstimmungsgremien beziehungsweise -verfahren zur Etablierung der Zusammenarbeit entwickelt werden.

Fazit

Kulturwirtschaft ist weder neoliberales Teufelswerk, das die öffentliche Verantwortung für die Kultur und ihre Finanzierung bedroht, noch ein »Rettungsanker« für eine chronisch unterfinanzierte Kultur in Deutschland. Sie ist schlicht ein Faktum, das in den vergangenen Jahren verstärkt in den Fokus der Wissen-

schaft genommen worden ist und mit dem es sich auseinander zu setzen lohnt. Kultur ist und bleibt zuvorderst eine gesellschaftspolitische Aufgabe, ein kommunikativer und partizipatorischer Prozess, eine ästhetische Ka1tegorie, die sich nicht in erster Linie an Wertschöpfungsmodellen und marktwirtschaftlichen Überlegungen orientiert. Gleichwohl erscheint wichtig, die Diskussion und entsprechende Fördermaßnahmen der Kulturwirtschaft nicht an die Wirtschaftsförderung zu delegieren. Kulturwirtschaft muss vielmehr in ein kulturpolitisches Gesamtkonzept einbezogen werden, das dessen Einordnung, Förderinstrumente sowie eine Austarierung von öffentlicher Kulturförderung und Kulturwirtschaft vorsieht.

In diesem Sinne bedeutet die kommunale Förderung der Kulturwirtschaft die Förderung von Kunst und Kultur. Und wer Kunst und Kultur fördert, fördert bekanntlich die ganze Stadt – eine Wertschöpfungskette ganz eigener Art.

Literatur

Deutscher Bundestag (2007): »Schlussbericht der Enquete-Kommission ›Kultur in Deutschland‹«, in: *Bundestagsdrucksache* 16/7000 vom 11.12.2007

Deutscher Städtetag (2003): *Kultur in der Stadt. Positionspapier des Kulturausschusses des Deutschen Städtetages*, Köln (Bezug: www.staedtetag.de)

Fesel, Bernd/Södermann, Michael (2007): *Kulturwirtschaftsbericht*, Köln

Florida, Richard (2004): *The Rise of the Creative Class*, New York

Gründerzentrum Aachen (Hrsg.) (2005): *Kulturwirtschaftsbericht Aachen*, Aachen

Schweizer Hochschule für Gestaltung und Kunst (2003): *Erster Kulturwirtschaftsbericht*, Zürich

Dieter Kramer

Über die Grenzen der Kulturwirtschaft

Das Wirtschaftliche in der Geschichte des Kulturellen

»Ich hân mîn lêhen, al die werlt, ich hân mîn lêhen«, so singt Walther von der Vogelweide 1120, als er von Friedrich II., dessen Partei er ergriffen hat, mit einem Gut belohnt wird. (Vgl. Corino 1987: 8 ff.) Minnesänger zu sein, ist eine prekäre Angelegenheit, und zu der Zahl derjenigen, die wir kennen, muss wohl eine viel größere Zahl vermutet werden, die weniger erfolgreich in Vergessenheit geraten, weil niemand ihre Lieder aufgezeichnet hat. Erst Recht gilt das für die »fahrenden Scholaren« des späten Mittelalters.

Sängerwettstreite wie der auf der Wartburg und Wallfahrten wie die nach Santiago de Compostella sind auch im Mittelalter und der frühen Neuzeit ökonomisch relevante Ereignisse, und mindestens letztere werden auch bewusst als regionale Wirtschaftsförderung eingesetzt.

Die Kunstausübung in der Ständegesellschaft kennt unterschiedliche Milieus der Rezeption, verzichtet aber auf jene Unterscheidung zwischen »hoher« und »populärer« Kunst, die Produkt der modernen bürgerlichen Gesellschaften ist. Wenn in der Renaissance der herausragende Künstler als Individuum hervortritt, dann geschieht das auf der Basis einer viel größeren Zahl von Handwerker-Künstlern, die mit ihrer Zunftverfassung in einem vielfach durch öffentliche Aufträge (das heißt solche der Herrschaft, der Zünfte, der kirchlichen Institutionen) belebten nachfragestarken Milieu sich ein Auskommen zu sichern verstehen. Was heute unter dem modischen Stichwort von Kultur- und Kreativwirtschaft verhandelt wird, ist daher durchaus nicht neu.

Ökonomische Instrumentalisierung und ideelle Lebensgrundlage

Die Exponenten der deutschen Literatur waren sich des Doppelcharakters kultureller Güter durchaus bewusst und vermarkteten ihre Produkte, waren aber oft genug auch in einer Lage, die heute prekär zu nennen wäre.

In den kulturphilosophischen Überlegungen der Klassik werden die Beziehungen zwischen Kunst und Kultur einerseits, Gesellschaft und Ökonomie andererseits ausgeprägt thematisiert. Goethe trennt beide Sphären im *Wilhelm Meister*, damit Wilhelm seine Person unabhängig von dem Kaufmannsbetrieb seines Bruders entfalten kann. Schiller allerdings setzt sich grundsätzlicher mit den Beziehungen auseinander: »Wenn das gemeine Wesen das Amt zum Maßstab des Mannes macht, wenn es an dem einen seiner Bürger nur die Memorie, an einem anderen den tabellarischen Verstand, an einem dritten nur die mechanische Fertigkeit ehrt … – darf es uns da wundern, daß die übrigen Anlagen des Gemüts vernachlässigt werden …?« (Schiller 1793/2004: 584) Er setzt später fort: »Kann aber wohl der Mensch dazu bestimmt sein, über irgendeinem Zwecke sich selbst zu versäumen?« (Ebd.: 588) Dieser Gedanke, der dem Individuum die Entfaltung möglichst vieler seiner Fähigkeiten insbesondere mit Hilfe der Künste zur Aufgabe macht, prägt das intellektuelle Selbstverständnis in Deutschland lange Zeit und ist einflussreich bis in die Gegenwart geblieben. Das wirkt nach in der im Deutschen gern gebrauchten fragwürdigen Ineinssetzung von Kulturpolitik und Pflege der Künste.

Immanuel Kant steht für die Überzeugung, dass nicht alles einen Preis hat und nicht alles dem Markt unterworfen werden kann. Die Würde des Menschen und sein gleichzeitig vernunftgemäßes und ethisches Handeln sind nicht verhandelbar.

Einige Hinweise zeigen, wie die Nationalökonomie des späten 19. und frühen 20. Jahrhunderts sich bereits mit Kultur beschäftigte. Wenn sie es tat, dann kamen außer gelegentlich in der Konsumforschung bei ihr die intellektuellen und literarischen Berufe ins Blickfeld und die »Kreative Industrie« wurde schon damals am Beispiel der Werbung untersucht. (Siehe hierzu u. a. Bücher 1913, 1925 c, 1925 b, 1906). Ein anderes wichtiges Thema, eng verbunden mit der Sozialreform, sind Heimarbeit und das mit ihr verbundene Kunsthandwerk (siehe u. a. Bücher 1925 a). All diesen Texten ist die unmittelbare Bedeutung von Kunsthandwerk und Kulturwarenproduktion als Teil der Volkswirtschaft bewusst.

Die mittelbare Bedeutung des Kulturellen für die Wirtschaft wird zur gleichen Zeit thematisiert: Max Weber stellt den Zusammenhang zwischen Kultur und Wirtschaft her, indem er auf die unterschiedlichen Kulturstile aufmerksam macht, in welche wirtschaftliches Handeln eingebettet ist. Seine (mittlerweile vielfach kritisierte) Theorie einer engen Verbindung zwischen kapitalistischem Wirtschaftssystem und dem Ethos des protestantischen (calvinistischen) Christentums ermöglichte es damals, Kultur und Wirtschaft in neuen Zusammenhängen zu denken.

Carl Kindermann, Nationalökonom im Heidelberg Max Webers, entdeckt nicht zuletzt im Rahmen der Auseinandersetzung mit dem Misserfolg deutscher Waren bei Weltausstellungen den Zusammenhang von Kunst und Wirtschaft neu. (Kindermann 1903) Schöne Waren verkaufen sich besser, und Kulturwirtschaft ist Teil des wirtschaftlichen und politischen Prozesses. Eine klare Instrumentalisierung der Künste für wirtschaftliche Zwecke wird damit auf den Weg gebracht – freilich in einem Milieu, in dem dies immer noch mit Sozialreform verbunden ist. »Die modernen Völker und speziell Deutschland bedürfen ferner dringend der

tiefgreifenden Mitarbeit einer selbständigen Kunst an den wirtschaftlichen Zielen und einer klaren Würdigung der Vorteile und Gefahren der Volkswirtschaft für die Kunst. Mit dem Ausreifen der sozialen Gesamtentwicklung und mit der Ausbreitung der kombinierenden Gesamttendenz im Parteiwesen wird das Volk mehr und mehr die Führung erlangen, welche alle wirtschaftlichen und leitenden Stände am meisten in ein geordnetes Zusammenwirken bringt und welche gleichmäßig Staat, Religion, Kunst und Wissenschaft an der Lösung allgemeiner und wirtschaftlicher Aufgaben beteiligt.« (Ebd.: 46)

Wie einst die Klassik Kunst und Ethik verbinden, so stellen Jugendstil und Neue Sachlichkeit später die Verbindung von materieller Produktion und Ästhetik her und geben dadurch nicht nur den Bewegungen der Sozial- und Lebensreform, sondern auch wirtschaftlichem Handeln neue Impulse. Zur gleichen Zeit treten Unternehmer wie Ernst Leitz, Carl Abbe und viele andere Mäzene und Stifter nicht nur als Förderer der Künste auf, sondern sie verbinden damit auch weiterreichende sozialpolitische Utopien, mit denen sie Anschluss an die sozialen Bewegungen suchen.

Der Nationalstaat, so die Interpretation von Ernest Gellner, ist ohne allgemein akzeptierte kulturelle Codes wie Sprache, Werte, Bildungsideale nicht leistungsfähig. Ohne eine von allen geteilte kulturelle Grundlage sind Mobilität innerhalb des Nationalstaates und effizientes wirtschaftliches Handeln nicht möglich. »Volkspädagogik« und Kunstpopularisierung nähren sich aus solchen Motiven. In dieser Tradition wird auch später noch Kultur dem wirtschaftlichen und politischen Erfolg unter- oder beigeordnet, statt, wie in der Klassik, sie der Persönlichkeitsbildung und dem Ethos der Gemeinschaft zuzuordnen.

In den 1970er und 1980er Jahren beschäftigt sich die Linke immer wieder mit Kulturindustrie. Gleichzeitig mehren sich die Überlegungen zu Umwegrentabilität und regionalwirtschaftlicher Bedeutung von Kunst und Kultur. (Siehe Wagner 2007) Das *Institut für Raumplanung der Universität Dortmund (IRPUD)* hat in den 1980er Jahren nach dem Zusammenhang von »Kultur, Wirtschaft und Stadtentwicklung« gefragt.

In Großbritannien wird heute die Kreativindustrie gefördert, damit das Land weltweit an der Spitze der ökonomisch bedeutsamen *creative industries* bleibt. In der Geschichte der Kulturpolitik gab es andere Kernziele: Bei Karl Lamprecht, der zu Beginn des 20. Jahrhunderts zuerst ausführlich von Kulturpolitik sprach, stand sie im Dienst der Sicherung und Herstellung der Weltgeltung des deutschen Kaiserreiches. Andere wollten durch die Förderung des inneren Zusammenhaltes einer Nation deren Stärke sichern, wiederum unter anderen Bedingungen wurden Lebensqualität, Zukunftsfähigkeit und Integration als zentrale kulturpolitische Ziele bestimmt.

Hohes Wachstum und ein bedeutendes Beschäftigungspotenzial vor allem sind verantwortlich dafür, dass Diskussionen über Kultur- und Kreativwirtschaft (zur problemreichen Unterscheidung beider vgl. Söndermann 2007, Haselbach 2007) heute Konjunktur haben. »Kein anderer Zweig der Weltwirtschaft zeigt so hohe Wachstumsraten wie jener der kulturellen Dienstleistungen, insbesondere im audiovisuellen Bereich.« (Deutsche UNESCO-Kommission 2005: Ziffer 17)

Druckerzeugnisse, Literatur, Musik, bildende Kunst, Kino, Fotografie, Radio, Fernsehen, Spiel- und Sportartikel stehen dabei im Vordergrund. Die Industrieländer haben, wenn es um den Handel mit kulturabhängigen Gütern und um die Sicherung des geistigen Eigentums geht, »milliardenschwere Interessen und weltwirtschaftliche Vorteile, welche sie durch weitere Marktöffnung und Liberalisierung voranzutreiben suchen. So hat die Entwicklung der neuen Kommunikationstechnologien zu einer drastischen Zunahme des internationalen Handels mit audiovisuellen Dienstleistungen geführt. Er hat sich in den letzten zwanzig Jahren vervierfacht. In den USA sind die Produkte der Kulturindustrien zum Exportgut Nr. 1 geworden. ... Es ist deshalb nicht erstaunlich, dass kulturelle und audiovisuelle Produkte Teil einer aggressiven Außenhandelspolitik geworden sind, die auf immer größere Liberalisierung der Märkte drängt ...« (Buess 2005: 28 f.)

Vielleicht bestätigt sich so die immer wieder geäußerte Vermutung, dass Information im weitesten Sinne in Zukunft der ökonomischen Bedeutung von Erdöl in der Vergangenheit und Gegenwart entspricht. Die Umsätze in der Kulturwirtschaft sind jedoch deutlich krisensensibel (stärker noch als die des Tourismus).

Kultur und Freizeit: Disponible Kaufkraft und Zeit

Vernachlässigt wird bei den Überlegungen zur Kulturwirtschaft jener Freizeit-Bereich, der in den 1960er und 1970er Jahren ähnlich stark gewichtet wurde wie später Kultur. (Vgl. zum Beispiel die Schriften von Wolfgang Nahrstedt, Horst W. Opaschowski, s. auch Kramer 1975) Freizeitwirtschaft war in diesen Jahren bevorzugtes Thema der *Deutschen Gesellschaft für Freizeit*. Die Blüte der Freizeitpolitik ist inzwischen vorbei, die einst boomende Freizeit-Pädagogik hat sich auf *Wellness* zurückgezogen. (Siehe die Zeitschrift *Freizeit*) Wegen ihrer fast unendlichen Nachfrage nach mehr Lebensqualität wird Kultur- und Freizeitwirtschaft, meinen manche Autoren auch heute noch, die Leitökonomie der Zukunft und Lokomotive der Weltwirtschaft sein, freilich auch zusammen mit dem Tourismus (Wallfahrten eingeschlossen).

Über die komplizierten (auch steuerrechtlich relevanten) Fragen der Definition und der Abgrenzung von Kultur und Freizeit soll hier nicht diskutiert werden. Separiert wird der Bereich Kultur von dem des Sportes und der Freizeit in einer künstlichen und durch die Praxis nicht gerechtfertigten Trennung: Die Protagonisten der »Erlebnisgesellschaft« behandeln Kulturangebote nach dem gleichen Prinzip der Suche nach *Fun* und *Event* wie Freizeit- und Sportangebote. Demnächst wird man vielleicht Sport und Freizeit auch für die Regionalwirtschaft wieder entdecken (Sponsoring bezieht sich ja ohnehin schon permanent auf Beides). Der Tourismus wird über den Kulturtourismus auch in der *Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland«* schon locker angebunden, zählt er doch ohnehin insgesamt zu diesem dynamischen Wachstumsbereich der Prosperitätsgesellschaft.

All das sind Bereiche, in denen freie Kaufkraft und freie Zeit konsumiert werden. Wahrer menschlicher Reichtum ist für Karl Marx »disposable time«, in der

Beziehungsreichtum und Lebensqualität entwickelt werden. (Kramer 1999) Eigentlich bedürfte es einer ausgeprägten Reflexion der ökonomischen Dynamik dieses ganzen Bereiches. Das sei hier nur erwähnt; wir bleiben bei der Kultur.

Das Ausgeschlossene: Zu den allgemeinen Leistungen des kulturellen Systems

Im »Präambel«-Text des Berichtes der *Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland«* lesen wir: »Kunst und Kultur formen und markieren die Identität eines Gemeinwesens und seiner Mitglieder. ... Kultur ist ein Instrument der reflexiven und gestaltenden Auseinandersetzung des Einzelnen mit sich und seiner Umwelt«. (Deutscher Bundestages 2008: 57 f.) Dass dies in einem permanenten und offenen Prozess einer »kulturellen Öffentlichkeit«, in der *Gemeinschaft* vollzogen wird, geht aus dem gesamten Kontext des Berichtes hervor.

Die »Allgemeine Erklärung zur kulturellen Vielfalt« der 31. Generalkonferenz der *UNESCO* von 2001 »bekräftigt, dass Kultur als Gesamtheit der unverwechselbaren geistigen, materiellen, intellektuellen und emotionalen Eigenschaften angesehen werden sollte, die eine Gesellschaft oder eine soziale Gruppe kennzeichnen, und dass sie über Kunst und Literatur hinaus auch Lebensformen, Formen des Zusammenlebens, Wertesysteme, Traditionen und Überzeugungen umfasst«. Seit der *UNESCO*-Kulturkonferenz von Mexiko 1982 wird eine solche mit den anthropologischen und ethnologischen Begrifflichkeiten verwandte Definition von Kultur international gern benutzt. Deutscher Bundestages 2008: 57)

Nicht alles, was in diesen Beschreibungen genannt ist, wird in der Diskussion um Kultur- und Kreativwirtschaft erfasst. Kulturwirtschaft bezieht sich ähnlich wie das Kulturmanagement nur auf jene Bereiche der Kultur, in denen Mittel fließen. Bedeutende Teile des kulturellen Lebens spielen sich außerhalb davon ab, aber sie sind für das »Staatsziel Kultur« und »Kultur als ideelle Lebensgrundlage« entscheidend. Dort geht es nicht um »Wertschöpfungsketten«. Die Engführung des Denkens an diesem Modell, bei dem der künstlerische Beruf als Kern der Kulturwirtschaft betrachtet wird (wobei schon andere Beteiligte in diesem Prozess vernachlässigt werden), darf nicht dazu führen, Kultur nur unter dem Aspekt der Kulturwirtschaft zu sehen.

»Nach dem Schweizer Drei-Sektorenmodell gliedert sich der Kultursektor in einen öffentlichen, einen gemeinnützigen und einen marktwirtschaftlichen Teilsektor: Während die beiden erstgenannten Teilsektoren zur ›nicht gewinnorientierten Kultur‹ zählen, gilt der dritte Teilsektor als ›gewinnorientierte‹ oder ›kommerziell ausgerichtete‹ Kultur, die eben mit dem Begriff ›Kulturwirtschaft‹ bezeichnet wird. Die Teilsektoren stehen in einem ›kapillaren‹ Austauschsystem miteinander in Verbindung. Kulturwirtschaft baut auf Kreativitätspotenziale der öffentlichen und gemeinnützigen Kulturbereiche auf und wirkt innovativ auf diese zurück – zumindest idealtypisch.« (Söndermann 2007: 64)

Welche Konsequenzen das Denken in Wertschöpfungsketten hat, ist nach zwei Seiten hin zu untersuchen: Erstens wird der kulturelle Bereich damit nicht voll-

ständig abgedeckt, zweitens sind nicht alle Entwicklungen dabei wünschenswert. Wenn Kulturwirtschaft nur in »Wertschöpfungsketten« berücksichtigt wird, besteht dann die Gefahr, dass bedeutende Teile des kulturellen Lebens wie bürgerschaftliches Engagement oder Laienkultur in Vergessenheit geraten, weil zu viel Aufmerksamkeit auf die Wertschöpfungsketten gelegt wird. *Commons* wie die Sprache oder die kulturellen Selbstverständlichkeiten des Alltags (Höflichkeit, unbewusste Regeln und Standards) (siehe zum Beispiel Timm 2001) fließen nicht ein. Wie Bodenschätze beutet die Wirtschaft aus, was sie nicht geschaffen hat. Kulturwirtschaft zehrt vom nicht monetären Erbe der in den populären historischen Milieus der Ständegesellschaft, in den sozialen und demokratischen Bewegungen der jüngeren Zeit entwickelten kulturellen Traditionsbeständen, Ritualen und Symbolwelten (religiöse eingeschlossen).

Die indirekten wirtschaftsnahen Wirkungen – insbesondere die Auswirkungen auf die Kreativität, die Innovationsfähigkeit und das Krisenbewältigungspotenzial der Gesamtgesellschaft – lassen sich ohnehin nicht messen, ganz abgesehen von der kulturpolitisch gewollten und intendierten Rolle von Kunst und Kultur für Wertewelt, Lebensqualität, Sinnorientierung und gesellschaftlichen Zusammenhalt.

Kulturpolitik und Kulturwirtschaft

Die Gefahr von Verzerrungen und problematischen Akzentuierungen soll hier nicht aus der Perspektive eines kulturfreundlichen Wunschdenkens oder der Furcht eines kulturgewohnten Eliten-Publikums vor dem Verlust seiner Nischen behandelt werden, sondern mit Blick auf die Sicherung der Ressource kulturelle Vielfalt und des Erhalts der kompetenten Institutionen des gesellschaftlichen Sinndiskurses.

Gesprochen wird heute vom Doppelcharakter des Kulturellen: Waren und Dienstleistungen einerseits, System von Werten und Standards (ideelle Lebensgrundlage) andererseits. Zu fragen ist, wie das Denken in Kategorien der Kulturwirtschaft diesem Doppelcharakter gerecht wird?

Dazu bedarf es eines geklärten und formulierten Verständnisses von öffentlichen Aufgaben der Kulturpolitik einerseits und privatwirtschaftlichem kulturellen Unternehmertum andererseits. Dies wird berücksichtigen müssen, dass die Leistungen des kulturellen Systems auch vorgehalten werden für Zeiten, in denen die Prosperität nachlässt – und das wird erschwert, wenn diese Leistungen mehr und mehr privatisiert werden und die entsprechenden Strukturen von ökonomischen Prinzipien abhängig werden.

Es kann »Kultur nicht allein vom Markt her gedacht werden, sondern von dem Ziel und Wert dessen, was man vermitteln möchte« (Sternberg 2007: 51). Diese Skepsis von Thomas Sternberg, Mitglied der *Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland«*, lässt sch leicht vertiefen. Der Verfassungsauftrag und die politisch-gesellschaftliche Bedeutung (die allgemeinen Leistungen des kulturellen Systems, stärker gewichtet als die von Freizeit und Unterhaltung) müssen einbezogen werden, zumal

bei der allmählichen Unterwerfung der Kultur unter die Wirtschaftspolitik die Kulturpolitik ihre Zuständigkeit an die Wirtschaftsförderung abgibt. (Stüdemann 2007)

Marktprozesse im Bereich von Kunst und Kultur zu bedenken bedeutet das Ende der neokeynesianischen Kulturpolitik, macht aber öffentliche Förderung nicht überflüssig. Dies bestätigt auch der Liberale Hans-Joachim Otto: »Eine ganz wichtige Förderung von Kulturwirtschaft ist die klassische Kulturförderung. … Wer glaubt, dass man durch Einsparungen in der Kulturförderung Haushalte sanieren kann, irrt sich nicht nur gewaltig in den finanziellen Dimensionen, die hier zu erbringen wären. Wer an der Kulturförderung spart – und dies gilt in besonderem Maß in Berlin – spart nicht nur an den notwendigen Investitionen in die Zukunft unserer Stadt. Wer an den Kulturausgaben in Berlin spart, entzieht auch der Kulturwirtschaft, einer der wenigen Zukunfts- und Wachstumsbranchen dieser Stadt, den Nährboden« (denn Kulturwirtschaft siedelt sich dort an, wo die entsprechende Infrastruktur vorhanden ist). (Otto 2007: 38) Dass aber damit dazu verführt wird, das Schwergewicht der Förderung auf jene Bereiche zu legen, von denen wirtschaftliche Nebennutzen erwartet werden, muss bedacht werden.

Ausgrenzungen, soziale Barrieren und Qualität

Probleme der freien Verfügbarkeit über kulturelle Leistungen stehen in der Debatte um Urheberrechte in Idealkonkurrenz zu den Eigentumsrechten der Produzenten. Verschiebungen zugunsten der Eigentumsrechte schaffen Barrieren, ebenso wie durch die Bepreisung kultureller Angebote Zugangsbarrieren wieder aufgerichtet werden (siehe Rossmeissl 2007), die im Programm »Kultur für alle« mit guten Gründen abgebaut werden sollten (inzwischen werden die Eintrittspreise für Museen teilweise wieder abgeschafft).

Weitere Probleme und Grenzen der Marktorientierung der Kulturwirtschaft dürfen nicht vergessen werden. Sie liegen zum einen dort, wo es um die kulturpolitisch gewollten Ziele geht, zum anderen bei der Frage der Qualitätsförderung. Die elitäre Position, wirkliche Qualität brauche am Markt keinen Erfolg zu haben, ist genauso zu verwerfen wie die Behauptung, Markterfolg und Qualität hingen linear zusammen.

Isabelle Graw beschreibt, wie heute Setzungen des Marktes eine unangemessene Autorität zugebilligt wird, wenn behauptet wird: »Markterfolg und künstlerische Qualität bedingen einander«. Aber die »überentwickelte Warenwirtschaft« geht einher mit einer Zersetzung des Gebrauchswertes. Die Reduktion auf den Tauschwert beeinträchtigt den (individuellen wie gesellschaftlichen) Gebrauchswert. Das »konkrete erkenntnistheoretische Angebot, das die eine künstlerische Arbeit von der anderen unterscheidet«, der »institutionskritische und konzeptuelle Einsatz« gehen verloren (Graw 2006).

Deshalb ist auch das kulturpolitische Konzept »Fördern was es schwer hat« keine Qualitätsgarantie. Entwickelte Formen immanenter Qualitätsprüfung durch

die Institutionen der Kunstwelt (kennerschaftliches Publikum eingeschlossen) sind notwendig; die Überwindung der Selbstreferentialität tendenziell geschlossener Milieus des Kunstlebens ist wichtig, wenn es um die gesellschaftliche Bedeutung von Kunst und Kultur geht.

Qualitätsentwicklung bleibt Aufgabe der Kulturpolitik und der nichtökonomisch motivierten kulturellen Öffentlichkeit: Auch Adorno beharrt darauf, dass in der Kunst Entwicklung und Entfaltung sich manifestieren: »Während die gesellschaftliche Gesamtverfassung formale Gleichheit der Rechte garantiert, konserviert sie stets noch das Bildungsprivileg und gewährt die Möglichkeit differenzierter und fortgeschrittener geistiger Erfahrung nur wenigen. Die Binsenweisheit, dass der Fortschritt geistiger Dinge, zumal in der Kunst, zunächst gegen die Majorität sich anbahnt, erlaubt es den tödlichen Feinden allen Fortschritts, sich hinter jene zu verschanzen, die, gewiss ohne ihre Schuld, ausgeschlossen sind vom lebendigen Ausdruck ihrer eigenen Sache.« (Adorno 1980: 133) Eine solche Unterscheidung ist kein Privileg der »Kritischen Theorie«; bei jedem Wertkonservativen wird man ähnliche Ansprüche wieder finden können.

Qualitätsentwicklung hat somit auch etwas zu tun mit der Entwicklung der Milieus der Rezeption. Künste und Kultureinrichtungen entwickeln enge Beziehungen zu ihrem Publikum. Diese sind nicht ohne Einfluss auf den Charakter und die Ausprägung der Produkte. Sie entwickeln spezifische Formen und Qualitätsmaßstäbe, die ein Allgemein-Schönes, eine universale Ästhetik enthalten mögen, aber nicht deckungsgleich damit sind: Die historische Ausprägung ist immer auch eine soziale (gesellschaftliche).

Das bedeutet eine Auffächerung des Feldes in unterschiedlichste Milieus, in denen Kulturprozesse stattfinden und die nicht immer gleichgerichtet auf diese einwirken. *Eine* Form von vielen, unter der dies stattfindet, ist das »selbstreferentielle System« mit einer Tendenz zur Hermetisierung, derzeit über Sponsoring (einer spezifischen Form der Beziehung Künste-Publikum) am ehesten verknüpft mit Finanz- und Bildungseliten, denn diese kaufkraftstarken Milieus sind kulturwirtschaftlich sehr interessant, aber nicht unbedingt auch kulturpolitisch.

Auch die Förderung der Nachfrage kann Inhalt von Förderpolitik sein. Nachfrageförderung muss sich daher auf die Pflege und Förderung relevanter kultureller Milieus beziehen. Kunst entsteht in der Gesellschaft und nicht im Atelier. Künste und Kultureinrichtungen entwickeln enge Beziehungen zu ihrem Publikum, die nicht ohne Einfluss auf den Charakter und die Ausprägung der Produkte sind.

Negative gesellschaftliche Folgen

Nicht alles, was unter Kreativwirtschaft firmiert, ist wünschenswert. Zu beachten ist die kulturpolitische Dimension, wie sie sich aus dem zitierten Doppelcharakter kultureller Güter als Träger von Ideen und Wertvorstellungen einerseits, als auf Märkten gehandelte Waren andererseits ergeben. Nachfrage ist nicht gleich Nachfrage, darauf hat die Debatte um die Spiele-Industrie aufmerksam gemacht: Ge-

nauso wenig wie die Nachfrage nach Porno-Produkten ist auch die nach gewaltverherrlichenden Videos, sosehr sie auch der Kreativwirtschaft nutzen, fördernswert.

Gerade wegen des rasanten Wachstums der Kulturwirtschaft in den Prosperitätsgesellschaften und der Rolle ihrer Produkte für das soziale Selbstverständnis im Zusammenhang mit der Pluralität von Lebensstilorientierungen und der Orientierung des prosperierenden konsumierenden Publikums auf »Erlebnis« und »Event« ist auch ihre gesellschaftliche Rolle zu diskutieren und zu thematisieren – freilich ohne dabei in den Jargon und die Attitüden der Kulturkritik zu verfallen. Die sozialen und ökologischen Folgen der ständigen Suche nach Distinktionsgewinnen und der Beschleunigung des modischen Verschleißes, wie sie mit der Diskussion um Konsumstile und Nachhaltigkeit sichtbar werden, gehören dazu. Nicht zuletzt im Kontext von Klimawandel, nachhaltiger Entwicklung, internationaler Gerechtigkeit wird dies wichtig. Diese Probleme dürfen nicht vergessen werden, wenn es um kulturpolitische Strategien für Kultur- und Kreativitätswirtschaft geht.

Eine paradoxe Intervention: Künstler als Prekariatsavantgarde oder als Konsumavantgarde?

Verbunden mit der Diskussion um Kultur- und Kreativwirtschaft ist eine neue Definition des Künstlertums und seiner Rolle. Adrienne Goehler zum Beispiel benennt einen Aspekt der Marktorientierung des Kulturlebens, wenn sie behauptet: Künstler sind Avantgarde, sie »waren immer schon Unternehmer ihrer selbst. Von ihnen kann man auch lernen, die Prekarität auszuhalten.« (Goehler 2006, siehe auch »Kreativität ist der Rohstoff der Zukunft« (Interview), in: *tageszeitung*, 7.7.2006: 11) Für Robert Misik ist dies eine problematische neue Form, den immer wieder beschworenen Zusammenhang von Kunst und Leben herzustellen. »Die Verallgemeinerung der Künstlerexistenz ist eine Forderung, die aus der ökonomischen Sphäre selbst als Imperativ an alle und jeden herangetragen wird.« (Misik 2006 a, vgl. Boltanski/Chiapello 2006) Die klassische Idee der »Einheit von Kunst und Leben« wird auf den Kopf gestellt, Wilhelm Meister hat sich seinem Kaufmannsbruder unterworfen. »Vom utopischen *Surplus* der Kunst bleibt dann freilich nicht mehr viel. ... Wenn sich die Wirtschaft die Kunst krallt, dann fehlt der Gesellschaft etwas.« (Misik 2006 a)

Es ist nicht neu, dass Künstler sich vermarkten. Aber die Penetranz, mit der dies heute von ihnen eingefordert wird, gab es früher nicht. Es mutet dies fast wie eine »paradoxe Intervention« an: Je mehr Künstler zur »modellhaften Figur des Wirtschaftslebens« (Menger 2006, vgl. Misik 2006 b: 20), je mehr Kunst und Kultur primär als Wirtschaftsfaktor betrachtet werden, desto größer wird die Wahrscheinlichkeit, dass sich irgendwann eine potente Opposition im Kulturbereich entwickelt, von der die »Autonomie« der Künste eingeklagt wird. Künstler werden sich dank ihrer intrinsischen Motivation in ihrem Selbstverständnis missverstanden fühlen, wenn ihre Tätigkeit nur unter dem Aspekt der Wertschöpfung betrachtet wird.

Nicht wünschenswert ist freilich gerate heutzutage eine Reaktion, wie sie Künstler wie Stefan George von mehr als hundert Jahren praktizierten: Der »elfenbeinerne Turm der Schönheit«, Kunst um der Kunst willen als Revolte gegen die bürgerliche Vereinnahmung der Kunst, kann nicht erstrebenswert sein.

Literatur

Adorno, Theodor W. (1980): »Kultur und Verwaltung«, in: ders.: *Gesammelte Schriften* 8, Frankfurt am Main, S. 122–146

Boltanski, Luc/Chiapello, Ève (2006): *Der neue Geist des Kapitalismus*, Konstanz: UVK Verlag

Bücher, Karl (1906): »Das Zeitungswesen«, in: *Die allgemeinen Grundlagen der Kultur der Gegenwart*, Berlin/Leipzig: B. G. Teubner, S. 481–517

Bücher, Karl (1913): »Die Anfänge des Zeitungswesens«, in: ders.: *Die Entstehung der Volkswirtschaft*, Tübingen: Laupp, S. 219–250

Bücher, Karl (1925 a): »Die Hausindustrie auf dem Weihnachtsmarkte«, in: ders.: *Die Entstehung der Volkswirtschaft: Vorträge und Aufsätze. Zweite Sammlung,* Tübingen: Laupp, S. 161–194

Bücher, Karl (1925 b): »Die wirtschaftliche Reklame«, in: ders.: *Die Entstehung der Volkswirtschaft: Vorträge und Aufsätze. Zweite Sammlung,* Tübingen: Laupp, S. 293–322

Bücher, Karl (1925 c): »Ein Ausschnitt aus der Gewerbegeschichte«, in: ders.: *Die Entstehung der Volkswirtschaft: Vorträge und Aufsätze. Zweite Sammlung*, Tübingen: Laupp, S. 119–160

Buess, Claudia (2005): »Kulturelle Vielfalt unter Globalisierungsdruck«, in: *Zeitschrift Entwicklungspolitik*, Heft 9/2005, S. 28–31

Corino, Karl (Hrsg.) (1987): *Genie und Geld. Vom Auskommen deutscher Schriftsteller.* Nördlingen: F. Greno (Krater Bibliothek)

Deutsche Unesco-Kommission (2005): *Argumente zum Arbeitsprozess an einem UNESCO-Abkommen zum Schutz kultureller Vielfalt*, Bonn, 13.1.05 (Ms.)

Deutscher Bundestag (Hrsg.) (2008): *Kultur in Deutschland. Schlussbericht der Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland« des Deutschen Bundestages*, Regensburg: Conbrio Verlag

Goehler, Adrienne (2006): *Verflüssigungen: Wege und Umwege vom Sozialstaat zur Kulturgesellschaft*, Frankfurt am Main/New York: Campus

Graw, Isabelle (2006): »Der neue Glaube. Welche Bedeutung der Markt für die Kultur hat«, in: *Frankfurter Rundschau*, 19.1.2006

Haselbach, Dieter (2007): »Kulturwirtschaft«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV/2007), S. 32–36

Kindermann, Carl (1903): *Volkswirtschaft und Kunst*, Jena: G. Fischer

Kramer, Dieter (1975): *Freizeit und Reproduktion der Arbeitskraft*, Köln: Pahl-Rugenstein

Kramer, Dieter (1999): »Freizeit«, in: Haugg, Wolfgang Fritz: *Historisch-Kritisches Wörterbuch des Marxismus*, Band 4, Berlin: Argument-Verlag, Sp. 967–979

Menger, Pierre-Michel (2006): *Kunst und Brot. Die Metamorphosen des Arbeitnehmers*. Konstanz: UVK-Verlag

Misik, Robert (2006 a): »Die Kulturgesellschaft und der neue Geist des Kapitalismus«, in: *tageszeitung*, 2.5.2006

Misik, Robert (2006 b): »Kreativität ist der Rohstoff der Zukunft. Interview«, in: *tageszeitung,* 7.7.2006

Misik, Robert (2006 c): »Ausweitung der Freiheitszone«, in: *tageszeitung* , 5./6. August

Otto, Hans Joachim (2007): »Einführung zur 3. Jahrestagung Kulturwirtschaft«, in: *Kultur und Kreativität als neue Wirtschaftsformen. Jahrbuch Kulturwirtschaft 2006*, Potsdam/Berlin: Friedrich-Naumann-Stiftung

Rossmeissl, Dieter (2007): »Herausforderung Kulturwirtschaft – kulturpolitische Antworten und Strategien«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV/2007), S. 42–43

Schiller, Friedrich (1793/2004): »Über die ästhetische Erziehung des Menschen«, 6. Brief, in: *Sämtliche Werke , Band 5, München: Deutscher Taschenbuchverlag, S. 42–43*

Söndermann, Michael (2007): »Kulturwirtschaft«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 116 (I/2007), S. 64–67

Sternberg, Thomas (2007): »Wenn alle Kreativität Kultur wird, verschwindet die Kunst«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV/2007), S. 51

Stüdemann, Jörg (2007): »Die Kreativwirtschaft ist keine Kulturwirtschaft – oder?«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV/2007), S. 48–49

Timm, Elisabeth (2001): *Ausgrenzung mit Stil. Über den heutigen Umgang mit Benimmregeln*, Münster: Westfälisches Dampfboot

Wagner, Bernd (2007): »Kultur. Politik. Wirtschaft«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV/2007); S. 45–46

Rita Pawelski

Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft

Zusammenspiel mit Augenmaß zwischen Kultur- und Wirtschaftspolitik

»Kultur ist keine Zutat, Kultur ist der Sauerstoff einer Nation.« Diese Worte des Theatermannes August Everding machen deutlich: Ohne Kultur ist unsere Gesellschaft nicht denkbar – sie ist ihr Fundament! Sie beeinflusst unser Leben. Sie ist ein Mittel zur Orientierung und Identitätsbildung. In ihr sind Tradition, Erinnerung und Zukunft aufgehoben. Sie prägt das System von Werten und Normen, auf das unsere Gesellschaft aufbaut. Kultur beeinflusst gesellschaftliche Veränderungen. Und sie ist ein bedeutender Wirtschafts- und Standortfaktor.

Rund um die Kultur hat sich ein eigenständiger Wirtschaftszweig gebildet – die Kultur- und Kreativwirtschaft. Sie ist so vielfältig und bunt wie die Kultur selbst: Zu ihr zählen das Verlagsgewerbe, die Filmwirtschaft, die Rundfunk- und Fernsehwirtschaft, darstellende und bildende Künste, Literatur, Musik, Journalisten- und Nachrichtenbüros, der Buch- und Zeitschrifteneinzelhandel, Museen und Kunstausstellungen, Architektur, die Designwirtschaft, der Werbemarkt sowie die Software- und Computerspieleindustrie (Arbeitskreis Kulturstatistik 2006).

Wirtschaftliche und beschäftigungspolitische Bedeutung

Die Bruttowertschöpfung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland beträgt etwa 58 Milliarden Euro beziehungsweise 2,6 Prozent des Bruttoinlandprodukts (BIP). Damit liegt sie zwischen der Chemischen Industrie (46 Mrd. Euro, 2,1 Prozent des BIP) und der Autobranche (64 Mrd. Euro, 2,9 Prozent des BIP) (Arbeitskreis Kulturstatistik 2006).

Auf der Ebene der Europäischen Union lag der Jahresumsatz des kulturellen und kreativen Sektors im Jahr 2003 bei über 654 Milliarden Euro beziehungsweise 2,6 Prozent des europäischen BIP. Der Gesamtzuwachs durch die Wertschöpfung des Kultur- und Kreativwirtschaftssektors belief sich in der EU zwischen 1999 und 2003 auf 19,7 Prozent. Das sind 12,3 Prozentpunkte mehr als das allgemeine europäische Wirtschaftswachstum im selben Zeitraum vorweisen konnte (Europäische Kommission 2006). Diese Daten sind beeindruckend.

Darüber hinaus ist die Kultur- und Kreativwirtschaft für immer mehr Menschen zur Erwerbsquelle geworden: Zwischen 1995 und 2000 wurde in Deutschland ein Beschäftigungszuwachs von rund 20 Prozent verzeichnet – die Beschäftigung in der Gesamtwirtschaft wuchs im gleichen Zeitraum nur um zwei Prozent. Insgesamt existieren im Kultursektor mit 815 000 Beschäftigten mehr Arbeitsplätze (Söndermann 2005: 467) als im Kreditgewerbe (786 000) und fast ebenso viele wie im Fahrzeugbau (939 000). Innerhalb der EU sind 5,8 Millionen Menschen in der Kultur- und Kreativwirtschaft tätig, was 3,1 Prozent aller Beschäftigten entspricht. Während die Gesamtbeschäftigung in der Europäischen Union zwischen 2002 und 2004 abnahm, legte die Beschäftigung im kulturellen und kreativen Sektor um 1,85 Prozent zu (Europäische Kommission 2006).

Die Erwerbstätigkeit im Kultursektor ist nicht festgelegt auf den öffentlich finanzierten Kulturbetrieb. Vielmehr können viele Künstler- und Kulturberufe schon lange nur dadurch existieren, dass sie sowohl im öffentlichen, im gemeinnützigen sowie auch im privatwirtschaftlichen Kulturbetrieb Arbeit finden. »Während der öffentliche Kulturbetrieb bis zum Beginn der neunziger Jahre in der alten Bundesrepublik der wichtigste Arbeitgeber für die Kulturberufe war ..., hat sich der Trend hin zu privatwirtschaftlichen Branchen und zur Freiberuflichkeit verschoben.« (Söndermann 2006: 9 f.) Wer von seiner künstlerischen und kreativen Arbeit leben will, wird zum Freiberufler und Selbständigen: Von den rund 815 000 Gesamtbeschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft ist das heute rund ein Viertel – in der Gesamtwirtschaft liegt diese Quote bei zehn Prozent.

Diese zahlreichen Freiberufler und Kleinunternehmen sind die Triebfedern der Kultur- und Kreativwirtschaft: Sie erzeugen – oft auf experimentelle Weise – Kultur. Sie nehmen kulturelle Trends auf und entwickeln Prototypen der Kultur- und Kreativproduktion. Sie können schnell und flexibel auf die Bedürfnisse des Marktes reagieren. Gleichzeitig sind sie Impulsgeber für Innovationen in anderen Wirtschaftsbereichen.

Doppelcharakter von Kulturgütern Rechnung tragen

Obwohl sich zwischen Kultur und Wirtschaft enge Wechselbeziehungen entwickelt haben, ist das Verhältnis schwierig und von Bedenken geprägt: »Wenn wirtschaftliche Aspekte in den Vordergrund treten, können die kulturpolitischen Motive vernachlässigt werden, deretwegen Kunst und Kultur als öffentliche Güter gefördert werden. Andererseits können die wirtschaftlichen Aspekte aus dem

Blick geraten, wenn ein zu enges Kulturverständnis vorliegt, nach dem Kunst und Kultur für sich in Anspruch nehmen, allein künstlerischen Werten beziehungsweise ästhetischen Maßstäben zu folgen und ökonomische Aspekte ihnen fremd seien.« (Deutscher Bundestag 2007: 333)

Eine Politik für die Kultur- und Kreativwirtschaft muss deshalb dem Doppelcharakter von Kulturgütern Rechnung tragen: Diese sind zum einen Träger von Ideen und Wertvorstellungen, und zum anderen Wirtschaftsgüter, die auf Märkten gehandelt werden. Kultur und Wirtschaft sind kein Gegensatzpaar. Im Gegenteil: Mit Kultur lässt sich Geld verdienen, und mit Geld lässt sich Kultur machen.

Maßnahmen zur Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft

Da die Kultur- und Kreativwirtschaft auf den Potenzialen gewachsener Kulturlandschaften aufbaut und auf diese innovativ zurückwirkt, muss sie nicht nur ein Anliegen der Wirtschaftspolitik sein, die spezifische rechtliche und infrastrukturelle Rahmenbedingungen schafft. Sie setzt auch eine aktive Kulturpolitik und öffentliche Kulturförderung voraus (Deutscher Städtetag, zitiert nach Söndermann 2006: 12 f.).

Die Herausforderung für die Kulturpolitik besteht darin, Kunst und Kultur vor einer vollständigen Ökonomisierung zu schützen und gleichzeitig die engen Wechselbeziehungen zwischen Kultur und Wirtschaft nicht aus dem Auge zu verlieren. Kulturpolitik hat die Kultur- und Kreativwirtschaft zu integrieren und im engen Zusammenspiel mit der Wirtschaftspolitik eine Strategie zu ihrer weiteren Stärkung zu entwickeln. Ziel ist es, kulturpolitische mit wirtschaftspolitischen Zielen zu kombinieren.

Auf Bundes- und Landesebene müssen dabei vor allem wirtschaftspolitische Instrumente, Förderprogramme und Beratungsangebote entwickelt werden, die auf die Bedürfnisse der Kultur- und Kreativwirtschaft zugeschnitten sind. Dazu gehört auch die Schaffung von Finanzierungsmöglichkeiten, die den Klein- und Kleinstunternehmen offen stehen. Bisher ist für sie der Zugang zu finanziellen Mitteln schwierig: Oftmals sind sie von ihnen abgeschnitten, weil ihr zumeist geringer Finanzbedarf für Banken nicht attraktiv ist oder weil sie kaum Sicherheiten bieten können und ihre Marktentwicklung schwierig einzuschätzen ist.

Um über die Kultur- und Kreativwirtschaft als Faktor für Wirtschaftswachstum, Innovation und Arbeitsplätze zu informieren sowie die Stärken, Schwächen und Potenziale herauszustellen, sollte regelmäßig ein bundeseinheitlicher Bericht vorgelegt werden. Auf dieser Grundlage können weitere politische Maßnahmen ergriffen werden. Diesen Weg sind bereits einige Bundesländer und Städte gegangen. In ihren Berichten haben zum Beispiel Berlin, Bremen, Hamburg, Hessen, Sachsen-Anhalt, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachen, Nordrhein-Westfalen und Schleswig-Holstein sowie Köln und Aachen die Kultur- und Kreativwirtschaft erforscht und Schlussfolgerungen gezogen.

Es ist aber auch notwendig, den Dialog zwischen Kultur und Politik weiter zu intensivieren sowie auf Netzwerkbildungen und Kooperationen der Kultur- und

Kreativbranche mit anderen Wirtschaftsbereichen hinzuwirken – zum Beispiel mit der Tourismusbranche. Der Kulturtourismus hat sich in Deutschland zu einem wichtigen Wachstumsmarkt entwickelt, der sich positiv auf den Erhalt von Kulturdenkmälern und die kulturelle Vielfalt auswirkt. Das herausragende Kulturangebot in Deutschland ist ein wichtiger Bestandteil der touristischen Attraktivität unseres Landes. Gleichzeitig brauchen viele Kultureinrichtungen und Kulturangebote wie Museen, Theater, Ausstellungen, Konzerte, Musicals und Festivals auch den Tourismus.

Bisher ist die Zusammenarbeit zwischen Tourismus und Kultur nur ungenügend und noch ausbaufähig. Die *Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland«* stellt dazu fest: »Es mangelt auf Seiten der politischen Entscheidungsträger bislang an Planungen und Förderungen des Tourismussektors und der Kulturlandschaft über Zuständigkeitsgrenzen hinweg. Eine einheitliche, das Gesamtbild beachtende Förderung von Kultur und Tourismus steckt in Deutschland in den Kinderschuhen und erfolgt nur in regional verorteten Einzelfällen. Kooperationen über Stadt- und Regionsgrenzen hinweg sind notwendig. Sie stärken die Gesamtregion und führen zu Synergieeffekten. Durch ein Ensemble von kulturellen Einrichtungen in einer Region steigt die Attraktivität und Vermarktungsfähigkeit auch im touristischen Bereich. Gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit verstärkt die Wahrnehmung.« (Deutscher Bundestag 2007: 357 f.)

Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft für die Kommunen

In den Städten und Regionen bedeutet eine Politik zur Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft eine Politik für mehr Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit. Im Wettbewerb um Investitionen, Ansiedlungen von Unternehmen und qualifizierte Fach- und Führungskräfte spielen eine starke Kultur- und Kreativwirtschaft sowie ein vielfältiges kulturelles Angebot eine immer größere Rolle: »Die gewerbliche Kulturwirtschaft hat für die Städte eine wachsende Bedeutung. … Sie ist ein Wirtschaftsfaktor … Zwischen den öffentlich verantworteten und finanzierten Kultureinrichtungen und einer Vielzahl von Sparten, Berufen und Unternehmen der Kulturwirtschaft gibt es ein intensives Beziehungsgeflecht.« (Deutscher Städtetag, zitiert nach Söndermann 2006: 12 f.)

Die Stadt Aachen hat sich bereits früh mit den Chancen der Kultur- und Kreativwirtschaft beschäftigt und erkannt, dass sie ein eigenständiges Wirtschaftsfeld sowie ein Innovationsmotor für andere Branchen ist. Bereits im Jahr 2004 eröffnete Aachen ein Zentrum für kulturwirtschaftliche Existenzgründungen, das sich mit seinem zukunftsweisenden Beratungskonzept innerhalb kürzester Zeit bei den Kulturschaffenden in und um Aachen etablierte und mittlerweile als Best-Practice-Beispiel überregional und international Aufmerksamkeit erhält. Darüber hinaus hat Aachen mit sechs weiteren europäischen Städten ein Netzwerk (*Economic Cluster of Cultural Enterprises – ECCE*) geschaffen. Ziel ist es, Erfahrungen auf europäischer Ebene auszutauschen und gemeinsam Strategien zur Förderung kleiner und

mittlerer Kultur- und Kreativunternehmen zu entwickeln, die den Bedürfnissen dieses Wirtschaftssektors gerecht werden und geeignet sind, dessen Potenziale zu stärken. Dabei spielt auch die gute Zusammenarbeit zwischen den Akteuren der Kultur- und Wirtschaftspolitik eine besondere Rolle. Zudem hat die Stadt in den Jahren 2005 und 2007 Kulturwirtschaftsberichte erstellt, die die Potenziale der Kulturwirtschaft herausstellen. Diese Berichte leisten einen wertvollen Beitrag zur strategischen Ausrichtung Aachens in diesem Themenfeld (Gründerzentrum Kulturwirtschaft Aachen 2007). Diesem Vorbild sollten auch andere Städte und Regionen in Deutschland folgen.

Schlussbemerkungen

Die Chancen, die die Kultur- und Kreativwirtschaft bietet, sind groß: Sie gibt unserer Gesellschaft nicht nur innovative Entwicklungsimpulse. Sie ist auch ein bedeutender Motor für Wachstum und Beschäftigung. Im Zusammenspiel von Kultur- und Wirtschaftspolitik müssen daher Rahmenbedingungen geschaffen werden, die die Kultur- und Kreativwirtschaft weiter nachhaltig stärken und fördern – denn wie sagte Bundespräsident Horst Köhler: »Unsere Fähigkeiten und unser Wissen, unser Einfallsreichtum und unsere Kreativität sind die wichtigste Ressource, die wir in Deutschland haben.« (Köhler 2006)

Literatur

Arbeitskreis Kulturstatistik (2006): *Materialien der 3. Jahrestagung Kulturwirtschaft in Berlin*, Berlin: Friedrich-Naumann-Stiftung

Deutscher Bundestag (2007): *Schlussbericht der Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland«*, Berlin: Bundestagsdrucksache 16/7000

Europäische Kommission (2006): *The economy of culture in Europe, Executive Summary*, http://ec.europa.eu/culture/eac/sources_info/studies/economy_en.html, (Zugriff: 28. August 2007)

Gründerzentrum Kulturwirtschaft Aachen (2007): *Kulturwirtschaft in Aachen. Potenzial einer Stadt*, Aachen

Köhler, Horst (2006): »Bildung für alle« – Berliner Rede von Bundespräsident Horst Köhler in der Kepler-Oberschule in Berlin-Neukölln, 21. September 2006, http://www.bundespraesident.de/Reden-und-Interviews-,11057.633054/Bildung-fuer-alle-Berliner-Red.htm?global.back=/-%2c11057%2c16/Reden-und-Interviews.htm%3flink%3dbpr _liste, (Zugriff: 11. Februar 2008)

Söndermann, Michael (2005): »Beschäftigung im Kultursektor in Deutschland 2003/2004 – Ergebnisse aus der Kulturstatistik«, in: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.): *Jahrbuch für Kulturpolitik 2005*, Bonn/Essen: Klartext Verlag, S. 459–475

Söndermann, Michael (2006): *Kulturwirtschaft. Das unentdeckte Kapital der Kommunen und Regionen*, Sankt Augustin: Konrad-Adenauer-Stiftung

Monika Griefahn

Kulturwirtschaft und kulturelle Intelligenz

Das Jahr 2007 war durch einen Boom an Debatten zum Thema Kultur- und Kreativwirtschaft geprägt. Es nahm im Kontext der Kulturaktivitäten während der deutschen EU-Ratspräsidentschaft breiten Raum ein, ebenso in der Arbeit der Enquete-Kommission für Kultur in Deutschland. Von der *Evangelischen Akademie Loccum* über Universitäten und Fachhochschulen bis hin zur Soziokultur haben sich wichtige Akteure und Institutionen im Feld der deutschen Kultur, Kulturwissenschaft und Kulturpolitik dem Thema zugewandt. Vorerst ist kein Erlahmen des Interesses zu verzeichnen. Es gibt gute Gründe, daran zu arbeiten, dass das so bleibt.

Das Beispiel Nordrhein-Westfalen zeigt deutlich den engen Zusammenhang zwischen kulturwirtschaftlichem Pioniergeist und der Nutzung von Chancen für den erfolgreichen Übergang von der Industrie- zur Wissensgesellschaft. Ohne die mutige Entscheidung der damaligen Ministerpräsidenten Raue und Clement, Nordrhein-Westfalen zu einem Kultur- und Medienstandort zu entwickeln, wäre für Nordrhein-Westfalen das Zechensterben nicht zu verkraften gewesen. Die nun – in Jahren – erreichte Verknüpfung von kulturgeprägter Standortentwicklung, modernen Kommunikationstechnologien, Public Private Partnerships, betriebswirtschaftlich vernünftig organisierten Kulturbetrieben und kultureller Bildung birgt eine Verheißung, der sich auch europäische Instanzen nicht entziehen konnten. Es ist kein Zufall, dass das Ruhrgebiet Europäische Kulturhauptstadt 2010 sein wird. Die Fragen, die dennoch übrig bleiben, sind keine der professionellen Details.

In der Veranstaltung der *SPD*-Fraktion zum Bericht der *Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland«* stellte ein Teilnehmer fest, er vermisse in diesem Bericht Auskünfte darüber, wie Kultur und Kulturpolitik zur Lösung der großen gesellschaftlichen Herausforderungen beitragen können und wollen.

Genau das ist der Anspruch, dem sich Kulturpolitiker auch im Blick auf Kulturwirtschaft zu stellen haben. Die bisherige Debatte über das Thema verbleibt

mit Stichworten wie »Beschäftigungspotenziale«, »Wachstum«, »globale Märkte«, »Umwegerentabilität« oder »Wertschöpfung« und vor allem im Schatten der Lissabon-Strategie zu stark dem eng Ökonomischen verhaftet. Verständigungen über mögliche Beiträge der Kulturwirtschaft für die Lösung von Zukunftsaufgaben greifen zu langsam Raum. Das wird – zu Recht – oft und auch heftig kritisiert.

Fehlstelle Nachhaltigkeit

Inzwischen ist es eine Binsenweisheit, dass die Zukunft der Menschheit von ihrem vernünftigen Umgang mit Energie und Rohstoffen abhängt. Dabei geht es nicht darum, Wirtschaftswachstum zu minimieren, sondern es auf dem Weg der Schaffung von Rohstoffkreisläufen zu erhöhen. Das bedeutet eine tiefgreifende Änderung unserer Produktions- und Konsumtionsweisen. Abgesehen von den kulturellen Anstrengungen, die zur Herausbildung der entsprechenden Wahrnehmungs-, Bewertungs- und Handlungsmuster nötig sind, könnten mit einer intelligenten und intelligent geförderten Kulturwirtschaft sehr wichtige neue Entwicklungen auf den Weg gebracht beziehungsweise beschleunigt werden.

Moderne Produkte der Kulturwirtschaft wie Träger von digitalisiertem Bild und Ton zeigen geradezu prototypisch, worum es insgesamt geht: Immer neue Gebrauchswerte unter Verwendung der immer gleichen Materialien herzustellen. Die anzustrebenden »geschlossenen Stoffkreisläufe« mit ihren dazugehörigen Rücknahme und Wiederverwendungssystemen bedeuten nichts anderes, als dass nicht mehr vordergründig mit den Stoffen und Materialien gehandelt wird, sondern mit der in ihnen enthaltenen Intelligenz und Kreativität, die den Gebrauchswert ermöglichen. Daraus wird absehbar folgen, dass die Fragen von Urheberrechten weit über Kultur- und Kunstprodukte hinaus Relevanz erhalten. Allein hier besitzt die Kulturwirtschaft ein Innovationspotenzial, das bislang noch nicht einmal als Fragezeichen in der Debatte aufgetaucht ist.

Eine Voraussetzung für den dringend nötigen Übergang zu geschlossenen Stoffkreisläufen besteht darin, dass Produkte von Anfang an so entworfen und entwickelt werden, dass man sie nach Gebrauch möglichst leicht wieder in ihre Einzelbestandteile zerlegen und diese der Wiederverwendung zuführen kann. In dieser Aufgabe ist eine der Grundfragen aller Kunst enthalten – die nach dem Verhältnis von Inhalt und Form. An der Schnittstelle von Ästhetik und Produktion bestimmt sie den ganzen Bereich des Designs. Bislang wird Design in der Debatte lediglich hin und wieder von Experten als einer unter vielen Bereichen der Kulturwirtschaft genannt. Die gesellschaftlich und strategisch kaum hoch genug zu bewertenden Innovationspotenziale, die von der Kulturwirtschaft ausgehend revolutionierende Impulse für umweltverträgliches Wirtschaftswachstum in der gesamten Industrie auslösen könnten, kommen nicht vor.

Eine Mindestforderung an Kulturwirtschaft müsste eigentlich sein, dass im Blick auf Kulturprodukte als Ziel und Förderungsgrund ein im beschriebenen Sinn innovativer und intelligenter Umgang mit Materialien formuliert wird. Wel-

che Möglichkeiten sich da auftun, soll an einem Beispiel illustriert werden: Bereits im Jahr 2002 wurde in New York mit »Cradle to Cradle« ein völlig neuartiges Buch herausgegeben. Es besteht nicht aus Papier, sondern aus einem Kunststoff mit den Eigenschaften höchster Papierqualität. Die Druckfarbe hält Wärme, Kälte, Sand und Badewasser aus, lässt sich industriell dennoch ziemlich leicht abwaschen und anschließend wieder verwenden, ebenso, wie sich der Kunststoff beliebig oft wieder bedrucken lässt. Man braucht nicht viel Fantasie, um sich vorzustellen, welche revolutionär positiven Folgen für die Wälder der Erde und für das Klima zu Buche schlügen, wenn es gelänge, nicht nur Bücher, sondern Tageszeitungen, Werbematerialien usw. mit diesem neuen Verfahren herzustellen. Dazu müssten allerdings nicht nur in großem Umfang die neuen Technologien eingeführt, sondern auch nach dem Kreislaufprinzip funktionierende intelligente Vertriebssysteme entwickelt werden. In diesem Licht wird deutlich, welche Dimension sich hinter der Forderung der *Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland«* verbirgt, dass die Kultur die Berührungsängste gegenüber der Wirtschaft aufgibt. Sie darf sich dabei nur nicht im Dickicht betriebswirtschaftlicher Erwägungen, quantitativer Wachstumsparameter oder kurzsichtigen globalen Wettrennens um Märkte verlieren. Vielmehr muss sie sich zwingend der gesellschaftlichen Herausforderung des Übergangs zu innovativen Formen qualitativ neuartigen, umwelt- und gesundheitsverträglichen Wachstums annehmen und sie zu ihrem Anliegen machen.

Menschen statt Konsumenten

Es ist unbestreitbar wichtig, dass die Beschäftigungspotenziale der Kulturwirtschaft genutzt werden, dass Kulturproduzenten ebenso wie jeder andere von ihrer Arbeit leben können müssen. Obwohl beides gerade aus sozialdemokratischer Sicht absolut achtbare und erstrebenswerte Ziele sind, wird in den entsprechenden Diskussionen immer wieder ein grundsätzliches Unwohlsein spürbar. Auch dies könnte damit zusammen hängen, dass wir es über weite Strecken eher mit einer ökonomistisch eng geführten als mit einer gesellschaftsstrategischen Hinwendung zum Thema zu tun haben. Sehen wir uns zum Beispiel das Kapitel Kulturwirtschaft im Schlussbericht der *Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland«* an. Wir erhalten dort ein dankenswert profundes Bild von der Entwicklung und Struktur des Sektors. Menschen tauchen darin – dies gilt erst recht für den Kulturwirtschaftsbericht der Europäischen Union – in einem betriebswirtschaftlichen Verständnis als (kreative) Produzenten und als Konsumenten auf, gewissermaßen als vordere und hintere Anhängsel eines eigenlogischen wirtschaftlichen Prozesses. Es wird hier dem verbreiteten Irrtum, soziale Probleme ließen sich am besten strikt wirtschaftlich lösen, nicht widersprochen. Soziale Probleme sind aber gesellschaftliche Probleme, deren Lösungsansätze nur zum Teil in Wirtschaftsmechanismen liegen. Gleichzeitig werden die kulturwirtschaftlichen Effekte nicht bedacht, die aus der Lösung sozialer Probleme folgen könnten.

Die Probleme der sozial unterprivilegierten Schichten sind nur zum geringsten Teil mit mangelndem Erwerb beziehungsweise unzureichendem finanziellem Vermögen beschrieben. Der größere Teil des Problems liegt in der kulturellen Inkompetenz, die sich von Generation zu Generation vererbt. Kulturelle Inkompetenz bedeutet Unfähigkeit zu gesellschaftlicher Kommunikation. Wir wissen: Menschen, die von gesellschaftlicher Kommunikation abgeschnitten sind, reagieren darauf krank – entweder aggressiv mit physischer Gewalt oder depressiv, indem sie sich isolieren und vor Fernsehapparaten, Computerspielen oder Chat-Rooms einsam, dick, krank und traurig werden. Jugendstudien zeugen von immer dramatischeren Entwicklungen. Eine der entscheidenden gesellschaftlichen Herausforderungen unserer Zeit liegt deshalb in massiven Anstrengungen kultureller Bildung. Als Ergebnis kulturwirtschaftlicher Entwicklung auf eine zunehmende Anzahl von Konsumenten zu zielen, greift viel zu kurz. Das Problem ist nicht durch Kulturkonsum zu lösen, sondern durch kulturelle, darunter auch wesentlich künstlerische Aktivität. Es geht darum, dass an die Stelle der oft beschriebenen gesellschaftlich passiven Schichten mit bedrohlichem Gewaltpotenzial kompetente und integrierte Akteure treten. Das wäre dann gleichzeitig Chancengleichheit für alle.

Die Schrittfolge verantwortungsvoller kulturpolitischer Überlegung müsste sein: In der Hauptsache geht es um kulturelle Bildung mit dem Ziel kommunikationstüchtiger, aktiv an den gesellschaftlichen Prozessen beteiligter Menschen. Gewünschte Begleitwirkung ist: Weit über die Belange der Kulturwirtschaft hinaus steigt das Kreativitätspotenzial der gesamten Gesellschaft. (Neue, innovative Technologien können leichter und schneller entwickelt und umgesetzt werden.) Eine Aufgabe von Kulturwirtschaft besteht darin, den nötigen Austausch, die nötige Zirkulation von Produkten und Materialien so effektiv wie möglich zu organisieren. Potenzierte Nachfrage nach Kulturerzeugnissen und Wirtschaftswachstum sind gewünschte Begleiterscheinungen des Prozesses.

Die Elemente dieser Schrittfolge sind in der laufenden Debatte selbstverständlich vertreten. Sie scheinen nur manchmal auf dem Kopf zu stehen.

Kulturwirtschaft und Globalisierung

Immer wieder wird in der kulturwirtschaftlichen Debatte der Eindruck erweckt, es ginge bei dem so erstrebten Wachstum an zentraler Stelle um Exportstrategien und Positionen auf globalen Märkten. Beispielsweise die Essener Erklärung von 2007 »Wandel durch Kulturwirtschaft« (*Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119, IV/2007, S. 56) spricht bereits im zweiten Satz der Präambel vom härter gewordenen internationalen Wettbewerb und bindet in einem ihrer Leitsätze das globale Engagement der Kulturwirtschaft lediglich an den internationalen Markt. Gerade die Kulturwirtschaft sollte aber den Markt nicht als Ding an sich beziehungsweise ausschlaggebendes Ziel sehen, sondern als Mittel zum Zweck.

Es widerspricht den Wertvorstellungen der Sozialdemokratie – darüber gibt es Einvernehmen – Globalisierung als blindwirkende äußere Bedingung zu verstehen,

wo es darauf ankommt, die Nase auf potenziellen Märkten vorn zu haben. Es geht nach unserem Verständnis vielmehr um einen Prozess, den es zu gestalten gilt. Die Hauptziele global verantwortlichen Handelns sehen wir bekanntlich in Frieden, der Lösung der Umweltfragen, in Entwicklungspolitik, in der Minimierung des weltweiten Sozialgefälles und dem Übergang zu einer gerechteren Weltwirtschaft.

Für all dies brauchen wir dringend Kulturaustausch und kulturelle Kooperationen. Beides kann weder durch die öffentlichen Hände allein geschultert werden, noch findet der Kulturaustausch realiter hauptsächlich über den Weg öffentlicher Förderung statt. Gemessen an den weltweit zirkulierenden Filmen, Büchern, Hits, Konzerten usw. nimmt sich der öffentlich geförderte Kulturaustausch marginal aus. Wenn das so ist, dann muss unbedingt über die globale Verantwortung einer europäischen Kulturwirtschaft gesprochen werden, die jetzt auf den globalen Markt drängen will und dafür politische Unterstützung einfordert. Wozu – außer zu Wachstum an sich – soll der globale Markt der Kulturwirtschaft dienen?

Fazit

Die drei Aspekte der kulturellen Bildung, der Nachhaltigkeit und der Globalisierung als Gestaltungsauftrag sollten zeigen: Eine Kulturwirtschaft, die nicht begriffe, dass es im Kern um einen Wandel der Kultur des Wirtschaftens geht, wäre im direkten wie übertragenen Sinn selbst Energieverschwendung – oder, schlimmer noch: fehlgesteuerte Energie.

In diesem Sinne sind wertvolle Anfänge einer gesellschaftlichen Debatte gemacht. Anfänge, die es intensiv zu entwickeln gilt.

Hans-Joachim Otto

Kultur und Kreativität als urbane Ressource

Politische Herausforderung Kultur- und Kreativwirtschaft: Rahmenbedingungen und Fördermaßnahmen

Die Kreative Stadt im Wandel

Die große Bedeutung von Kunst, Kultur und Kreativität in Deutschland hat sich schon immer auch im Bild der deutschen Städte und Gemeinden widergespiegelt. Waren es im 18. und 19. Jahrhundert die repräsentativen Bauten der Fürsten und später des Bürgertums, die das kulturelle Bild der Stadt mit den vielen noch immer erhaltenen oder wiederaufgebauten Stadt- und Staatstheatern, Museen und Schlössern prägten, so kamen am Anfang des 20. Jahrhunderts vor allem in den großen deutschen Städten die privat betriebenen Revuetheater und Varietés hinzu. Nach dem zweiten Weltkrieg wurde dieses Bild dann in den 1970er und 1980er Jahren um die vielen Kulturwerkstätten, soziokulturellen Zentren und Kunstinterventionen im öffentlichen Raum ergänzt und radikal verändert. Doch auch seit jenen Jahren haben sich unsere Städte lebendig weiterentwickelt und spätestens seit der Jahrtausendwende sprießen in vielen deutschen Städten zunehmend Kulturagenturen, Designbüros und andere vor allem kultur- und kreativwirtschaftlich geprägte Unternehmungen empor.

Die Metropole und Bundeshauptstadt Berlin scheint hier momentan eine Vorreiterposition einzunehmen. Das Flair bundesweit bekannter Stadtteile wie Mitte, Prenzlauer Berg und Friedrichshain ist von diesen neuen Kulturunternehmen stark geprägt. Allerorts sind in leerstehende Ladengeschäfte und auf ehemaligen Fabrikgeländen Galerien, Modedesigner, Kulturvermittlungsagenturen, Internetmagazine und Schreibwerkstätten eingezogen. Diese Bewegung führt zu einer Revitalisierung ganzer Stadtteile, die zuvor eher grau und trist waren. Die so genannten »Kreativen« und »Kulturschaffenden« dominieren jetzt das Bild dieser

Stadtteile sowohl in der Wirklichkeit in den Berliner Straßen und »Kiezen« als auch in den Köpfen der Menschen in der gesamten Republik. Neben Berlin sind ähnliche Entwicklungen auch in Städten wie Köln, Frankfurt oder Leipzig deutlich spür- und wahrnehmbar.

In diesen Städten sind Kreativität und Wissen die zukunftsfähigsten und damit auch schon heute bedeutendsten Ressourcen. Das künstlerische Milieu wirkt anziehend und ansteckend. Die kreative, pulsierende Stadt ist attraktiv sowohl als Arbeits- wie auch als Lebensort und ein Magnet für Touristen aus aller Welt. Kultur und Kreativität sind auch Lebens- und Wirtschaftsfaktoren, schaffen Wohlstand und Stabilität, stiften Gemeinschaftssinn und Identität, fördern Kommunikation und das friedliche Zusammenleben der Menschen. Doch damit diese begrüßenswerte Entwicklung weiter prosperiert, gilt es, die geeigneten makro- und mikropolitischen Weichenstellungen vorzunehmen, um die besten Rahmenbedingungen für die kreative Szene zu schaffen. Denn trotz des umfassend positiven Images der kreativen Stadt birgt die alltägliche Realität dieser Entwicklung neben ihren vielen Chancen und aussichtsreichen Perspektiven auch einige Herausforderungen in sich. Die Politik steht hier in der Verantwortung.

Rechtliche, finanzielle und soziale Rahmenbedingungen

Kreativität ist die wichtigste Ressource der künstlerisch und kreativ Tätigen. Dies bedeutet, dass die Idee und das aus ihr erschaffene gestalterische und/oder künstlerische Werk eines besonderen Schutzes bedürfen. Erst ein wirksamer Schutz der intellektuellen und kreativen Leistungen durch das Urheberrecht schafft die notwendigen Anreize für kreative und künstlerische Tätigkeiten und für Investitionen in deren wirtschaftliche Verwertung. Das geistige Eigentum muss daher ebenso gut geschützt sein wie das materielle Eigentum. Gerade in der digitalen Welt muss das Urheberrecht zuverlässig gegen Rechtsverletzer durchsetzbar sein. Die zunehmende Missachtung des Urheberrechts im Internet verursacht nicht nur einen hohen wirtschaftlichen Schaden, sondern ist zugleich eine Bedrohung der kulturellen Vielfalt. Gerade die Kultur- und Kreativwirtschaft benötigt daher ein modernes Urheberrecht, das fortlaufend weiterentwickelt wird. So benötigen wir in naher Zukunft einen »Dritten Korb« zur Regelung des Urheberrechts in der Informationsgesellschaft.

Ist die Garantie des Schutzes des geistigen Eigentums eine wesentliche Voraussetzung für die wirtschaftliche Nutzung der eigenen Kreativität, so spielt auch der Zugang zu geeigneten Finanzierungsinstrumenten eine entscheidende Rolle für den Erfolg von künstlerischen und kreativen Unternehmungen. Insbesondere für die kreative Stadt sind die Kleinst- und Kleinunternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft von hoher Bedeutung. Für diese ist es im Vergleich zu Großunternehmen wie Musikverlagen und TV-Sendern erheblich schwieriger, eine Finanzierung für ihre Vorhaben und Projekte sicherzustellen. Wir brauchen daher innovative Finanzierungsinstrumente für die Kultur- und Kreativwirtschaft, die auf die spe-

ziellen Bedürfnisse und in diesem Zusammenhang insbesondere auf die vielfach nicht vorhandene materielle, sehr wohl jedoch immaterielle Kapitalausstattung von Unternehmen des Kultur- und Kreativsektors abgestimmt sind. Dies können beispielsweise »Mini-Kredite« wie auch »Venture Capital Fonds« nach britischem Vorbild sein. Auch gilt es, die Eigenkapitalvorschriften von »Basel II« im Hinblick auf ungünstige Auswirkungen auf die Kreditvergabe für Projekte der Kultur- und Kreativwirtschaft zu überprüfen. Des Weiteren sollten auch die Finanzierungsinstrumente der *Europäischen Investitionsbank* und des *Europäischen Investitionsfonds* bestmöglich für die Kultur- und Kreativwirtschaft eingesetzt werden. Auch in der Kultur- und Kreativbranche ist eine solide Finanzierung die Basis für eine erfolgreiche wirtschaftliche Tätigkeit. Dass hier ein besonderer Handlungsbedarf vorliegt, zeigt die Tatsache, dass die Ertragskraft der deutschen Kreativwirtschaft seit dem Jahr 2000 um etwa zehn Prozent gesunken ist.

Neben der Finanzierung der kreativen und kulturellen Projekte und Unternehmungen ist aber auch die finanzielle und soziale Sicherung der Kultur- und Kreativschaffenden selbst von großem Belang. Dies ist insbesondere vor dem Hintergrund der hohen Zahl von Selbständigen in dieser Branche äußerst relevant. Die vorhandenen Instrumentarien zur Absicherung der sozialen Situation der Kunst- und Kulturschaffenden müssen auch in Zukunft optimal eingesetzt werden. Hierzu gehört einerseits ein klares Bekenntnis zur Künstlersozialversicherung wie andererseits auch zu den Künstlerdiensten der Arbeitsagenturen. Die Künstlersozialversicherung ist die Grundlage der sozialen Sicherung von Künstlerinnen und Künstlern. Die gemeinsame Finanzierung dieser Grundsicherung durch die Versicherten, die Verwerter und den Bund trägt den besonderen Arbeitsbedingungen von Künstlern, Autoren, Graphikern usw. Rechnung. Die Künstlersozialversicherung gilt es daher in ihrer Finanzierung nachhaltig zu sichern und gemäß den aktuellen sozialen Entwicklungen kontinuierlich weiterzuentwickeln. Auch die Künstlerdienste der Arbeitsagenturen müssen so weit wie möglich aufrecht erhalten werden, da sie bedeutende Netzwerk- und Vermittlungsfunktionen – auch in den Ballungsräumen – wahrnehmen.

Standort-, Struktur- und Fördermaßnahmen

Neben diesen makropolitischen Überlegungen spielen für die Kultur- und Kreativwirtschaft aber auch die unmittelbaren Rahmenbedingungen in den Städten und Gemeinden eine wichtige Rolle. So ist zu beobachten, dass sich die eingangs beschriebenen Entwicklungen oftmals um bestimmte zentrale Institutionen herum gruppieren. Zu diesen Kristallisationspunkten gehören dabei auch öffentliche Einrichtungen wie beispielsweise in Berlin das *Museum für Gegenwart* in den Räumen des *Hamburger Bahnhofs*, wo sich derzeit in der unmittelbaren Nähe zum Berliner Hauptbahnhof die Entwicklung eines neuen Galerienviertels abzeichnet. Gerade die hervorragende verkehrstechnische Anbindung ist nicht zu unterschätzen für eine nachhaltige Entwicklung, vor allem wenn man dabei auch kulturtou-

ristische Aspekte im Auge behält. Ebenso hat insbesondere für computer- und internetbasierte Kultur- und Kreativunternehmen die Anbindung an Hochgeschwindigkeitsnetze eine große Bedeutung, die heutzutage in eigentlich allen deutschen Großstädten flächendeckend gewährleistet werden kann. Zudem lockt gerade Berlin weiterhin mit noch vielen ungenutzten und zugleich zentral gelegenen Flächen mit derzeit noch vergleichsweise günstigen Mietpreisen sowie mit insgesamt verhältnismäßig niedrigen Lebenshaltungskosten. Die örtlich vorhandene Infrastruktur hat also einen nicht zu unterschätzenden Einfluss auf die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft einer Stadt. Zugleich muss klar sein, dass neue »Kreativ-Kieze« nicht von der Politik künstlich aus dem Boden gestampft werden können. Die Politik kann jedoch zu ihrer Entfaltung und positiven Entwicklung durch geeignete Maßnahmen wesentliche Impulse setzen.

Als Beispiel für eine konkrete politische Maßnahme kommt unter anderem die gezielte Aktivierung von Liegenschaften in Frage. Neben eigenen Liegenschaften könnten durch den Einsatz der öffentlichen Hand auch über Public-Private-Partnership-Projekte private Objekte zumindest für eine Zwischennutzung aktiviert werden. Noch unmittelbarer kann eine Förderung von kultur- und kreativwirtschaftlichen Geschäftsideen über Gründerzentren erfolgen – entweder im Rahmen der allgemeinen Wirtschaftsförderung oder auch durch speziell auf Kultur- und Kreativunternehmungen ausgerichtete Einrichtungen, wie es beispielsweise das *GründerZentrum Kulturwirtschaft Aachen* vorgemacht hat. Hierbei geht es darum, einen Wissenstransfer zu ermöglichen und Kreative und Kulturschaffende zu einem nachhaltigen wirtschaftlichen Handeln zu befähigen. Ein weiteres gutes Beispiel in diesem Kontext ist das *Business Angels Forum Kultur* in Frankfurt am Main, bei dem Kreativ- und Kulturschaffende mit ihren Produkt- und Geschäftsideen mit potenziellen Investoren (nicht Sponsoren!) zusammengebracht werden. Bei beiden Beispielen handelt es sich um Maßnahmen, die von der Politik vor allem auf kommunaler Ebene aktiv unterstützt und forciert werden können.

Auch der Erhalt der eigenen öffentlichen Institutionen ist von immenser Bedeutung für die nachhaltige Entwicklung von kulturwirtschaftlichen Unternehmungen. Dies hat unlängst das bereits erwähnte Beispiel des *Hamburger Bahnhofes* deutlich gemacht. Durch den Verkauf der Anteile der Bahnimobilientochter *Vivico* an eine private, börsennotierte Investitionsgesellschaft läuft das im *Hamburger Bahnhof* beheimatete *Museum für Gegenwart* Gefahr, seine angestammten Ausstellungsräume zu verlieren, da deren angemietete Räume innerhalb von drei Monaten gekündigt werden können. Eine erzwungene Verlagerung der Räumlichkeiten würde dabei auch die derzeitige Galerienansiedlung in der unmittelbaren Nähe in ihrem Erfolg substantiell gefährdet. Neben einer vernünftigen vertraglichen Absicherung der Nutzungsrechte könnte in diesem Fall auch eine Umwidmung im Flächennutzungsplan in eine primär kulturelle Nutzung den Bestand eines solchen Quartiers sichern.

Schlussbemerkung

Die vorhandenen Entwicklungen sind, wie man sieht, oftmals äußerst fragil. Ziel aller politischen Bemühungen, ob makro- oder mikropolitischer Art, muss also sein, Substanz zu schaffen, Bindungen und Netzwerke zu fördern.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft tickt anders. Deswegen muss sich auch die Politik auf die Suche nach neuen Antworten für diese besondere Branche machen. Die skizzierten Maßnahmen können lediglich ein erster Ansatz sein. Will die Politik mit der rasanten Entwicklung dieses Sektors mithalten und diesem konstruktiv zur Seite stehen, muss sie alte Ressortgrenzen überwinden, um gemeinsam die Herausforderungen zu meistern. Kultur- und Wirtschaftspolitik müssen dabei Hand in Hand gehen. Denn Kultur und Kreativität sind die wichtigsten Ressourcen, die wir besitzen. Sie sind die Zukunft unserer Gesellschaft und bedürfen daher unserer ideellen und materiellen Förderung.

Lothar Bisky

Die Kulturwirtschaft als »Wundertüte«?

Zum Verhältnis von Kultur und Wirtschaft

Kultur- und Kreativwirtschaft ist über Fachkreise hinaus zum Trendthema geworden. In politischen Debatten wird sie als Zukunftsbranche gehandelt. Damit wird der Kulturwirtschaft ihre seit Jahrzehnten wachsende ökonomische, beschäftigungspolitische, soziale, infrastrukturelle, städtebauliche und Kultur prägende Bedeutung attestiert. In der »Wundertüte« Kulturwirtschaft scheint versöhnt, was in unserem Kulturraum über Jahrhunderte als Gegensatz verhandelt wurde – Kultur und Wirtschaft. Fallen Ansprüche an kulturelle Vielfalt und ästhetische Qualität, Freiraum für künstlerischen Eigensinn nun in eins mit Verwertungsinteressen? Ist Kultur aus der Perspektive von Marktstrategen vom weichen zum harten Standortfaktor aufgestiegen?

Die Konfliktlinien verlaufen schon lange nicht mehr nur entlang der ästhetischen Debatten über eine subventionierte Hochkultur auf der einen und eine konfektionierte Kulturindustrie auf der anderen Seite. Die Widersprüche zwischen Kulturlogik und Wirtschaftslogik sind vielschichtiger und das hat Konsequenzen für das Wahrnehmen von politischer Verantwortung für die kulturelle Produktion.

Jenseits der Euphorie gibt es – auch über die parteipolitische Linke hinaus – sehr kritische Stimmen. Während zum einen im Gefolge des Sozialwissenschaftlers Richard Florida die Kreativität als entscheidender Wirtschaftsfaktor der Zukunft gepriesen wird, münden die Gegenthesen, so zum Beispiel in Medien wie der *Zeit*, dem *Freitag*, oder der *Jungen Welt* vertreten, in dem Vorwurf, die Kultur- und Kreativwirtschaft sei letztlich das Versuchsfeld einer veränderten, hochflexiblen, marktradikalen Politik.[1] Als Beleg dafür werden die in der Kulturwirtschaft dominierenden prekären Beschäftigungsverhältnisse, unregelmäßige Arbeitszeiten, kurz-

1 Siehe Rede von Siegmund Ehrmann im Deutschen Bundestag am 24. Oktober 2007, in: *Plenarprotokoll* 16/120, S. 12502–12504. Er belegt hier die Gegenthesen der Kritiker mit einem Zitat von Thomas Wagner aus der *Jungen Welt* vom 5. Mai 2007, das ungekürzt lautet: »Mit dem schillernden Begriff der ›Kreativität‹ werben Exlinke und Grüne für die restlose Zerstörung des Sozialstaates.«

zeitige Anstellungen usw. angeführt. Hingewiesen wird zudem auf die geringen Einkommen der Selbstständigen, die in diesem Feld zu hohem Anteil tätig sind. Das sind zweifellos sehr bedenkenswerte Einwände, die inzwischen auch durch den Bericht der *Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland«* erhärtet wurden. In der Plenardebatte im Bundestag am 24. Oktober 2007 verwies mein Fraktionskollege Diether Dehm auf weitere Gefährdungen durch eine neoliberale und marktradikale Politik. Zum einen ist regionale kulturelle Vielfalt durch international dominierende Konzerne der Unterhaltungsindustrie durchaus bedroht, zum anderen gehören zu den Folgen des »Kaputtkürzens des Sozialstaats« das Bröckeln der kulturellen Infrastruktur: Die Institutionenlandschaft schrumpft – von Bibliotheken bis zur kulturellen Bildung, vom sozialkulturellen Zentrum bis zu Theater und Orchestern. Die öffentlichen Voraussetzungen für das Nachwachsen gut ausgebildeter Künstlerinnen und Künstler sind bedroht. (Siehe Rede von Diether Dehm im Deutschen Bundestag am 24. Oktober 2007, in: *Plenarprotokoll* 16/120, S. 12504–12505)

Künstler und Künstlerinnen haben zum Kulturgipfel der Bundestagsfraktion *Bündnis 90/Die Grünen* am 29. Februar 2008 diese Sorgen deutlich formuliert.[2] Der Schriftsteller Ingo Schulze kleidete die ökonomischen Zwänge des Kulturschaffenden in folgende Frage: »Was bedeutet Gesellschaftskritik, … wenn sich auch meine Kritik in Marktwert (sei es Gewinn, sei es Verlust) umrechnen lässt?« (Schulze 2008: 19)

Kann dies nun für uns heißen, die Finger von der Kulturwirtschaft zu lassen? Nein, im Gegenteil. Gerade weil es ein solches spannungsreiches Verhältnis zwischen Kultur und Wirtschaft wie auch zwischen dem öffentlich geförderten und dem privatwirtschaftlichen Kulturbetrieb gibt, muss Politik eingreifen und einen Rahmen setzen. Nicht nur Kulturpolitik ist Gesellschaftspolitik, auch Wirtschaftslogik ist ohne gesellschaftliche Folgeabschätzungen längst nicht mehr zeitgemäß.

Auf der anderen Seite gilt auch: Kunst entsteht nicht im Elfenbeinturm, sondern in der Gesellschaft und wird von deren Bedingungen geprägt. Kunst ist eine Ware – Künstler sind Warenproduzenten und müssen diese, um ihre Existenz zu sichern, auf dem Markt feilbieten. Und es sind die Bedingungen eines globalisierten Marktes mit zunehmenden Konzentrationsprozessen. Zugleich produzieren Künstler Waren besonderer Art. Der Doppelcharakter kultureller Aktivitäten, Güter und Dienstleistungen – sowohl Träger von Ideen und Wertvorstellungen als auch Ware zu sein – muss zum Ausgangspunkt politischer Konzepte werden, die sich auf eine Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Kulturwirtschaft, der Lage der Beschäftigten, auf eine moderne Ausbildung und wirtschaftliche Stabilität richten.

2 Siehe Zusammenfassung der Kulturgipfels der Bundestagsfraktion *Bündnis 90/Die Grünen* am 29. Februar 2008 in Berlin unter: http://www.gruene-bundestag.de/cms/kultur/dok/223/223187.kultur_politik.html.

DIE LINKE und die Kulturwirtschaft

Wir sind eine neue Partei, die einen gemeinsamen Kulturbegriff erarbeitet, programmatisch und politisch ein modernes Verhältnis von Staat, Markt und Zivilgesellschaft konzipiert und sich darin auch zur Kulturwirtschaft als spezifischem Bereich kultureller Produktion wird verhalten müssen. Zu all diesen Fragen gibt es durchaus kontroverse Positionen, denen eines im Grundverständnis gemeinsam ist: Wir versuchen, soziale und kulturelle Fragestellungen zusammenzubringen, Kulturpolitik gesellschaftspolitisch zu denken. Linke Kultur- und MedienpolitikerInnen haben in den vergangenen Jahren interessante Ansätze herausgearbeitet, öffentliche Debatten inszeniert. In mehreren Kulturforen, zuletzt 2006 in Senftenberg, haben wir uns mit dem Wandel in der Arbeitswelt und der Kultur intensiv auseinandergesetzt.[3]

Öffentliche Förderung bleibt notwendig. Ohne öffentliche Förderung ist kulturelle Vielfalt und sozial gleiche Teilhabe aller am kulturellen Reichtum nicht möglich. Der Markt allein wird es nicht richten, auch im Bereich der Kulturwirtschaft nicht.

Soll die Vielfalt kultureller Ausdrucksformen gesichert bleiben, bedarf es gesetzlicher Regeln zu ihrem Schutz wie auch der öffentlichen Förderung jener Bereiche, die sich allein am Markt nicht halten können. Es bedarf auch weiterhin eines starken öffentlichen Sektors und einer für alle zugänglichen kulturellen Infrastruktur.

Neben den öffentlichen Einrichtungen sichern eine Vielzahl von gemeinnützigen und privaten Initiativen und Projekten ein vielfältiges kulturelles Leben. Auch sie benötigen Förderung – so auch kleine Unternehmen in der Kulturwirtschaft. Auf diesen privatwirtschaftlichen Bereich sollte sich Kulturpolitik ebenfalls beziehen.

DIE LINKE rechnet mit der Ausweitung der Kulturwirtschaft und erhofft sich von der Förderung kleiner und mittlerer Unternehmen positive Effekte insbesondere in jenen Städten und Regionen, die von Deindustrialisierung und Abwanderung betroffen sind. Auf die Potenziale der Regionen im gesellschaftlichen Wandel zu setzen, dazu gehört zweifelsohne die kulturelle Identität, und in die Entwicklung einer vielgestaltigen kulturellen Szene und kleinteiligen Kulturwirtschaft zu investieren, bietet Chancen für eine Zukunft nach den rauchenden Schloten des 19. und 20. Jahrhunderts.

DIE LINKE erkennt die demokratisierenden Tendenzen der industriellen Massenproduktion kultureller Güter und Dienste an. Als Vermittler zwischen kultureller Produktion und Aneignung bedarf der Markt aber einer Regulation, welche die Vormachtstellung der »Großen« in der Kultur- und Medienwirtschaft einschränkt und der Durchsetzung ihrer Profitinteressen im Interesse der Allgemeinheit Grenzen setzt.

3 Siehe Kriese 2006, Mühlberg 2007; weitere Dokumente zur Kulturpolitik der Linkspartei unter: http://archiv2007.sozialisten.de/partei/ strukturen/agigs/skk/dokumente/index.htm

Wir sind dafür, die Kultur- und Kreativwirtschaft als integralen Bestandteil sowohl der Kulturpolitik als auch der Wirtschaftspolitik zu betrachten und sie in Abstimmung mit anderen Politikfeldern wie Stadtentwicklung, Sozialpolitik, Bildungspolitik und Tourismus, zu fördern und zu unterstützen. Die Federführung für das Zusammenspiel der verschiedenen Ressorts sollte unserer Auffassung nach bei der Kulturpolitik liegen, weil es hierbei um kulturelle Prozesse in ihren Verflechtungen mit sozialen und ökonomischen Bedingungen geht.

Was die verschiedenen staatlichen Ebenen betrifft, sehen wir auch den Bund in der Pflicht und keineswegs nur die Länder. Generell halten wir ein Festhalten an der alleinigen Zuständigkeit der Länder für die Kulturförderung angesichts der Globalisierungs- und Konzentrationsprozesse im Kultur- und Medienbereich für anachronistisch. Unstrittig ist die ordnungspolitische Rolle des Bundes. Hier gilt es, bei künftigen Gesetzgebungsverfahren auf günstige, kulturfreundliche Rahmenbedingungen, auf die Beachtung der Besonderheiten der vorwiegend kleinteiligen Kulturwirtschaft und der spezifischen Probleme der Beschäftigten in diesem Bereich hinzuwirken – so zum Beispiel im Urheberrecht, Steuerrecht und bei der Sozialgesetzgebung.

Meine Fraktion begrüßt, dass es nun zu einer Initiative zur Stärkung der Kulturwirtschaft auf Bundesebene kommt. Wir haben dem gemeinsamen Antrag der Koalitionsparteien sowie der *FDP* und der *Grünen* zu diesem Thema in der im Kulturausschuss nochmals deutlich veränderten Fassung im Plenum am 24.10.2007 zugestimmt. (Deutscher Bundestag 2007 a) Wir können ihn in den Grundlinien mittragen – zumal er auch mit den Empfehlungen der Enquete-Kommission zu diesem Bereich korrespondiert.

Wichtig ist, dass die bestehenden Existenzgründerprogramme und Beratungsangebote sowie die Mittelstandspolitik künftig stärker auf die speziellen Anforderungen von Klein- und Kleinstunternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft ausgerichtet werden. Und: Die soziale und wirtschaftliche Situation der Künstler, künstlerisch Kreativen und Kulturschaffenden, die sich gerade in den neuen Bereichen der Kreativwirtschaft überwiegend in prekärer sozialer Situation befinden, muss verbessert werden. Dies wird auch künftig ein Schwerpunkt der Arbeit der Linksfraktion sein.

Die ungenügende Beachtung der sozialen Probleme ist ein Schwachpunkt in der Arbeit der Koalitionsparteien. Das zeigte sich zum Beispiel ganz deutlich in ihrem Antrag zu Computerspielen. (Siehe Bundestag 2007 b). Computerspiele haben heute eine hohe kulturelle und wirtschaftliche Bedeutung. Das ist zweifelsohne richtig. Es ist auch richtig, diese Entwicklung weiter zu fördern. Das gilt insbesondere für qualitativ hochwertige und pädagogisch wertvolle Computerspiele. Einen Computerspielepreis auszuloben oder eine Qualitätskennzeichnung für Computerspiele zu entwickeln, ohne dies mit Forderungen und Kontrollen nach guter Arbeit zu verbinden, halten wir für falsch. Darum haben wir einen Antrag zur Einführung eines »Fair-Work«-Siegels für Computerspiele eingebracht. (Siehe Deutscher Bundestag 2007 c)

Ebenso plädieren wir für eine Anpassung der Sozialgesetzgebung an die besonderen Arbeitsbedingungen in der Kultur-, Medien und Filmbranche. Wir fordern, dass die Anwartschaftszeit für den Bezug auf Arbeitslosengeld I (ALG I) für in diesen Bereichen Tätige mit wechselnden oder befristeten Anstellungen von zwölf auf fünf Monate herabgesetzt wird. (Siehe Schlussbericht der Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland«, in: *Bundestagsdrucksache* 16/7000, S. 333–371)

Schlussfolgerungen aus der Arbeit der Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland«

Die *Enquete-Kommission* hat sich in ihrem Abschlussbericht umfangreich mit der Kultur- und Kreativwirtschaft beschäftigt, Chancen und Gefährdungen aufgezeigt und zahlreiche Handlungsempfehlungen gegeben, von der Erarbeitung eines Bundeskultur- und Kreativwirtschaftsberichts bis hin zur Verankerung als Querschnittsaufgabe im politisch-administrativen System. (Siehe ebd.) Diese Empfehlungen sind mit den Stimmen der *LINKEN* verabschiedet worden, nun gilt es sie umzusetzen. Was klarstellend und ergänzend zum Abschnitt Kulturwirtschaft zu sagen ist, hat Dieter Kramer treffend in seinem Sondervotum zusammengefasst. (Siehe das Sondervotum des Sachverständigen Prof. Dr. Dieter Kramer zum Abschnitt 5 »Kultur- und Kreativwirtschaft«, in: Bundestagsdrucksache 16/7000, 446–448, siehe auch sein Beitrag im vorliegenden Jahrbuch.)

DIE LINKE wird sich bei der Umsetzung insbesondere auf die Rahmenbedingungen konzentrieren, die zur Lösung sozialer Probleme der im Kulturbetrieb Beschäftigten beitragen. Das sind vor allem die Handlungsempfehlungen zur Stärkung und zum Erhalt der Künstlersozialversicherung. Wichtig ist uns hierbei vor allem, dass sie auch weiterhin allen KünstlerInnen und PublizistInnen offen steht und auch Lösungen für in der Kulturwirtschaft als »Einzelunternehmer« Tätige gefunden werden, die bislang ausgeschlossen sind. Das korrespondiert mit dem Vorschlag zur Neuregelung der Anwartschaft auf Arbeitslosengeld I (ALG I) für Kulturschaffende. Weiterhin verweisen wir auf die Empfehlungen zum Urheberrecht, hier insbesondere die Überprüfung des Urhebervertragsrechts und die Vergütungspflicht für die gewerbliche Verwertung künstlerischer Abbildungen im öffentlichen Raum. Darüber hinaus setzt sich *DIE LINKE* für die Einführung einer Ausstellungsvergütung und eines Künstlergemeinschaftsrechtsgesetzes ein.

Die weitere Ausgestaltung des Urheberrechts hat zweifellos eine Schlüsselrolle für die Zukunft der Kulturwirtschaft im digitalen Zeitalter. Hier gilt es Lösungen zu finden, die sowohl eine angemessene Vergütung der Kreativen als auch einen möglichst offenen Zugang zu allen Ideen und geistigen Produkten sichern. Beide Ziele stehen derzeit noch konfrontativ zu einander. Ohne die Sicherung der Existenzbedingungen für Kreative und Unternehmen und ohne die Möglichkeit zu freiem, auch experimentellem Umgang mit Ideen, wird es keine Perspektive für die Kulturwirtschaft geben.

Literatur

Deutscher Bundestag (2007 a): »Beschlussempfehlung und Bericht des *Ausschusses für Kultur und Medien* zu den Anträgen zur Kulturwirtschaft der Fraktionen der *CDU/CSU, SPD, Bündnis 90/Die Grünen* und der *FDP*« (2007), in: *Bundestagsdrucksache* 16/6742

Deutscher Bundestag (2007 b): »Antrag der Fraktionen der *CDU/CSU* und der *SPD*: ›Wertvolle Computerspiele fördern, Medienkompetenz stärken‹ (2007), in: *Bundestagsdrucksache* 16/7116

Deutscher Bundestag (2007 c): »Antrag der Fraktion *DIE LINKE*: ››Fair-work‹-Siegel für Computerspiele«, in: *Bundestagsdrucksache* 16/8178

Kriese, Konstanze (2006): »Wandel und Verwandlung in vier Akten. Zur Kulturkonferenz der *Linkspartei.PDS* am 21. und 22. Oktober 2006 in Senftenberg«, in: *DISPUT*, Heft 11/2006 (auch im Online-Journal KULTURATION 2/2006 unter: www.kulturation.de

Mühlberg, Dietrich (2006): »Zukunft der Arbeit und kultureller Wandel«, Online-Journal KULTURATION 2/2006 unter: www.kulturation.de

Schulze, Ingo (2008): »(K)ein nobler Dienst an der Gesellschaft«, in: *Freitag*, 7. März 200, S. 19

Katrin Göring-Eckardt

Kultur – diesseits und jenseits des Reichs der Notwendigkeit

Die Kultur: Das idyllische Reich des Schönen, Wahren und Guten. Die Wirtschaft: Die hässliche Welt des schnöden Mammons. So erzählt es uns ein altes – aber immer noch wirksames – Klischee. Klar, es ist richtig, dass im Bereich der Kultur andere Regeln herrschen, als in der Ökonomie. Ökonomischer Erfolg darf nicht das entscheidende Kriterium für die Relevanz von Kultur, von Künstlerinnen und Künstlern sein. In Kunst und Kultur entstehen auch Dinge, die unnütz und überflüssig sind und sich den Prinzipien von Verwertbarkeit und Profit entziehen. Das muss und soll auch so sein; Kultur darf nicht zum bloßen »Standortfaktor« degradiert werden.

Wider die Lehre von den zwei Reichen

Trotzdem sind Kultur und Wirtschaft keine getrennten Welten. Die Zwei-Reiche-Lehre ist zu schlicht. Natürlich ist Kreativität auch eine ökonomische Ressource, auch wenn diese Tatsache nicht zu einem »ökonomistischen« Tunnelblick führen darf. Produkte der Kunst und Kultur entstehen aus Arbeit und müssen entsprechend bezahlt werden. Und das Kulturangebot macht das Leben in einer Stadt attraktiv, gerade für Unternehmen und ihre Mitarbeiter. Auch in den (kultur)politischen Debatten durchmischen sich kulturelle und wirtschaftliche Fragestellungen: Die Prekarisierung von Arbeitsverhältnissen und die Privatisierung des öffentlichen Raums sind die besten Beispiele. Oft genug spielen Kunst und Kultur dabei die Rolle von »Seismographen«: Soziale und wirtschaftliche Spannungen und Widersprüche werden frühzeitig angezeigt, erkannt und mit den Mitteln der Kunst thematisiert.

Kulturschaffende treten als Unternehmer auf. Und die Wirtschaft ist heute – in der so genannten Wissensgesellschaft – mehr denn je auf die kreativen Ideen und Impulse der Kulturszene angewiesen. Kultur und Wirtschaft immer nur getrennt

zu sehen und zu diskutieren wird ihren realen Wechselbeziehungen nicht gerecht. Deshalb ist es erfreulich, dass die Debatte über Kulturwirtschaft und *creative industries* immer intensiver geführt wird, auch im politischen Bereich. Dabei darf es aber nicht vorrangig darum gehen, der sogenannten »Kulturindustrie« neue Umsatzchancen zu eröffnen oder den puren Kommerz fröhliche Urständ' feiern zu lassen. Es darf auch nicht darum gehen, Kulturförderung zu privatisieren. Nein: Im Zentrum der Debatte müssen die Produzenten und Autoren der Kultur selbst stehen. Ziel muss es sein, die politischen Rahmenbedingungen für kreative und künstlerische Arbeit zu verbessern. Es geht um Respekt für das, was KünstlerInnen und Kulturschaffende leisten. Und auch darum, dass unsere Gesellschaft nicht auf die immensen Potenziale verzichten kann, die in der Kulturszene lauern. Denn dort entstehen tagtäglich neue Ideen und Experimente.

Große und Kleine

Immer wieder wird in einer Begriffsdebatte darüber diskutiert, was denn nun zur Kultur- und Kreativwirtschaft zu zählen ist. Diese Debatte kann man genauso endlos führen wie die Diskussion darüber, wer denn nun ein Künstler ist und wer nicht – reicht es, das einfach zu behaupten oder bedarf es einer institutionellen Anerkennung? Eine abschließende Begriffsklärung wäre vielleicht wünschenswert, ist aber für das kulturpolitische Handeln nicht zwingend notwendig. Auf das gemeinsam geteilte pragmatische Verständnis davon, was ein Kultur- und Kreativunternehmen ist, kann man sich im Einzelfall doch meist sehr gut verlassen. Viel wichtiger ist es, dass kulturelle Arbeit als produktive Arbeit anerkannt wird, als ein Tun, das Werte schafft und nicht hinter einer wolkigen und verklärenden Rede über »Kreativität« verschwindet. Entsprechend belastbar haben denn auch kulturpolitischen Aktivitäten in diesem Bereich zu sein.

Auf der Ebene bundespolitischen Handelns ist das Thema Kulturwirtschaft verspätet aber rechtzeitig angekommen. Lange Zeit wurden die vielen gesellschaftlichen Debatten und Veranstaltungen dazu nicht so recht zur Kenntnis genommen. Doch erfreulicherweise funktionierten hier parlamentarische Mechanismen. Als die Bundestagsfraktion von *Bündnis 90/Die Grünen* im Oktober 2006 eine »Kleine Anfrage« zur Kulturwirtschaft an die Bundesregierung stellte, war dies wie ein Startschuss für die größere politische Bewusstseinsbildung. Inzwischen scheint ein regelrechter Wettbewerb zwischen dem Bundeswirtschaftsminister und dem Staatsminister für Kultur ausgebrochen zu sein, bei dem sich beide in kulturwirtschaftlichen Initiativen zu übertrumpfen versuchen.

Was allerdings noch nicht so recht in das kulturpolitische Bewusstsein vorgedrungen zu sein scheint, ist, dass Kulturwirtschaft nicht gleich Kulturwirtschaft ist. Wie fast überall im Leben gibt es die Großen und die Kleinen. Eine Studie mit dem Titel »Kultur- und Kreativwirtschaft – aktuelle Trends unter besonderer Berücksichtigung der Kreativszene«, die wir 2007 für die Fraktion von *Bündnis 90/Die Grünen* in Auftrag gegeben haben, zeigte, dass gerade die Klein- und Kleinstunter-

nehmen die entscheidenden Ideen- und Impulsgeber für die Kulturwirtschaft sind. Hier entstehen auf experimentelle Weise kulturelle Produkte, hier werden Prototypen der Kultur- und Kreativproduktion entwickelt. Die Anzahl solcher Mikrounternehmen steigt stetig, ihre Umsätze nehmen hingegen erheblich ab. Die Studie von Michael Söndermann hat dieses Missverhältnis äußerst eindringlich belegt.

Deshalb sollte der Schwerpunkt politischer Initiativen auf Bundesebene (und nicht nur dort) auf diesen »Kleinen« liegen. Sie besitzen oftmals schwach entwickelte wirtschaftliche Potenziale und tragen nur selten zu einem Ausbau von sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätzen bei. Letztere sind aber nach wie vor das Orientierungsmaß für die Wirtschafts- und Beschäftigungspolitik. Wichtig ist also, dass die Rahmenbedingungen den Existenz- und Arbeitsbedingungen dieser Mikrounternehmen angepasst und für die Kreativszene insgesamt verbessert werden. Die Produzenten selbst sind zu stärken, schließlich sind sie es, die Ideen entwickeln – die dann oft genug von Großunternehmen vermarktet werden. Wir müssen es den vielen kleinen und freiberuflichen Kulturschaffenden ermöglichen, von ihrer Arbeit leben zu können.

Räume und Träume

Ein Thema, das immer wieder aufkommt, wenn man mit »kleinen« Kulturunternehmerinnen und -unternehmern spricht, ist die »Raumfrage«: Welche Möglichkeiten gibt es, um ausreichend Raum in einem geeigneten Umfeld zu finden? Kurzsichtige Ansiedlungs- und Standortpolitik wird hier in den Städten und Kommunen oftmals den Bedürfnissen der kleinen Kreativen nicht gerecht: Teuer sanierte Gebäude werden teuer an solche (Kreativ-)firmen vermietet, die es sich leisten können. Statt lebendiger und vielfältiger »Kreativkieze« entstehen durch solche Gentrifizierungsmaßnahmen oft genug homogene Blöcke, deren Diversität zu wünschen übrig lässt. Hier herrscht in vielen Städten nach wie vor eine fragwürdige Idee von Repräsentation und vordergründigem Standort-Glamour vor, in der gerade kleine, weniger finanzstarke Kreativfirmen zu wenig Beachtung bekommen. In Zukunft sollte deshalb stärker darüber nachgedacht werden, wie solche Kreativzonen gestaltet werden und wie man kleinen Kreativfirmen ermöglicht, sich in solchen Gegenden anzusiedeln. Nur so können auch die vielbeschworenen »Synergieeffekte« mit anderen Unternehmen entstehen.

Es ist erfreulich, dass solche Fragen unter dem Label »Kreative Stadt« derzeit intensiver diskutiert werden. Hier werden die Herausforderungen an kommunale Stadtpolitik unter den Bedingungen von Globalisierung und Wissensgesellschaft neu gedacht. Kreativität – so die zentrale These in dieser Debatte – ist zur entscheidenden Ressource für die Stadtentwicklung, auch die ökonomische, geworden.

Genau in diesem Zusammenhang ist auch die sehr konkrete und praxisnahe Debatte um Zwischennutzungen leerstehender Gebäude offener zu führen – vor allem aber nicht allein in Ostdeutschland und Berlin. Wenn eine Liegenschaft über einen längeren Zeitraum leer steht, sollten KünstlerInnen, Kulturunterneh-

merInnen und Kreativfirmen die Möglichkeit bekommen, diese Räume legal zwischen zu nutzen. Natürlich sind hierfür dann bestimmte Regeln zu formulieren, die den Interessen der Besitzer und Nutzer gleichermaßen gerecht werden. Auch die zweckgebundene Nutzung leerstehender öffentlicher Liegenschaften für Kulturunternehmen sollte systematisch ermöglicht werden. Die *Grünen* im Abgeordnetenhaus Berlin haben hier unter dem Titel »Eroberungsräume für Kreative« gute Vorschläge gemacht.

Im Übrigen sind all dies keine Themen, die allein in den Metropolen und großen Städten »heiß« sind. Auch in der Provinz leben Kreative, die sich ausreichend Raum für ihre Arbeit wünschen. Gerade kleinere »schrumpfende Städte« sind oftmals Ausgangspunkte für kulturelle Innovationen wenn leerstehende Gebäude für kulturelle Aktivitäten genutzt werden. Für die Bewertung der Lebensqualität in einer Kommune sind die dadurch entstehenden Kulturangebote oftmals ganz entscheidend.

Was die Kulturpolitik noch tun kann

Die Palette möglicher kulturpolitischer Initiativen, mit denen bessere Rahmenbedingungen für Kulturproduzentinnen und -produzenten geschaffen werden können, ist groß. Sie reicht von der Systematisierung des Zugangs zu Erstinformationen über kulturrelevante europäische Förderfonds bis hin zu Gründerwettbewerben im Bereich Kulturwirtschaft und speziellen Kleinkreditfonds für Künstler und Kulturschaffende. Auch ein regelmäßiger Kulturwirtschaftsbericht, auf dessen Basis kulturpolitische Maßnahmen in die Wege geleitet werden können, ist sehr wünschenswert, wenn die Entwicklungspotenziale und Beschäftigungsstrukturen der Kulturwirtschaft gestärkt werden sollen.

Bei allem sollten wir immer bedenken: Kultur darf nie ganz im Reich der (ökonomischen) Notwendigkeiten aufgehen, sie braucht immer Freiräume zur Entfaltung. Ganz davon abgesehen kann es in kulturellen Werken auch heute noch um »die letzten großen Fragen« – um Sinnfragen und Existenzfragen, um die Frage nach dem richtigen Leben – gehen. Diese lassen sich eh nicht nach wirtschaftlichen Kriterien beantworten.

Manfred Gerig, Christoph Weckerle

Die Kreativszene

Der Aufsatz skizziert einen Schwerpunkt unserer Publikation zur Kreativwirtschaft Schweiz[1]: die Kreativszene. Sein Ziel ist es, ihre Motive und Optionen zu klären und von denen zu unterscheiden, die für etablierte Unternehmen gelten. Aus dieser Klärung wird die Empfehlung der genannten Publikation die spezifische Förderung der Kreativszene, verständlich.

Positionierung der Kreativszene

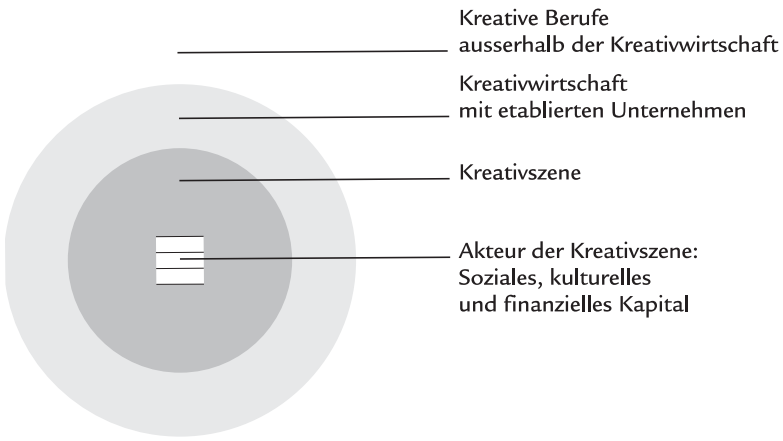
Innerhalb und außerhalb des Branchenkomplexes Kreativwirtschaft arbeiten Kreativakteure als Selbstständige und Angestellte Vollzeit oder Teilzeit in den unterschiedlichsten Konstellationen. Sie sind temporär beschäftigt oder unbefristet angestellt, lokal oder international vernetzt, ihre Tätigkeit basiert auf bestehenden Strukturen oder verzichtet bewusst auf solche. Viele Definitionen, Abgrenzungen und Ansätze tragen diesem Umstand kaum Rechnung, wenn dort pauschal von »Kreativen« oder der »Kreativwirtschaft« die Rede ist. Bereits eine dreiteilige Unternehmenstypologie erlaubt eine interessante Differenzierung.

Entlang von Produktionsmechanismen wurden schematisch drei Unternehmenstypen unterschieden. Dabei gilt es natürlich zu beachten, dass die drei Typen nicht trennscharf zu verstehen sind, sondern dass die Übergänge fließend sind beziehungsweise, dass je nach Branche Elemente eines Typs auch für einen anderen prägend sein können.

Kreativszene – ein positiv konnotierter Begriff – wird jener Teil der Kreativwirtschaft genannt, der durch Mikrounternehmen gekennzeichnet ist und von Akteuren bestimmt wird, die hochqualifiziert sind, oft mehrere Ausbildungen absolvieren, mehrspurig arbeiten, sachmotiviert sind und keine Trennung zwischen Privatem und Beruflichem suchen – und dennoch meist wenig verdienen, oft auch

1 Christoph Weckerle, Manfred Gerig, Michael Söndermann: *Kreativwirtschaft Schweiz. Daten. Modelle. Szene*, Basel/Boston/Berlin 2008

Diagramm 1: Positionierung der Kreativszene[2]



unter dem Begriff des Prekariats gehandelt werden. Sie zeichnen sich durch Zugehörigkeit zu temporären Konstellationen aus, in welchen Produktions- und Kommunikationsprozesse sehr flexibel gehandhabt werden. Die Fixkosten bleiben auf diese Weise tief. Die damit verbundene Unabhängigkeit ermöglicht Experimente und innovative Züge in der Arbeit. Umgekehrt bleibt jedoch die Komplexität der Lösungen aufgrund der beschränkten Ressourcen überschaubar.

Etablierte Unternehmen in der Kreativwirtschaft sind durch von außen erkennbare betriebliche Strukturen gekennzeichnet. Entsprechend laufen Produktions- und Kommunikationsprozesse weitestgehend in normierten Strukturen ab. In Abgrenzung zur Kreativszene gewinnen Geschäftsprinzipien wie Stabilität und Langfristigkeit an Gewicht. Die Komplexität der Lösungen bleibt oft überschaubar. Innovative Züge entstehen durch die Fähigkeit, innerhalb gegebener Normen neue Produkte oder Produktvarianten zu entwickeln. Im Vordergrund stehen dabei meist vertraute Produktkriterien und auf Standards basierende Reproduktionen.

Kreativakteure außerhalb der Kreativwirtschaft sind als Glieder in der Wertschöpfungskette von Unternehmen außerhalb der Kreativwirtschaft zu erkennen. Ihre Handlungs- und Denkweise weist ihnen die Rolle von innovativen Problemlösern beziehungsweise Problemfindern zu (oft in Nähe zu einer Forschungs- und Entwicklungsabteilung). Problemstellungen werden extern formuliert und in laborähnlichen Situationen unter optimalen Bedingungen gelöst. Die Komplexität der Lösungen ist aufgrund der zur Verfügung stehenden Ressourcen und aufgrund der inhaltlichen Ausrichtung hoch (*siehe Diagramm 1*).

2 Dieses und die folgenden Diagramme sind der genannten Publikation *Kreativwirtschaft Schweiz* entnommen.

Tabelle 1: Kapitalsorten und Wertschöpfung in der Kreativszene

Kapitalsorten und Wertschöpfung	Berufsfeld	Produktion	Produkt/ Dienstleistung	Distribution/ Vermittlung
Finanzielles Kapital: *Geld*	Geringes Einkommen	Minimale Infrastrukturen	Begrenzter Marktzugang	Nur informelles Marketing
Kulturelles Kapital: *Geltung*	Habitus: Jugendlich, sachmotiviert	Kompetenzen: mehrfach qualifiziert	Individualisiert, Unikate, Kleinserien	Persönliche Präsenz
Soziales Kapital: *Bestätigung*	Informelle Vernetzungen	Ambitionierte Projektarbeiten	Repräsentiert Kreativszene	Medien und Anlässe der Kreativszene

Die folgenden Überlegungen beschränken sich auf die Kreativszene und ihr Verhältnis zu den etablierten Unternehmen; die Kreativakteure außerhalb der Kreativwirtschaft sind nicht mit denselben Kategorien zu fassen.

Merkmale der Kreativszene

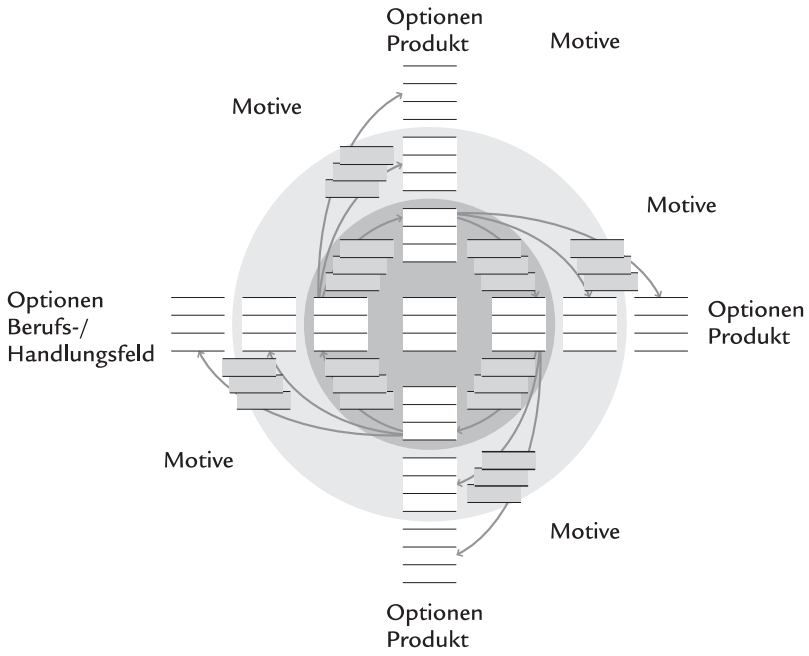
Das Besondere der Kreativszene lässt sich durch einen Kapitalbegriff klären, der verschiedene Kapitalsorten unterscheidet: das finanzielle sowie das aus sozialem und kulturellem Kapital zusammengesetzte symbolische Kapital.

Die Kreativszene bestimmt das Verhältnis der Kapitalsorten zueinander so, dass sie das symbolische Kapital gegen den Mangel an finanziellem Kapital verrechnet; sie zeichnet sich durch die Dominanz des symbolischen Kapitals aus. Entsprechend tendiert ihre Wertschöpfung auf immaterielle Produkte (Ideen, Konzepte), auf symbolisch hoch bewertete Produkte (einzigartig, qualitativ ambitioniert) und innovative Produkte (ungesicherte Bezugnahmen auf aktuelle Entwicklungen). In der Vernetzung der Mikrounternehmen werden Projektideen generiert, die aktuelle Entwicklungen aufnehmen, befördern und innovativ umsetzen.

Die Tabelle verknüpft die Kapitalsorten mit Stationen der Wertschöpfung. Sie gibt damit einen ersten Überblick über die kennzeichnenden Merkmale der Kreativszene.

Die Stichwörter der Tabelle geben noch keine Auskunft darüber, wie systematisch der Zusammenhang zwischen ihnen ist. Dass das Bild in der Tat einer eigenen Logik folgt, wird im nächsten Kapitel deutlich. Es wird zeigen, dass die Kreativszene zukunftsfähige Kompetenzen auf eine Weise profiliert, die jenseits von ihr unwahrscheinlich ist.

Diagramm 2: Strukturmodell Motive und Optionen



Logik der Kreativszene und etablierte Unternehmen

Mit der Einführung der Kapitalsorten und der Kennzeichnung des Berufsfeldes und einfacher Stationen des Wertschöpfungsprozesses sind die Dimensionen bestimmt, in denen die Kreativszene von etablierten Unternehmen unterschieden werden kann. Die Motive und Optionen der Akteure der Kreativszene im Berufsfeld, in der Produktion, beim Produkt und in der Vermittlung zeigen auf, warum Arbeit und Leben in der Kreativszene eine eigene Qualität hat – trotz der finanziell prekären Verhältnisse. Diese Qualität zu entwickeln ist auch das Ziel der empfohlenen Förderung der Kreativszene. Das *Diagramm 2* zeigt die Struktur, in der sich Motive und Optionen verteilen.

Im Zentrum des Diagramms steht die Kreativszene; die Kreispfeile in diesem Zentrum verweisen auf Motive und Optionen, die für das Verbleiben in der Kreativszene sprechen. Die aus dem Zentrum laufenden Pfeile markieren Motive und Optionen, die zum Verlassen der Kreativszene veranlassen können. (Die folgenden Erläuterungen dazu sind notwendigerweise sehr skizzenhaft.)

Motive im Berufsfeld

Kreativszene Die Motive, um in der Kreativszene zu bleiben, sind ambivalent: Sie sind fordernd und wenig einträglich, befreiend und zugleich einschränkend. Im Zentrum steht der Wunsch, sich in der eigenen Arbeit zu verwirklichen. Die Entwicklung eigener Projekte steht dafür als Beispiel. Da sie wenig einbringen, muss mehrspurig gearbeitet werden – neben die eigene Projektarbeit treten Teilzeitanstellungen und kleine Auftragsarbeiten. Die Konstellation ist herausfordernd, bietet aber auch die Möglichkeit, die Erfahrungen zu erweitern und dazuzulernen.

Etablierte Unternehmen Demgegenüber sind die Motive, um in etablierten Unternehmen zu arbeiten, eindeutig: Die beruflichen Kontakte sind von privaten Kontakten unterschieden, neben der Arbeit bleibt Zeit für andere Interessen, die Arbeiten sind in klaren Rahmen definiert und beanspruchen doch die berufliche Kompetenz, und es gibt erst noch den deutlich besseren Verdienst.

Optionen Prozess

Kreativszene Aufträge und Selbstaufträge sind meistens projektorientiert. Abwägungen und vielfältige Gespräche prägen bereits die Anfangsphase. Die Sachkompetenz wird durch Synergien, wie sie durch das Zusammenwirken unterschiedlicher Kompetenzen im Projekt zustande kommen, vertieft und erweitert. Weil auf Routinen verzichtet wird und neue Konstellationen erprobt werden, sind die Projekte tendenziell innovativ, aber begrenzt, wo es um den Einsatz von Ressourcen und finanziellem Kapital geht. Es wirkt wie Selbstzensur: Was groß ist, wird nicht gedacht.

Etablierte Unternehmen Gegenüber dieser offenen Konstellation und Entwicklung sind die etablierten Orte entlastet: Sie kennen in allen Belangen die Routinen und Chancen einer eingespielten Arbeitsorganisation.

Motive im Produktionsprozess

Kreativszene Die Motivation an der Arbeit wird durch Selbstbestimmung, Kommunikation, der Chance zum Einsatz der spezifischen eigenen Kompetenzen und das sachliche Interesse bestimmt. Die Akteure werden durch keine formalen und arbeitsteiligen Verfahren beengt. Sie nutzen flexible und zugleich zeitlich aufwändige Formen der Projektzusammenarbeit. Die begrenzten Ressourcen und Infrastrukturen beeinflussen den Prozess – das Wissen darum, dass man wenig verdient, muss symbolisch kompensiert werden.

Etablierte Unternehmen Die Arbeit in etablierten Unternehmen motiviert anders. Da gibt es klare Zeiteinteilungen, funktionierende Arbeitszuschreibungen, definierte Räume des Austauschs mit den Kunden, größere Ressourcen. Die eigene Kompetenz ist gefordert und ermöglicht Befriedigung; die Identifikation mit dem Auftrag ist weniger wichtig.

Optionen Produkt

Kreativszene Das Produkt der Kreativszene ist mehr als nur die qualitativ überzeugende Umsetzung eines Auftrags oder eines selbst entwickelten Projekts. Es repräsentiert auch die Zugehörigkeit zur Kreativszene, indem es Eigenschaften wie Originalität und Neuheit, Individualisierung und Handschriftlichkeit verbindet und damit ein Profil sichtbar macht, das seinem Produzenten Befriedigung sichert. Zugleich zahlt der Kunde weniger als bei etablierten Unternehmen der Branche, und der reale Arbeitsaufwand wird heruntergespielt – beides wird akzeptiert, weil das symbolische Kapital das finanzielle dominiert.

Etablierte Unternehmen Das Produkt kann selbstverständliche Geltung beanspruchen. Es löst den Auftrag ein. Negative, aber auch positive Überraschungen bleiben aus. Die Zufriedenheit aller Beteiligten ist gesichert. Die finanzielle Kalkulation ist klar, die Kosten sind bekannt und real gerechnet. Das Produkt repräsentiert, bei aller Solidität, natürlich auch ein höheres Maß an Komplexität: Es ist mehr Geld investiert, es sind mehr Infrastrukturen beansprucht worden.

Motive der Produktwahrnehmung

Kreativszene Die Wahrnehmung des Produkts in der Kreativszene und einer interessierten Öffentlichkeit ist wichtig. Die Befriedigung, die das Produkt gibt, sollte sich nun in der Wahrnehmung durch andere fortsetzen. Es geht um Geltungsansprüche, die dem Produkt der Kreativszene einen eigenen Platz einräumt und damit für manchen Aufwand und Verzicht entschädigt.

Etablierte Unternehmen Das Produkt dient den Bedürfnissen des Kunden. Er muss zufrieden sein. Letztlich ist auch er verantwortlich für das, was nach außen sichtbar wird. Das etablierte Unternehmen muss sich nicht distanzieren; es reduziert seinen Beitrag jedoch auf die bezahlte und erwartete Qualität. Die symbolischen und finanziellen Kalkulationen sind so umgesetzt, dass der Verdienst stimmt.

Optionen Vermittlung

Kreativszene Die Möglichkeiten, die eigene Arbeit nach außen sichtbar zu machen, sind begrenzt. An erster Stelle stehen die, die das Projekt angestoßen und finanziert haben. Das sind die Kunden als Zugewandte. Dann kommen die informellen Kontakte in der Kreativszene selbst; man weiß, wer was getan hat. Endlich werden Anlässe geschaffen, in denen verschiedene Akteure gemeinsam auftreten. Die Erfolge solcher Vermittlung des Produkts in der Kreativszene und im Markt sind schwer einzuschätzen. Zwar markieren die Akteure der Kreativszene ihre eigene Position und die ihrer Produkte, aber ob sie damit neue Anschlüsse vorbereiten, muss sich erst zeigen.

Etablierte Unternehmen Auch die etablierten Unternehmen sind natürlich an Geltung und Anschlüssen interessiert. Die Rahmen und die Interessen der Beteiligten aber sind definierter und routinierter. Es geht um Kundenbindung, verkaufsfördernde Anlässe, um die Orientierung in einem bekannten Markt.

Motive des Selbstbildes

Kreativszene Die komplexen Motivationen der Akteure der Kreativszene verweisen auf das Selbstbild, dem sie sich verpflichtet fühlen. Selbstbilder sind keine Bilanz, obwohl sie die Erfahrungen der Person integrieren; Selbstbilder sind Entwürfe. Sie bestimmen die Haltung und Orientierung, mit der weitergemacht wird. Das muss für die Akteure der Kreativszene heißen, dass sie sich als Person, in ihren Eigenheiten und Qualitäten, wahrgenommen und anerkannt fühlen – und dass sie umgekehrt die anderen Akteure, mit denen sie zu tun haben, in ihrer Geltung bestätigen. Prekarität kann dann leicht als der Preis für diese Formen der Selbstwahrnehmung und Anerkennung gedeutet werden.

Etablierte Unternehmen Etablierte Unternehmen müssen den eigenen Erfolg nicht in Frage stellen. Er befindet sich in Übereinstimmung mit verbreiteten Werten – es geschafft zu haben, eingerichtet zu sein, die Zukunft planen zu können.

Zusammenfassung

Die groben Skizzen zeichnen eine individualistische Logik, die der eigenen Arbeits- und Lebensform Räume öffnen möchte, in nur vagen Verbindungen mit gesellschaftlichen und ökonomischen Veränderungen. Es sind Modelle der Selbstbestimmung, die den Akteuren der Kreativszene die Ambivalenzen von Zuversicht, Lust und Sorge, den anderen die von Erfolg, Anpassung und ein bisschen Selbstaufgabe bescheren.

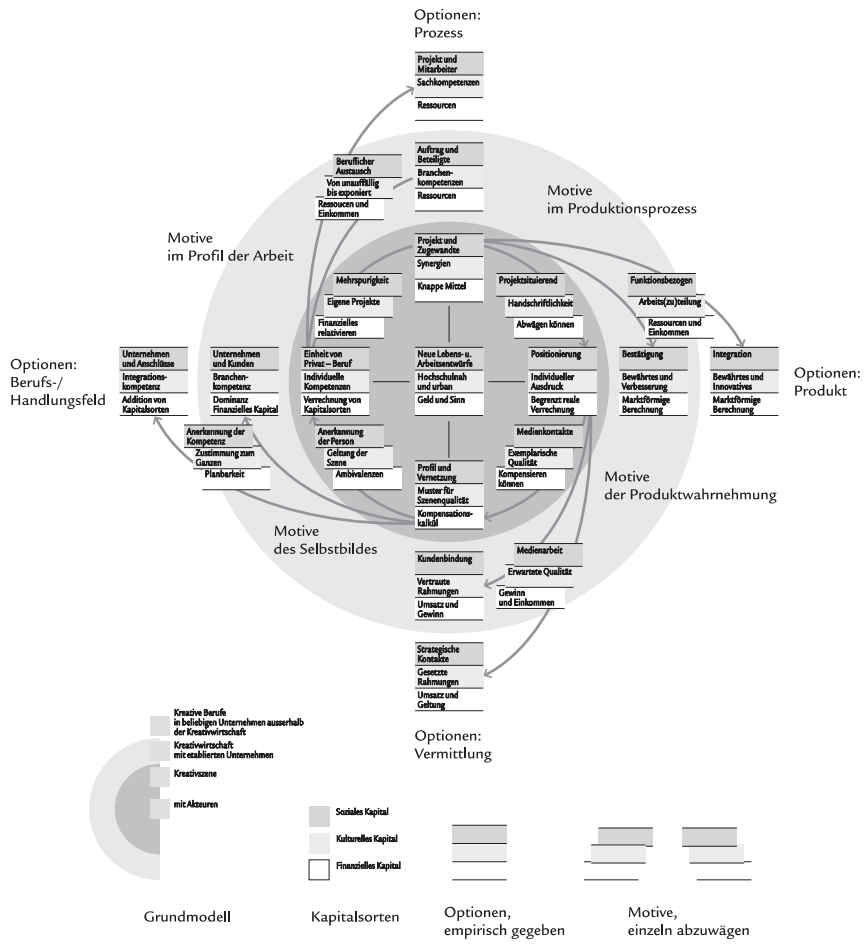
Das *Diagramm 3* differenziert diesen Befund aus. Auch wenn es die Motive und Optionen nur mit provisorischen Begriffen andeuten kann, verdeutlicht es doch die Logiken der Kreativszene und markiert die Positionen, an denen Wechsel in etablierte Unternehmen locken.

Ausblick: Fördermaßnahmen

Ein Ziel dieses Aufsatzes ist es, die Empfehlung einer Förderung der Kreativszene, wie unsere Studie *Kreativwirtschaft Schweiz* sie vorschlägt, zu plausibilisieren. Dazu hat er bislang versucht, die in sich stimmige Logik der Kreativszene nachzuzeichnen. Sie besteht darin, dass die Optionen innerhalb der Kreativszene durchaus attraktiv sind, Arbeit und Leben zukunftsweisende Modelle umsetzen und die Herausforderungen und Anerkennungen für die Akteure sich in einer guten Balance befinden – mit der einen bekannten Einschränkung: Die Akteure der Kreativszene leben und arbeiten unter finanziell prekären Bedingungen. Die entscheidende Frage heißt darum, ob diese empirische Tatsache sich der Logik der Kreativszene verdankt – oder ob sie, unter veränderten Vorzeichen, überwunden werden kann, ohne die Logik und damit die spezifischen Qualitäten der Kreativszene aufzugeben.

Auf diese Frage antwortet *Kreativwirtschaft Schweiz* eindeutig. Die Publikation geht davon aus, dass eine Förderung der Kreativszene die sie kennzeichnenden komplexen Arbeitsabläufe und Vernetzungen nicht grundsätzlich verändern sondern lediglich optimieren muss. Dazu muss sie die Kompetenzen über Transfer-

Diagramm 3: Überblick über Motive und Optionen



prozesse, transdisziplinäre Arbeitsformen, innovative Verfahren und spezifische Vermittlungs- und Distributionsformen bewusst – und damit verhandelbar – machen. An der *Zürcher Hochschule der Künste ZHdK* ist ein entsprechendes Forschungsprojekt in Planung. Es untersucht in ausgewählten Feldern der Kreativszene die projektbezogenen Arbeitsabläufe, rekonstruiert erfolgreiche Projekte und analysiert die impliziten und expliziten Geschäftsmodelle. Die Erwartung ist, Erkenntnisse über auch finanziell erfolgreiches Arbeiten in der Kreativszene zu gewinnen, die in handhabbare Modelle für die Beratung von Akteuren der Kreativszene umgesetzt werden können.

Veronika Ratzenböck, Anja Lungstraß

Der Weg der Kreativwirtschaft/ Creative Industries in Österreich

Perspektiven für eine integrierte Kultur-, Wirtschafts- und Beschäftigungspolitik

Der Weg der Kreativwirtschaft/Creative Industries in Österreich

Relativ spät wurde in Österreich das wirtschaftliche Potenzial der Kunst- und Kulturproduktion erkannt. Der Verflechtung öffentlicher Kunst- und Kulturförderung mit privatwirtschaftlicher Tätigkeit und den Beschäftigten in den Kreativberufen als Schlüssel zur urbanen und regionalen Wettbewerbsfähigkeit wurde zunächst keine zentrale Bedeutung zugemessen, die Kreativwirtschaft nicht als die Wachstumsbranche gesehen.

Dies war auch nicht notwendig, denn in Österreich gab es im Vergleich zu anderen Ländern in Europa keine danieder liegenden Regionen und Städte, denen man neue Impulse geben musste. Wien oder Graz zum Beispiel weisen eine hohe Ausbildungs- und Dienstleistungsdichte mit gut ausgebauten Strukturen auf und überall ist relativ viel öffentliches Geld für Kunst und Kultur vorhanden. Die staatliche Kunst- und Kulturfinanzierung ist im Vergleich zu anderen europäischen Ländern in Österreich noch sehr hoch: Wien liegt zum Beispiel mit 144 Euro pro Kopf Kulturausgaben im Jahr und insgesamt 500 Millionen Euro Kulturbudget im Städtevergleich im europäischen Spitzenfeld.

Wirtschaftspolitisch ist die Kreativwirtschaft in Österreich auch deshalb relativ spät bedeutend geworden, weil man den Umfang und die Größe des kreativen Potenzials und des kulturellen Arbeitsmarktes schlichtweg nicht kannte. Es gab keine Zahlen: Die Marktentwicklung und die Beschäftigungsvolumina konnten nicht eingeschätzt werden. Die Unternehmen der Kreativwirtschaft wurden nicht als Unternehmen im traditionellen Sinne wahrgenommen und die Interdependenz der öffentlichen Kunst- und Kulturförderung mit den privatwirtschaftlichen Unternehmen

als vor- und nachgelagerter Zulieferbereich war nicht sichtbar. »Kreativität« galt lange nicht als entscheidender Standortfaktor im ökonomischen Wettbewerb.

Die Anfänge

Begonnen hat alles mit der EU-Konferenz »Kultur, Beschäftigung und Neue Technologien« 1998 während der ersten österreichischen EU-Ratspräsidentschaft. Ziel dieser Konferenz war es, Kultur als operationales Agens in die europäischen und nationalen beschäftigungspolitischen Leitlinien der Europäischen Union zu integrieren.

Im Kontext der Entwicklung neuer Berufsfelder beziehungsweise neuer Typologien von Arbeit wurde dem kulturellen/kreativen Sektor in nationalen beschäftigungspolitischen Strategieprogrammen steigende Bedeutung zugesprochen. Begriffe wie »Flexibilität« und »Mobilität« markieren den massiven Wandel der politischen und sozialen Rahmenbedingungen von Erwerbsarbeits- und Beschäftigungsformen in den letzten Jahren. Die »Entdeckung« des Kunst- und Kulturbereichs, insbesondere der kulturindustriellen Branchen als viel versprechende Potenziale für neue Beschäftigungsformen sind Teil dieses Transformationsprozesses.

2000 wurde von der Europäischen Kommission eine Studie zur *Ausschöpfung und Entwicklung des Arbeitsplatzpotenzials im kulturellen Sektor im Zeitalter der Digitalisierung* beauftragt, die von der *Österreichischen Kulturdokumentation, MKW Wirtschaftsforschung GmbH, Empirica Delasasse, Interarts, Economix Research & Consulting und Wimmex AG* (2000) durchgeführt wurde. Diese Studie analysierte das Jobpotenzial – hier wurden Kultur, Wirtschaft, Bildung und Technologie zusammengeführt. Die kreativen Kompetenzen und künstlerischen Einsatzfelder wurden wirtschaftspolitisch und in ihrer ökonomischen Bedeutung eindeutig aufgewertet. Es ging darum, die Politikwerdung des Themas »Beschäftigung im Kulturbereich« in den nationalen arbeitsmarkt- und kulturpolitischen Konzepten aufzuzeigen.

Die Datenbasis

Etwa zeitgleich wurden in Österreich die ersten Studien zur Potenzialeinschätzung der Kreativwirtschaft/Creative Industries und erste Datenerhebungen über die Kreativstandorte/-regionen in Auftrag gegeben: Die Creative-Industries-Studie von Wien (2002), die Kreativwirtschaftsberichte für ganz Österreich (2003 und 2006), Tirol (2005), Linz (2006), Graz (2006) und Vorarlberg (2007) entstammten jedoch nicht dem wissenschaftlichen Diskurs, sondern sollten im Auftrag der Wirtschaftsabteilungen der Länder und Städte – die Kulturabteilungen fühlten sich nicht zuständig – einem disparaten, aber auch boomenden Wirtschaftsbereich eine Kontur geben.

Zwar ist die Definition von Kreativwirtschaft/Creative Industries, die allen Erhebungen und Berichten zugrunde liegt einheitlich: man versteht darunter die Zusammenfassung von sehr heterogenen Wirtschaftszweigen, bei denen Kreativität ein wesentlicher Input für die Erstellung von Produkten und Dienstleistungen ist. Unterschiedlich sind die Berichte aber in ihren Fragestellungen und Ergebnis-

sen, die jeweils in ihrem speziellen lokalen und regionalen Kontext zu sehen sind. Im folgenden werden die signifikanten Ergebnisse der Kreativwirtschaftsberichte dargestellt, die für die jeweilige Region charakteristisch sind.

Wien

In Wien arbeiten zwischen 100 000 (laut Hauptverband der Sozialversicherungsträger) beziehungsweise 120 000 Personen (laut Arbeitsstättenzählung) in den Creative Industries, rund 14 Prozent aller Beschäftigten. Mit durchschnittlich 6 Prozent zwischen 1998 und 2002 übertrifft das Beschäftigungswachstum in diesem Sektor die Gesamtwirtschaft um 4 Prozent. Die Creative Industries sind in Wien vorwiegend kleinbetrieblich strukturiert, im Durchschnitt beschäftigen die 17 948 Unternehmen 6,7 Personen. Dies sind die wirtschaftsstatistischen Hauptergebnisse der Studie *Untersuchung des ökonomischen Potenzials der Creative Industries in Wien*, die im Auftrag der Stadt Wien von der *Österreichischen Kulturdokumentation, Mediacult* und *WIFO* (2004) durchgeführt wurde.

Die Stärken der Wiener Creative Industries liegen demnach im kreativen Herstellungsbereich (der »Content-Origination«), Schwächen hingegen in der Verwertung und internationalen Vermarktung. Dies liegt vor allem an einer kleinteiligen Unternehmensstruktur, an der dünnen Kapitaldecke vieler kreativwirtschaftlicher Unternehmen und an Defiziten im Management. Deshalb zielten die wirtschaftspolitischen Empfehlungen der Studie auf Maßnahmen zur Wachstumsentwicklung der Unternehmen und Verbesserung der Exportchancen, den Ausbau von konsistenten Förderinstrumenten und Kooperationsformen, um einerseits die bestehenden Defizite abzuschwächen und andererseits die vorhandenen positiven Strukturmerkmale weiter auszubauen.

Am Beispiel Wien lässt sich zeigen, wie die Reputation des kreativen Potenzials selbst zu einem bedeutenden Wirtschaftsfaktor geworden ist, wie die Anziehungskraft künstlerischer Milieus die Wertschöpfung und Beschäftigungsentwicklung stärkt und diese zu einem Standortvorteil im kulturellen Wettbewerb zwischen Städten und Regionen werden.

Österreich gesamt

2002 wurde der *Erste Österreichische Kreativwirtschaftsbericht* in Auftrag gegeben (KMU Forschung Österreich und IKM 2003). Auf dessen Basis folgte 2006 der *Zweite Österreichische Kreativwirtschaftsbericht* (KMU Forschung Österreich 2006). Beide Berichte erheben und analysieren Daten zur heimischen Kreativwirtschaft auf der Basis eines »Drei-Sektoren-Modells«, das den öffentlichen (Staat), intermediären (Non-Profit) und den privatwirtschaftlichen (Kulturwirtschaft) Bereich unterscheidet, in denen aber Überschneidungen möglich sind. Der zweite Bericht analysiert die nationalen (wirtschafts-) politischen Instrumente zur Förderung der Kreativwirtschaft, erstellt erstmals heimische Kreativwirtschaftscluster und liefert Informationen zu den Verflechtungen der Kreativwirtschaft mit Unternehmen/ Einrichtungen außerhalb der Kreativwirtschaft.

Der Bericht zeigt, dass 2004 circa 28 700 privatwirtschaftliche Unternehmen (inklusive öffentlichen Unternehmen mit privatwirtschaftlichem Erwerbscharakter) zur österreichischen Kreativwirtschaft zählten, dies ist ein Anstieg um sechs Prozent gegenüber 2002 beziehungsweise ein Anteil von etwa 10 Prozent aller österreichischen Unternehmen. Zugleich ist die Zahl der unselbstständig Beschäftigten von 2002 bis 2004 um etwa zwei Prozent auf rund 101 600 gesunken (Grund ist der Strukturwandel im Bereich Druck). Die Betriebe der Kreativwirtschaft sind vorwiegend Mikrounternehmen mit durchschnittlich vier MitarbeiterInnen, die allgemeine Unternehmensgröße sinkt geringfügig. Der Anteil der in der Kreativwirtschaft Beschäftigten an den österreichischen ArbeitnehmerInnen liegt damit insgesamt mit rund vier Prozent deutlich unter dem Unternehmensanteil.

Die österreichischen Kreativwirtschaftsbetriebe konnten im Jahr 2004 Erträge von 18,3 Milliarden Euro erzielen, dies entspricht einem Zuwachs von rund drei Prozent gegenüber 2002. Dementsprechend konnte auch hinsichtlich der Wertschöpfung eine Steigerung erwirtschaftet werden (auf rund 7,2 Milliarden Euro in 2004). Vier Prozent der Erlöse und Erträge beziehungsweise fünf Prozent der Wertschöpfung der österreichischen marktorientierten Wirtschaft sind der Kreativwirtschaft zurechenbar.

Die wesentlichen Indikatoren heben hervor, dass die Kreativwirtschaft – mit Ausnahme vom Beschäftigungseffekt – sogar einen höheren Stellenwert hat als der Tourismus; und dies, obwohl Österreich ein klassisches Tourismusland ist.

Tirol

Der Bericht *Kreativwirtschaft: Nutzt Tirol seine Chancen?* (Zukunftszentrum Tirol 2005) hatte als Ausgangsintention die Erkenntnis, dass im Wettbewerb der kreativen Köpfe auch kleine Regionen eine neue Wachstumsdynamik gewinnen können. Die Erhebungen ergaben, dass in Tirol nahezu 2 700 Betriebe mit rund 16 800 Arbeitsplätzen im kreativwirtschaftlichen Sektor tätig sind. Allerdings konnte auch dargestellt werden, dass in Tirol die Kreativwirtschaft in den letzten Jahren nicht wächst, sondern schrumpft. Selbst mittelfristig gesehen sind die Investitionen in zusätzliche Arbeitsplätze in der Kreativwirtschaft bloß unterdurchschnittlich und statt zum kreativwirtschaftlichen Zentrum der Alpen aufzusteigen, gibt Tirol einen Teil des bereits entwickelten kreativwirtschaftlichen Terrains wieder auf. Gleichzeitig kann sich die Tiroler Kreativwirtschaft als Arbeitgeber durchaus gut positionieren, was auch die Entlohnung betrifft: Auf nahezu der Hälfte der Arbeitsplätze wird ein Verdienst von mehr als 2 000 Euro (brutto) erzielt, was im Vergleich zu anderen Branchen über dem Durchschnitt liegt.

Linz

Linz hat einen Imagewandel vollzogen: von der Schwerindustrie hin zu Kommunikation und Medientechnik und zu einer innovativen Kulturstadt. In den vergangenen Jahren wurde in eine umfangreiche Kulturlandschaft investiert, auf die Verbindung neuer Technologien mit Kunst und Kultur und den Medien gesetzt,

und dabei an traditionelle Stärken angeknüpft, die sich in Kooperationen zwischen Wirtschaft und Kunst finden. Die Linzer Studie *Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz* (OÖ Technologie und Marketing GmbH 2006) konnte zeigen, dass sich insbesondere durch den Prozess des strukturellen Wandels von der industriellen zur »post«-industriellen Wirtschaft die traditionelle wirtschaftliche Basis der Stadtregion Linz in den letzten Jahrzehnten erheblich verändert hat und die Kreativwirtschaft dabei eine wichtige Rolle spielt. Diese lässt sich durch die dynamische Entwicklung der Betriebs- und Beschäftigtenzahlen darstellen, die über dem Durchschnitt der regionalen beziehungsweise der oberösterreichischen Wirtschaft liegt.

Graz

In der Studie *Potenzialanalyse Kreativwirtschaft im Großraum Graz* (Johanneaum Research ForschungsgmbH u.a. 2006) liegt der Schwerpunkt auf der Herausarbeitung einer Definition des Begriffes »Kreativität« und daraus folgend einer erstmaligen Operationalisierung zur Messung von Kreativität. Die daraus entwickelte neue Methode lag den Befragungen von 515 Kreativwirtschaftsbetrieben zugrunde und erfasst mit beschreibenden Kriterien den Grad von Kreativität. Sie ermittelt, dass 2004 in der Steiermark 45 766 Personen in der Kreativwirtschaft tätig sind, das sind 9,6 Prozent aller in der Steiermark Beschäftigten. Die Bruttowertschöpfung der Kreativwirtschaft im Großraum Graz wird auf über 1,5 Milliarden Euro geschätzt. Damit werden 14 Prozent der gesamten Wertschöpfung durch die Kreativwirtschaft generiert, deutlich mehr als in der Steiermark insgesamt (10 Prozent) oder in Österreich (5 Prozent). Zentrale Aussagen der Studie sind, dass anders als in Wien oder Linz der Schwerpunkt der Kreativwirtschaft im Großraum Graz in einer integrierten Zulieferfunktion vor allem unternehmensbezogener Dienstleister für die lokale und regionale Wirtschaft liegt. Die Kreativwirtschaftsbetriebe sind stark in die steirische Wirtschaft integriert jedoch kaum international vertreten – mehr als 75 Prozent der Betriebe exportieren überhaupt nicht. Speziell ist auch, dass sich kreative Potenziale auch in Bereichen zeigen, die bisher nicht unbedingt mit der Kreativwirtschaft in Verbindung gebracht wurden, zum Beispiel dem Gesundheitswesen.

Vorarlberg

Die Forschungsfrage des Vorarlberger Kreativwirtschaftsberichts *Creative Industries in Vorarlberg. Eine maßnahmenorientierte Untersuchung* (Häfele/Greussing 2007) war, welchen Anteil die Creative Industries- und kulturwirtschaftlichen Betriebe am Strukturwandel von der Textil- und Bekleidungsindustrie zu einem breiten Spektrum klein- und mittelbetrieblicher innovativer Unternehmen hatte.

Parallel zu einer Analyse der »harten« Indikatoren der relevanten Branchen (Beschäftigung, Wertschöpfung, Gewichte und Entwicklung einzelner Kreativbereiche wie Architektur, Verlagswesen, IT, Kulturveranstalter u.a.), wurde untersucht, was kreative Milieus ausmacht, die dann weitere Kreative anziehen, welche Rolle Kul-

tur bzw. Kulturbetriebe für die Dynamik solcher Milieus haben und durch welche gezielte Förderungs- und Strukturpolitik die Entfaltung solcher kreativer Cluster in Vorarlberg unterstützt werden kann.

Diese ersten Kreativwirtschaftsberichte stellten das ökonomische und das Beschäftigungspotenzial dar. Sie verifizierten die Chancen und die Dynamik dieser Branche in ihren Teilbereichen meist entlang der Wertschöpfungsbeziehungen und innovationsrelevanten Interaktionen zwischen Kulturinstitutionen und Unternehmen der Kreativwirtschaft/Creative Industries. Daraus wurden Maßnahmen zur Stärkung der Kreativwirtschaft und klare wirtschafts- und beschäftigungspolitische Strategien entwickelt. Es ging darum, die vielen – sich noch gar nicht als »Geschäfte« verstehenden – künstlerischen Kleinunternehmungen in den ökonomischen Verwertungsprozess einzubinden und für die Wirtschaft sichtbar zu machen.

Die Strukturanalysen – meist auf der Makroebene angesiedelt – der unsystematischen ökonomischen Daten standen also im Mittelpunkt. Die Beschreibung der meist atypischen Beschäftigungsformen (mit teilweise prekären sozialen Absicherungen), die Qualität der Arbeits- und Erwerbssituation (von der Beschäftigung hin zum Prekariat) und ihre strukturellen Bedingungen blieben aber in diesen ersten Kreativwirtschaftsberichten noch unberücksichtigt.

Wissenschaftliche Ansätze

Erst als die Kreativwirtschaftsberichte der Bundesländer, Städte und Regionen die einzelnen Spannungsfelder der Kreativwirtschaft darstellen und die »Kreativität« als Produktionsfaktor, als kleinsten gemeinsamen Nenner analysieren, erscheinen Studien, die sich mit der theoretischen Fundierung des Konzepts der Kreativwirtschaft und den Creative Industries beschäftigen. Sie alle stehen vor dem Problem, dass der amorphe Charakter des Begriffs zwar wirtschaftspolitisch wenig problematisch ist – er verlangt in erster Linie die Notwendigkeit einer Neustrukturierung der wirtschaftsstatistischen Kategorisierungen –, stringente wissenschaftliche Definitionen aber lässt er kaum zu, da er in den meisten Fällen Sektoren und Bereiche zusammenfasst, die weder auf der Basis analytischer noch systematischer Überlegungen zusammenpassen.

Arbeitsplatzeffekte und Betriebsdynamik in den Wiener Creative Industries (WIFO 2006), *Nachhaltige Arbeit und Beschäftigung in Wiener Creative Industries* (FORBA 2006 a), *Kunst/Dienst/Leistung – Innenansichten zur Arbeit in den Wiener Creative Industries* (FORBA 2006 b), dies sind die Themen, denen sich die wissenschaftlichen Studien widmen.

Exemplarisch ist hier die Studie *Zwischen Unabhängigkeit und Zukunftsangst – Quantitative Ergebnisse zur Arbeit in den Wiener Creative Industries* (FORBA u. a. 2006) zu nennen, die erstmals die Arrangements für nachhaltige Arbeit und Beschäftigung in fünf Wiener Kreativ-Branchen (Architektur, Design, Film/Rundfunk, Software/IT-Dienstleistung und Werbung) untersucht. Auf makroanalytischer Ebene geht es um die Erörterung von Arbeits-, Markt- und Betriebsstrukturen, um Mus-

ter von Produktion/Arbeitsorganisation, Beschäftigungsformen, Arbeitsbedingungen und Ressourcen. Im Fokus steht also nicht die Frage nach dem »Wie viel?« im Sinne des Erwerbspotenzials sondern nach dem »Wie gut?« im Sinne von Erwerbssicherheit und Arbeitsqualität.

Förderung der Kreativwirtschaft/Creative Industries

Österreich, Wien, Graz, Linz und Vorarlberg haben mit neuen Förderschienen reagiert um die positive Entwicklung der Kreativwirtschaft zu stärken und nachhaltig zu fördern. Die Strategien zielen darauf ab, positive Konkurrenz zu fördern, potenzielle Wirtschaftspartner zusammenzubringen und neue Kooperationsmodelle zu entwickeln. Maßnahmen zur Internationalisierung der Unternehmen sollen den Zugang zu Auslandsmärkten ermöglichen und die Auslandspräsenz fördern. Es geht um die Entwicklung von gemeinsamen Produktions- und Vermarktungsstrategien von Klein- und Mittelbetrieben, Aus- und Weiterbildungsangebote zur Professionalisierung der Geschäftstätigkeit, die Erschließung neuer Finanzquellen sowie neuer »business opportunities«.

In Wien wurde 2003 als 100-prozentige Tochter des *Wiener Wirtschaftsförderungsfonds* »*departure – wirtschaft, kunst und kultur gmbh*« gegründet, die im Bereich der Creative Industries als zentrale Anlaufstelle und Förderorganisation fungiert. *Departure* unterstützt UnternehmerInnen und UnternehmensgründerInnen der Creative-Industries-Bereiche Mode, Musik, Audiovision, Multimedia, Design, Verlagswesen, Kunstmarkt und Architektur. *Departure* ist kein Kunstförderer, sondern unterstützt die Integration kulturell/kreativen Schaffens in das Wirtschaftsgeschehen von Wien. Es werden Förderungen für die Entwicklung von kreativen Produkten und Dienstleistungen vergeben, um diese erfolgreich am Markt zu positionieren. Seit Mai 2004 wurden in 20 Programmen 128 von insgesamt 562 eingereichten Projekten mit einer Gesamtfördersumme von bislang zehn Millionen Euro gefördert.

Nur in wenigen anderen Städten gibt es ein derartiges Förderprogramm wie in Wien – dieser Weg der wirtschaftlichen und qualitätsorientierten Kreativitätsförderung gilt mittlerweile als Best-Practice-Modell.

Bereits vor der *departure*-Gründung hat es zwei *calls* (*ZIT*) gegeben: *Creative Industries Vienna 2002* und *Creative Industries Multimedia Vienna 2003*, für die jeweils 1,5 Millionen Euro zur Verfügung standen, mit denen zwischen 2002 und 2003 26 Projekte gefördert werden konnten. Aus der Umsetzung des ersten *calls* sind alleine 680 neue Arbeitsplätze hervorgegangen.

Seit 2004 gibt es außerdem das »iP ImpulsProgramm creativwirtschaft«, das von der *ARGE iP ImpulsProgramm creativwitschaft*, einer Gesellschaft der *Austria Wirtschaftsservice GmbH* und der *Wirtschaftskammer Österreich*, abgewickelt wird. Das Programm verbindet eine monetäre Förderung (iP-Förderung) mit Serviceleistungen der Wirtschaftskammer (z.B. Aus- und Weiterbildung, Netzwerke, Exportunterstützung). Das Programm mit *calls* in den Sektoren Musik, Multimedia und Design hatte bis Ende 2005 3,8 Millionen Euro zur Verfügung.

Nach einer von der *Österreichischen Kulturdokumentation* erstellten Expertise hat der *Wiener Wissenschafts-, Forschungs- und Technologiefonds* (*WWTF*) 2003 einen Fördertopf zum Forschungsschwerpunkt »Science for Creative Industries« eingerichtet, der im ersten *call* zehn Forschungsprojekte zur Entwicklung der *creative industries* am Standort Wien mit einer Summe von rund drei Millionen Euro gefördert hat und 2006 beim »Fünf-Sinne«-Projektcall neun von 34 eingereichten Projekten mit der Fördersumme von 3,4 Millionen Euro finanzierte.

Wohin geht die österreichische Kreativwirtschaft?

Die Datenlage und das empirische Material sprechen für sich: Das große Potenzial der Kreativwirtschaft/Creative Industries in Österreich zeigt sich in ihrer dynamischen Entwicklung: Sie verzeichnet einen Anstieg der Unternehmenszahl um ein Drittel beziehungsweise der Beschäftigtenzahl um 29 Prozent (ca. 400 000 Personen in der Kreativwirtschaft). Der Umsatz konnte um 49 Prozent, die Bruttowertschöpfung um 41 Prozent gesteigert werden. Die österreichischen Kreativwirtschaftsbetriebe erzielen jährlich Erlöse und Erträge von 18,3 Milliarden Euro, der Beitrag der Branche zur österreichischen Bruttowertschöpfung beläuft sich auf 7,2 Milliarden Euro.

Ein spezifisches Merkmal der österreichischen Kreativwirtschaft ist allerdings die wirtschaftliche Interdependenz zwischen Teilen der Kreativwirtschafts-Unternehmen und der öffentlichen Kunst- und Kulturfinanzierung: Die im Vergleich zu anderen Ländern noch relativ hohen öffentlichen Kulturausgaben, die in den Betrieb von Kulturaufführungsstätten, Museen, Festivals und Kulturevents oder in das direkte Kunst- und Kulturschaffen fließen, stellen einen wesentlichen wirtschaftlichen Bestandteil im Rahmen des gesamten Marktvolumens (sei es im Zulieferungs- oder im nachgelagerten Verwertungsbereich) sowie der wirtschaftlichen Prosperität von kreativwirtschaftlichen Unternehmen dar. Das heißt, dass das öffentlich finanzierte Kunst- und Kulturgeschehen nicht unwesentlich als Auftraggeber beziehungsweise Partner von Kreativwirtschafts-Unternehmen fungiert und Teile des Kulturbudgets der wirtschaftlichen Förderung von Unternehmen zugute kommen.

Aber das große wirtschaftliche Potenzial wird von den Künstlern, den Kulturschaffenden und vor allem von der Kulturpolitik noch nicht wirklich genützt, denn in Österreich sind Berührungsängste und Ressentiments zwischen den kreativen und den ökonomischen Akteuren festzustellen. Man verfängt sich in ideologischen Gegensätzen: Neoliberaler Ökonomismus trifft auf eine wertestiftende Kunst- und Kulturauffassung. Für die Wirtschaftspolitik sind die Künstler zu wenig unternehmerisch, für die Kulturpolitik ist die Wirtschaft zu wenig künstlerisch orientiert.

Zahlen und Fakten liegen zwar vor, Feinanalysen und Strategien aus kulturpolitischer Perspektive fehlen aber noch. Zu beantworten wären vor allem die Fragen: Welche Rolle erfüllen Kulturinstitutionen und -betriebe für die Entwicklung der

Kreativwirtschaft? Wie soll und kann der öffentliche und intermediäre Sektor durch die *Creative Industries* zu neuen Entwicklungen animiert werden? Wie stark sind die Kreativwirtschaft/Creative Industries in der Lage originäre Kulturprodukte und Kreativleistungen zu entwickeln, die nachhaltige Effekte erzielen können? Entsteht mit dem neuen (auch politischen) Fokus auf die Kreativwirtschaft ein neues Konkurrenz- und Spannungsverhältnis zwischen autonomer Kunstszene und kreativwirtschaftlich Tätigen? Verändert die strategische Einbeziehung Kunstschaffender in Wirtschaftsprozesse den Autonomie- und Kunstbegriff? Welche Instrumentarien hat die Kulturpolitik um – trotz Budgetknappheit der öffentlichen Mittel – auf die dynamische Entwicklung der Kreativwirtschaft zu reagieren? Wie könnte ein Kompetenztransfer von der Kunst in die Wirtschaft und von der Wirtschaft in die Kunst in der Praxis aussehen? Was ist die Zukunft der kreativen Ökonomie, der Kulturindustrien, der ökonomischen Innovation und der Interaktion von Kultur und Ökonomie?

Diese Fragen hat die Kulturpolitik in Österreich noch nicht gestellt, da die Kreativwirtschaft bisher nicht in die kulturpolitische Agenda aufgenommen wurde. Die Wirtschaftspolitik ihrerseits hat Förderungen geschaffen, die aber nicht in erster Linie Künstlern/Kreativen zugute kommen. Es handelt sich in den meisten Fällen um reine Unternehmensförderungen, die rein ökonomische Interessen erfüllen.

Der Kulturarbeitsmarkt expandiert, die Nachfrage nach kulturnahen Dienstleistungen wächst. Kulturelle und künstlerische Kompetenzen sind eine wichtige Innovationskraft im gesellschaftlichen Strukturwandel. Nur: Wer ist dafür der richtige Partner? Die Kultur-, die Wirtschafts-, die Bildungs-, die Finanzpolitik – oder alle zusammen?

Links
www.kulturdokumentation.org
www.creativwirtschaft.at
www.departure.at
www.wifo.at
www.forba.at

Literatur

FORBA (2006 a): *Nachhaltige Arbeit und Beschäftigung in Wiener Creative Industries*, Wien

FORBA (2006 b): *Kunst/Dienst/Leistung – Innenansichten zur Arbeit in den Wiener Creative Industries*, Wien

FORBA/Joanneum Research Forschungsgesellschaft mbH (2006): *Zwischen Unabhängigkeit und Zukunftsangst – Quantitative Ergebnisse zur Arbeit in den Wiener Creative Industries*, Wien

Häfele, Eva/Greussing Kurt (2007): *Creative Industries in Vorarlberg. Eine Maßnahmenorientierte Untersuchung*, im Auftrag von *Wirtschaftsstandort Vorarlberg GesmbH*, Dornbirn

Joanneum Research ForschungsgmbH/Institut für Technologie- und Regionalpolitik (2006): *Potenzialanalyse Kreativwirtschaft im Großraum Graz*, im Auftrag der *Wirtschaftskammer Steiermark*, Graz

KMU Forschung Austria (Hrsg.) (2006): *Zweiter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht*, im Auftrag des *Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Kultur*, des *Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit*, des *Staatssekretariats für Kunst und Medien des Bundeskanzleramts* sowie der *ARGE creativwirtschaft austria* der Stabsabteilung Wirtschaftspolitik der *Wirtschaftskammer Österreich*, Wien

KMU Forschung Österreich und IKM (Hrsg.) (2003): *Erster Österreichischer Kreativwirtschaftbericht*, im Auftrag des *Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Kultur*, des *Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit*, des *Staatssekretariats für Kunst und Medien* sowie der *Wirtschaftskammer Österreich*, Wien

MKW Wirtschaftsforschung GmbH/Österreichische Kulturdokumentation/Empirica Delasasse/Interarts, Economix Research/Consulting und Wimmex AG (2000): *Ausschöpfung und Entwicklung des Arbeitsplatzpotenzials im kulturellen Sektor im Zeitalter der Digitalisierung*, im Auftrag der Europäischen Kommission, DG Employment and European and Social Affairs, Wien

OÖ Technologie und Marketing GmbH (Hrsg.) (2006): *Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz*, bearbeitet vom *Linzer Institut für qualitative Analysen (Liqua)*, im Auftrag des Landes Oberösterreich, Linz

Österreichische Kulturdokumentation/Mediacult/WIFO (2004): *Untersuchung des ökonomischen Potenzials der Creative Industries in Wien*, durchgeführt im Auftrag der Stadt Wien, der *Wirtschaftskammer Wien* und des *Filmfonds Wien*, Wien

WIFO (2006): *Arbeitsplatzeffekte und Betriebsdynamik in den Wiener Creative Industries*, Wien

Zukunftszentrum Tirol (Hrsg.) (2005): *Kreativwirtschaft: Nutzt Tirol seine Chancen?*, Innsbruck

Helga Trüpel

Kulturwirtschaft in der europäischen Diskussion

Auch auf der europäischen Ebene hat es in den vergangenen Jahren ein Umdenken beim Thema Kulturwirtschaft gegeben. Aufgebrochen wurde die starre Debatte zwischen dem Gedanken von der Kultur als reinem Selbstzweck auf der einen und der totalen Ökonomisierung von Kultur auf der anderen Seite. Sowohl die Kommission der Europäischen Union (EU) als auch das Europäische Parlament (EP) betonen die Bedeutung der Kreativindustrien als Teil der Lissabon-Strategie für wirtschaftliches Wachstum, ohne zugleich die Kulturpolitik rein wirtschaftlichen Zwängen zu unterwerfen. Die Kreativindustrien und damit auch die Kulturwirtschaft werden zudem zunehmend als eigene Wirtschaftssektoren verstanden.

Im Mai 2007 veröffentlichte die EU-Kommission ihre *Mitteilung über eine europäische Kulturagenda im Zeichen der Globalisierung.* Darin betont die Kommission die Bedeutung der Kultur für die Einigung Europas und sieht zugleich die kreativen Unternehmer und eine lebendige Kulturindustrie als einzigartige Innovationsquelle für die Zukunft. Die Einzigartigkeit und auch der Erfolg der EU liege in der Fähigkeit begründet, Geschichte, Sprache und Kultur der Mitgliedsstaaten zu respektieren. Kulturelle Vielfalt und der interkulturelle Dialog seien wichtiger Bestandteil einer globalen Ordnung, die auf Frieden und gegenseitigen Respekt hinzielt.

Die EU-Kommission will und muss natürlich das Subsidiaritätsprinzip in der Kulturpolitik berücksichtigen. Nach Artikel 151 des EU-Vertrages sind in erster Linie die Mitgliedsstaaten für die Kulturpolitik zuständig, in föderal strukturierten Ländern wie Deutschland sogar die regionale Ebene, also die Bundesstaaten. Dennoch sieht die Kommission das laufende Kulturprogramm der Gemeinschaft (2007–2013) als Erfolg. Tausende Kulturorganisationen werden damit finanziell unterstützt. Auch andere Programme der EU haben enorme Auswirkungen auf die Kulturwirtschaft, zum Beispiel Fremdsprachenförderung, Projekte für das lebenslange Lernen oder Austauschprogramme wie »Erasmus« und »Erasmus Mundus«.

Film und andere audiovisuelle Medien werden im Programm »MEDIA« bereits seit 1991 gefördert und damit in ihrer internationalen Wettbewerbsfähigkeit bestärkt.

Für die europäische Kulturwirtschaft sind die Ziele einer europäischen Kulturagenda bedeutsam. Explizit geht es um die Förderung der Kultur als Katalysator für Kreativität im Rahmen der Lissabon-Strategie für Wachstum und Beschäftigung. Einer Studie der Kommission zufolge arbeiteten im Jahr 2004 über fünf Millionen Bürgerinnen und Bürger der »alten« EU, also der fünfzehn westeuropäischen Mitgliedsstaaten, im Kultursektor. Das sind über drei Prozent der berufstätigen Bevölkerung. Der Kultursektor erwirtschaftete ein Jahr zuvor 2,6 Prozent des EU-Bruttoinlandprodukts und wuchs von 1999 bis 2003 erheblich stärker als die Gesamtwirtschaft. Damit schafft die Kulturwirtschaft neben den ideellen, nicht in kalten Bilanzen verortbaren Werten auch einen klar sichtbaren Beitrag zur Wettbewerbsfähigkeit Europas. Diesen Aspekt der Kulturwirtschaft will die Kommission weiter bestärken, indem der Kultursektor vermehrt in Programme zum lebenslangen Lernen einbezogen wird, indem Künstlerinnen und Künstler in den Bereichen Management und Unternehmertum fortgebildet werden und indem der Kultursektor in kreative Partnerschaften mit anderen Wirtschaftssektoren eingebunden wird, etwa Forschung oder Tourismus.

Das Europäische Parlament berät gerade einen Bericht des EP-Ausschusses für Kultur und Bildung, *Kulturwirtschaft im Rahmen der Lissabon-Strategie.* Der Ausschuss hält fest, dass Staatshilfen und Subventionen für den kreativen Sektor eine Investition und kein Luxus sind. Auch betont der Bericht die Bedeutung von kleinen und sehr kleinen Unternehmen für den Kreativsektor. Diese Einschätzung deckt sich mit der Überzeugung der Grünen Partei in Deutschland und Europa. EP-Berichterstatter Guy Bono fordert von den Mitgliedsstaaten neue und innovative Formen des lebenslangen Lernens, die kreatives Talent fördern. Auch verdiene die Branche Vorteile bei der steuerlichen Abschreibung sowie eine reduzierte Mehrwertsteuer auf ihre Produkte und Dienstleistungen. Bemängelt werden zudem die noch immer unzureichende Geschlechterbalance in den Kreativindustrien zum Nachteil der Frauen sowie deren teils schlechtere Bezahlung. Zudem mahnt der EP-Kulturausschuss eine verstärkte Einbeziehung der Kultur, insbesondere der Kulturwirtschaft, in die Außenpolitik der Union an. Grenzüberschreitende Mobilität sei gerade für die Kulturbranche von besonderer Wichtigkeit.

Die Kommission hatte in ihrer *Mitteilung über eine europäische Kulturagenda im Zeichen der Globalisierung* auf den wichtigen Beitrag der EU dazu verwiesen, das *Unesco-Übereinkommen zum Schutz und zur Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen* im März 2007 in Kraft treten zu lassen. Es scheint jedoch, muss ich hierzu kritisch anmerken, dass bestimmte EU-Kommissare, darunter der Ire Charlie McCreevy und der Brite Peter Mandelson, eine Zeit lang davon ausgingen, dass die Konvention nur für das Feld der kulturellen Zusammenarbeit gilt und daher nur in der Beziehung zu Drittländern, aber nicht innerhalb der EU-Mitgliedsländer. Wie ich im November 2007 auf der Unesco-Konferenz in Paris ausführte, *muss* das Unesco-Übereinkommen auch im gemeinsamen Markt angewendet werden, also innerhalb der

EU gelten, sonst hat es für uns wenig Sinn. Diese Ansicht wird vom Kulturausschuss des Europäischen Parlaments geteilt: Auch der Ausschuss klagt die Anwendung des Unesco-Übereinkommens im gemeinsamen Markt ein.

Inzwischen hat auch die Kommission klar gestellt, dass unsere Interpretation des Unesco-Übereinkommens von Anfang an richtig war: Es gilt nach Innen ebenso wie nach Außen, gilt also auch im gemeinsamen Markt der Europäischen Union. Der Kulturausschuss des Europäischen Parlaments wird scharf beobachten, ob sich die Kommission auch an diese Interpretation hält und ob neue europaweite Gesetze in diesem Sinne entworfen werden.

Seit über zehn Jahren beteilige ich mich an der Debatte über die Kreativindustrien, zunächst auf föderaler Ebene (Stichwort kreative Stadt Bremen), dann auf europäischer. Dabei fand und finde ich die Thesen des US-Ökonomen Richard Florida sehr bedeutend, seine Idee der »drei Ts«, die eine Stadt oder Region wirtschaftlich – und vor allem kreativ-wirtschaftlich – voranbringen, beziehungsweise die Voraussetzung waren für bereits sichtbaren wirtschaftlichen Erfolg: **T**echnologie, **T**alente, **T**oleranz.

Bei **T**echnologie geht es mir vor allem um Öko-High-Tech, etwa im Energiebereich. Die wirkliche Innovation kommt meist nicht aus den großen Konzernen, sondern von kleinen Neugründungen mit flachen, noch nicht verknöcherten Hierarchien und Strukturen. Das muss auch die Europäische Union beachten, wenn es um die überfällige Neuausrichtung der Subventionspolitik geht. Agrarexportsubventionen müssen so schnell wie vertraglich möglich angeschafft werden, die Gelder sollten in innovative und kreative Wirtschaftsbereiche fließen.

Stichwort **T**alente: Hier ist die Bildungspolitik genauso gefragt wie die Wirtschaftspolitik. Erste wenn eine gute Infrastruktur an Bildungs- und Forschungseinrichtungen in einer Region vorhanden ist, kommen die klugen jungen Köpfe. Aus erfolgreichen Forschungsprojekten werden Existenzgründungen, etwa im Bereich Öko-High-Tech, die sich dann nachhaltig auf die Wirtschaftsstärke der Region auswirken. Strukturprogramme der EU müssen in diesem Sinne und mit diesen Schwerpunkten aufgebaut werden.

Aber erst die **T**oleranz einer Region trägt maßgeblich dazu bei, kreative Kräfte anzulocken. Die Kreativindustrie floriert nicht in der Ständegesellschaft, sondern benötigt maximale gesellschaftliche Durchlässigkeit. Schwule und Lesben müssen sich in der Stadt oder Region wohl fühlen, und Migranten und deren Nachwuchs müssen echte Aufstiegschancen sehen, die nicht durch Ausgrenzung und Anfeindungen beschnitten werden. Die Grundwerte der EU könnten dafür einen Leitfaden bilden.

Die »drei Ts« sind also wichtige Voraussetzung für eine kreative Region, aber auch für ein kreatives Europa. In den Strategiepapieren der EU, etwa in der Lissabon-Strategie, findet sich das zum großen Teil auch wieder. Doch in der Realität können immer noch viel zu wenig europäische Regionen von sich behaupten, diese Vorgaben für einen kreativwirtschaftlichen Aufschwung verwirklicht zu haben.

Es geht dabei auch nicht um eine Ökonomisierung der Kultur, wie Kritiker früher fanden, sondern um eine innovativere Wirtschaftspolitik. Kreative Köpfe wollen nur dort arbeiten, wo auch das Kulturangebot stimmt. Ein reiches Netzwerk von Galerien, Kleinkunstbühnen, Kneipen und Restaurants macht eine Region auch wirtschaftlich attraktiv, weil neue Mitarbeiter gerne dort hinziehen. Wissenschaft schafft Innovation und macht die Region somit interessanter *und* wirtschaftlich erfolgreicher.

Zumindest in der Theorie sind diese Ideen inzwischen fast überall in Europa angekommen. Nachhaltige Arbeitsplatzerschaffung kann nur auf diese Weise geschehen. Man möge sich nur vorstellen, die vielen Millionen an Fördergeldern aus regionalen und europäischen Quellen wären nicht an Nokia gegangen, sondern dazu verwendet worden, die Stadt Bochum im Sinne von Richard Florida noch attraktiver zu machen. Wissenschaft, Forschung, regionale Kultur und innovative High-Tech-Betriebe hätten auch nur einen Bruchteil der Subventionen erhalten, die der *global player* bekam. Eins wäre klar – die Stadt Bochum würde noch sehr lange von weiser Kultur- und Wirtschaftspolitik im Sinne der Kreativindustrie profitieren.

Cornelia Dümcke

Kulturwirtschaft in Entwicklungsländern

Entwicklungspolitische Dimension einer Debatte

Dilbar Ashimbaeva ist Kostümgestalterin und arbeitet für Theater- und Filmproduktionen in Kirgisistan. Sie ist zugleich Kreativdirektorin des von ihr gegründeten *Dilbar Fashion House* in Bishkek. Vor einigen Jahren eröffnete sie den allerersten Modesalon in der kirgisischen Hauptstadt. Ihre Mode lebt von der Verschmelzung aus traditionell gewebten kirgisischen Stoffen mit modernem Design und wird mittlerweile international vertrieben.

Dinara Chochunbaeva ist Spezialistin für Kunsthandwerk im zentralasiatischen Raum. Sie ist eine der Gründerinnen von *CACSA (Central Asian Crafts Support Association)*, einer Nichtregierungsorganisation (NGO), die seit Ende der neunziger Jahre als Dachorganisation die Produktentwicklung und das Marketing von Kunsthandwerk aus Zentralasien erfolgreich betreibt. Die 7000 Mitglieder, zu denen selbständige Kunsthandwerker, Künstler- und Designstudios und Kunsthandwerkszentren gehören, stammen neben Kirgisistan, dem Sitz von *CACSA*, aus Tadschikistan, Usbekistan, Turkmenistan und Kasachstan. 2008 erhält *CACSA* auf der Internationalen Kunstmarktmesse in Santa Fe den »Award of Excellence« der UNESCO (früher benannt als »Seal of Excellence for Handycraft«).

Dilbar und Dinara sind Unternehmerinnen in einem Wirtschaftszweig, dessen entwicklungspolitisches Potenzial zunehmend ins Blickfeld gerät: den so genannten *creative industries*.

Ein globaler UN-Report lässt aufhorchen

Der Anteil der Güter und Dienstleistungen der kreativen Industrien am Welthandel hat sich gemessen in der zurückliegenden Dekade von 227,4 Milliarden Dollar (1996) auf 424,4 Milliarden Dollar (2005) fast verdoppelt. Im jährlichen Durchschnitt wurde ein Zuwachs von 8,7 Prozent erreicht. Heute entspricht dies einem Anteil am Welthandel in Höhe von circa 3,4 Prozent. Wenngleich die »entwickel-

ten« Ökonomien (Industriestaaten) die Exportbilanz deutlich dominieren, haben die Entwicklungs- und Schwellenländer ihren Anteil am Export von Gütern und Dienstleitungen der kreativen Industrien von Jahr zu Jahr erhöhen können, wenngleich mit erheblichen Differenzierungen nach Weltregionen beziehungsweise Ländern.

Das geht aus dem »Creative Economy Report 2008« (UNCTAD 2008) hervor, den die *UN-Konferenz für Handel und Entwicklung (UNCTAD)* zusammen mit vier anderen UN-Organisationen[1] in einer informellen Arbeitsgruppe in einem längeren Prozess erarbeitet und im April veröffentlicht hat. Hierbei handelt es sich um den ersten globalen Report der UN zur Kreativwirtschaft (*creative economy*). Dessen Daten zum Handel mit kreativen Gütern und Dienstleistungen, weltweit in einem vergleichenden Überblick zusammengestellt, basieren auf der Auswertung des Anteils der Güter und Dienstleistungen der kreativen Industrien an den Handelsbilanzen der Länder. Nach *UNCTAD* gelten sie als das »Herz« der Kreativwirtschaft. Dabei wird eine weit gefasste Definition der *creative industries* wie folgt unterstellt:

- »Creative industries can be defined as the cycles of creation, production and distribution of goods and services that use creativity and intellectual capital as primary inputs;
- constitute a set of knowledge-based activities, focused on but not limited to arts, potentially generating revenues from trade and intellectual property rights;
- comprise tangible products and intangible intellectual or artistic services with creative content, economic value and market objectives;
- are at the cross-road among the artisan, services and industrial sectors; and
- constitute a new dynamic sector in world trade.« (UNCTAD 2008: 4)

Der Untertitel des Reports – »The Challenge of Assessing the Creative Economy: towards Informed Policy-making« – kennzeichnet das Ziel der UN-Initiative: die Herausforderung zu begreifen, die weltweit mit dem Wandel der Ökonomien verbunden ist, die Spezifik und Komplexität der Prozesse zu verdeutlichen, die Branchen, Unternehmen und Akteure der kreativen Industrien heute kennzeichnen und, nicht zuletzt, die politischen Akteure auf nationaler und internationaler Ebene in Bezug auf die ökonomische, soziale und kulturelle Bedeutung der kreativen Industrien zu sensibilisieren. Er erweitert damit die lange geführte normative Debatte zu Kultur und Entwicklung in der Entwicklungspolitik um die ökonomische Dimension der Kulturwirtschaft für den Entwicklungsprozess.

Wie die Dynamik des kreativen Sektors entwicklungspolitisch noch besser nutzbar zu machen ist, steht offensichtlich als eine der zentralen Fragen hinter der UN-Initiative.

1 *UNDP (United Nations Development Programme), UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation), WIPO (World Intellectual Property Organisation), ITC (International Trade Center).*

Wer aber profitiert?

Kreative Industrien verwandeln die kulturellen Traditionen eines Landes in marktfähige Produkte und Dienstleistungen und integrieren moderne Technologie in die Herstellung und den Vertrieb.

Beispiele dafür finden sich heute auch in Entwicklungsländern zahlreich: von Andre Hellers Afrika-Show, den Karnevaltraditionen in Lateinamerika und der Karibik bis zum allgemeinen Ethno-Trend in der Mode.

Dennoch, konstatiert *UNCTAD*: »Unglücklicherweise ist die große Mehrheit der Entwicklungsländer noch nicht in der Lage, ihre kreativen Kapazitäten für ihre Entwicklung zu nutzen.« (UNCTAD 2008: 6)

Von dem Wachstum profitieren vor allem die Industrieländer. Dennoch nutzen Länder in Asien und im Mittleren Osten ihr Potenzial. China ist mittlerweile vom Label »Made in China« gewechselt zu »Created in China«. Mit einem Anteil von 18,3 Prozent war China 2005 weltweit noch vor Italien und den Vereinigten Staaten der größte Exporteur kreativer Güter. Der Anteil der restlichen Entwicklungsländer lag bei 22 Prozent. Der Anteil der afrikanischen Länder am weltweiten Handel mit kreativen Gütern und Dienstleistungen lag 2005 mit 1,7 Milliarden US-Dollar zwar nur bei 0,4 Prozent. Er hat sich aber in den vergangenen fünf Jahren verdoppelt. 2005 verabschiedeten die afrikanischen Kulturminister den »Nairobi Action Plan on Cultural Industries in Africa«.

Der *UNCTAD*-Report ist zum einen starke politische Botschaft an die einzelnen Länder. Begrenzter Zugriff auf Kapital und Informations- und Kommunikationstechnologien, Weltmarktkonkurrenz und unzureichende Vermarktung sind Schlüsselprobleme auch der kreativen Industrien in Entwicklungsländern. Es wird, so der Report, darauf ankommen, Rahmenbedingungen zu schaffen, damit die Entwicklungsländer von ihren kulturellen Ressourcen »profitieren« können. Ökonomische und kulturelle Entwicklung sind nicht voneinander unabhängig. Dazu ist die Vielfalt künstlerischer und kultureller Traditionen zu erhalten und fortzuentwickeln, und zu begreifen, dass im Potenzial der kulturellen und kreativen Akteure neben dem kulturellen und sozialen auch ein »wirtschaftlicher Mehrwert« zugunsten von Entwicklung steckt.

Der *UNCTAD*-Report kann zum anderen aber auch als eine deutliche Aufforderung an alle im entwicklungspolitischen Feld international tätigen staatlichen und nichtstaatlichen Organisationen verstanden werden.

Aufforderungen an die entwicklungspolitischen Akteure

Die normative Debatte zum Stellenwert von Kultur im Entwicklungszusammenhang ist seit Beginn der siebziger Jahre in der internationalen Entwicklungszusammenarbeit wiederholt geführt worden. Denn der Zusammenhang von Kultur und Entwicklung tangiert die im internationalen Feld tätigen Institutionen per se aufs Engste (Schönhuth 2005).

So hat es viele kultur- und entwicklungspolitische *landmarks* gegeben, um Kultur von den Rändern ins Zentrum politischer Strategien für Entwicklung zu bringen.[2] Bereits mit der Weltkonferenz über Kulturpolitik 1998 in Stockholm und spätestens seit der »Allgemeinen Erklärung zur Kulturellen Vielfalt« von 2001 waren der Erhalt kulturellen Erbes, die Förderung kultureller Identität und der Schutz der kulturellen Vielfalt wiederholt als Schlüsselthemen nachhaltiger Kultur- und Entwicklungspolitik identifiziert.

Dies hat zu einem komplexeren Entwicklungsbegriff in der internationalen Entwicklungspolitik beigetragen und seinen wohl sichtbarsten Ausdruck in der Forderung eines »Dialogs auf gleicher Augenhöhe« gefunden. Gleichwohl blieb, trotz wiederholter Begründungen und politischer Bekenntnisse zur Bedeutung der kulturellen Dimension von Entwicklung, weltweit eine Diskrepanz zwischen Worten und Taten.

Zu konstatieren ist zugleich, dass Kultur eine ambivalente Projektionsfläche zur Begründung des Gelingens oder Scheiterns von Entwicklungsansätzen ist. Stand beispielsweise in der Transformationsforschung zu den Ländern Ost-Mitteleuropas zunächst die Frage im Vordergrund, inwieweit das kulturelle Erbe des Staatssozialismus eine Barriere für erfolgreiche politische und ökonomische Reformen darstellt, wird seit Mitte der neunziger Jahre darüber gestritten, inwiefern kulturelle Differenzen zwischen den Ländern für den unterschiedlichen Verlauf der Transformation verantwortlich sind, das heißt warum sich einige Länder politisch und wirtschaftlich »schneller« entwickeln als andere. (Dümcke/Volke 2006: 8)

Mit der Ratifizierung des »Übereinkommen über den Schutz und die Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen« (UNESCO Übereinkommen 2005) als Magna Charta der internationalen Kulturpolitik hat nun die Unterstützung von Entwicklungsländern bei Erhalt und Entwicklung ihrer kulturellen und kreativen Ressourcen in jüngster Zeit eine substantielle politische Fundierung erhalten.

Die Konvention enthält in Präambel und Artikeln erstmalig die explizite Aufforderung zur Verknüpfung von Kulturstrategien mit Entwicklungspolitik und Entwicklungszusammenarbeit.

Artikel 13 der Konvention – *Integration der Kultur in die nachhaltige Entwicklung* – stellt fest: »Die Vertragsparteien bemühen sich, die Kultur auf allen Ebenen in ihre Entwicklungspolitik zu integrieren, um Voraussetzungen zu schaffen, die der nachhaltigen Entwicklung dienen, und innerhalb dieses Rahmens die Aspekte, die in Zusammenhang mit dem Schutz und der Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen stehen, zu begünstigen.«

Artikel 14 – *Zusammenarbeit zu Gunsten der Entwicklung* – stellt die Stärkung der Kulturwirtschaft in Entwicklungsländern an den Anfang. Ansatzpunkte werden unter anderem darin gesehen, indem

2 Vgl. unter anderem »Weltdekade der kulturellen Entwicklung« 1988 bis 1997 der UNESCO, 1993 Gründung der Weltkommission für Kultur und Entwicklung; 1995 Veröffentlichung des Weltberichts »Our Creative Diversity«; 1998 Bericht des Europarats »In from the margins«; UNESCO Weltkulturkonferenzen 1998, 2000, 2004.

- die Kapazitäten für die Herstellung und den Vertrieb von Kulturgütern in Entwicklungsländern geschaffen und verstärkt werden;
- ihren kulturellen Aktivitäten, Gütern und Dienstleistungen ein breiterer Zugang zum Weltmarkt und zu den internationalen Vertriebsnetzen erleichtert wird;
- das Entstehen funktionsfähiger lokaler und regionaler Märkte ermöglicht wird;
- eine geeignete Zusammenarbeit zwischen den entwickelten Ländern und den Entwicklungsländern, unter anderem in den Bereichen Musik und Film, gefördert wird.« (UNESCO Übereinkommen 2005: Artikel 14)

Schließlich hebt die »Europäische Kulturagenda im Zeichen der Globalisierung« hervor: »Die rasche Umsetzung des UNESCO-Übereinkommens über den Schutz und die Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen unterstreicht die neue Rolle der kulturellen Vielfalt auf internationaler Ebene: Die Gemeinschaft und ihre Mitgliedstaaten haben sich verpflichtet, eine neue kulturelle Säule des globalen Regierens und der nachhaltigen Entwicklung zu stärken, vor allem durch die Förderung der internationalen Zusammenarbeit.« (Europäische Kulturagenda 2007: 11)

Vor dem Hintergrund dieses Prozesses ist zu fragen, wie weit in konkreter Entwicklungsarbeit, und hier sind ausdrücklich die international tätigen staatlichen und nichtstaatlichen Organisationen der Entwicklungszusammenarbeit gemeint, Kultur und eben auch Kulturwirtschaft als eine Dimension von beziehungsweise Sektor für Entwicklung strategisch eingebettet und mit geeigneten Programmen, Instrumenten sowie Ressourcen ausgestattet ist.

Kultur- und Kreativwirtschaft – ein strategisches Handlungsfeld der Entwicklungspolitik?

Zu dieser Frage ist nur beschwerlich ein Überblick zu gewinnen. Einige exemplarische Beobachtungen können aber dazu dienen, existierende Strategien und Modelle der Einordnung von Kultur- und Kreativwirtschaft in die Entwicklungszusammenarbeit fragmentarisch zu demonstrieren.[3]

Zu beobachten ist in jüngster Zeit, dass sich etliche bilaterale staatliche Institutionen, aber auch zahlreiche, ursprünglich im Kultursektor beheimatete NGOs zu Kultur und Kulturwirtschaft im Entwicklungszusammenhang strategisch neu orientieren.

- Die schwedische Entwicklungsagentur *SIDA* hat seit 1998 einen Förderschwerpunkt »Kultur und Medien«, der erst jüngst noch einmal neu definiert wurde (SIDA 2006).

3 Die Autorin war für die deutsche Entwicklungsorganisation *GTZ GmbH* und die *Schweizer Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit (DEZA)* mit verschiedenen Projekten im Kontext von Kultur und Entwicklung beauftragt. Für die *GTZ* hat sie am gemeinsam mit dem *Goethe Institut* durchgeführten Projekt »Fortschritt in unterschiedlichen Kulturen« mitgewirkt. Für die *DEZA* hat sie die Kulturprogramme im Westbalkan sowie in Zentralasien für die neue Programmphase konzipiert (s. DZA 2003, Dümcke 2004 und 2007).

- Die Finnische Entwicklungsorganisation *FINNIDA* hat seit 2001 eine »Road Map for Culture and Development«.
- Der *British Council* entwickelte 1999 eine Strategie zu Kunst, Kultur und Entwicklung und hat eine Evaluierung großer Entwicklungsakteure in Bezug auf Kultur und Entwicklung durchführen lassen. Auch im NGO-Sektor Großbritanniens finden sich zahlreiche Initiativen. (Gould/Marsh 2005)
- Die österreichische Entwicklungsagentur *OEZA* hat im Zuge einer Neuordnung ihrer Entwicklungspolitik eine große Querschnittsevaluierung zum Thema Kultur und Entwicklung durchgeführt.
- Die Niederlande unterstützen aktuell zahlreiche NGO-Initiativen im Bereich kultureller Zusammenarbeit und Entwicklung, stark unterstützt vom *Prinz-Claus-Fund*.
- Die Schweizer Entwicklungsorganisation *DEZA* reserviert seit 2003 ein Prozent ihres Entwicklungsbudgets für Kultur und hat als Leitlinie für die eigene Organisation »Grundsätze der *DEZA*-Kulturarbeit« formuliert (DEZA 2003). Auf dieser Grundlage haben sich im Rahmen der entwicklungspolitischen Aktivitäten der Schweiz unterschiedliche Modelle der expliziten Förderung kultureller und kulturwirtschaftlicher Prozesse von Ländern in »Transition« entwickelt. So existiert ein erkennbares Kultur- und Kunstförderprogramm der *DEZA* im Westbalkan, mandatiert bei *Pro Helvetia* im Programmmanagement, mit einem starken Focus auf Förderung lokaler, darunter auch kulturwirtschaftlicher Akteure. In Zentralasien werden mit den »Art and Culture Programmes« (ACP) der *DEZA* lokale kulturelle Akteure und Projekte unterstützt, um sowohl verschüttete kulturelle Praxen (zum Beispiel Sprachen, Musik, Kunsthandwerk) als auch neue kulturelle Ausdrucksformen sowie einen länderübergreifenden kulturellen Dialog zwischen Usbekistan, Kirgisistan und Tadschikistan zu unterstützen. *CACSA*, die eingangs erwähnte Dachorganisation für das Kunsthandwerk in Zentralasien, hat in der Gründungsphase durch das *ACP* der *DEZA* in Zentralasien im besten Sinne Unterstützung im *capacity building* erhalten.
- Die deutsche *Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH* hat mit mehreren Initiativen ihr Selbstverständnis zum Zusammenhang von Kultur und Entwicklung vorangetrieben, unter anderem mit der in Kooperation mit dem *Goethe-Institut* konzipierten internationalen Konferenzserie »Fortschritt in unterschiedlichen Kulturen« und mit eigenen »Runden Tischen zu Kultur und Entwicklung« in fünf Weltregionen.

Die Beispiele ließen sich fortsetzen. Die Erfahrung der Abschlusskonferenz der »Runden Tische zu Kultur und Entwicklung« der *GTZ* in Berlin hat gezeigt, dass sowohl bei den entwicklungspolitischen als auch bei den kulturpolitischen Akteuren ein großes Bedürfnis zum Austausch in Bezug auf nachhaltige Konzepte und Modelle zu Kultur und Entwicklung besteht, national wie international.

Nach dem politischen Impuls der UNESCO-Konvention wird abzuwarten sein, ob Kultur und mit ihr auch die Kulturwirtschaft als ein »neuer« Gegenstand

von Entwicklungspolitik und Entwicklungszusammenarbeit stärker als bisher erkannt und gestaltet werden kann.

In Bezug auf die Messung der multiplen gesellschaftlichen Wirkungen der kreativen Industrien sind heute reichlich Fragen offen, was auch der *UNCTAD*-Report wiederholt betont. Die methodischen und empirischen Grundlagen ihrer Erfassung sind tatsächlich erheblich »entwicklungsbedürftig«. Bezogen auf den Beitrag der entwicklungspolitischen Akteure in dieser Sache wird beispielsweise an frühe Instrumente der Entwicklungsplanung wie »Social Account Matrices« (SAM) erinnert, die in Zukunft für Bereiche der *creative industries* nutzbar wären. (UNCTAD 2008: 65) Vielleicht kann also auch das vorhandene instrumentelle Know-how der Akteure der Entwicklungszusammenarbeit für den Bereich der kreativen Industrien – im breit verstandenen Sinne der *UNCTAD*-Definition – für den Erhalt und die Entwicklung kultureller und kreativer Ressourcen genutzt werden, um die Argumente weiter zu schärfen und neue Praktiken zu entwickeln.

Zu hoffen ist, dass Unterstützung von Entwicklungsländern beim Aufbau einer eigenständigen Kulturwirtschaft künftig ein Handlungsfeld der internationalen Entwicklungspolitik und Entwicklungszusammenarbeit wird. Allerdings wird dies in einem entscheidenden Maße auch davon abhängen, wie nationale Kultur- und Bildungspolitiken in den betreffenden Ländern entwickelt und gestärkt werden können.

Literatur

Deutsche UNESCO-Kommission (1998): *Kultur und Entwicklung. Zur Umsetzung des Stockholmer Aktionsplanes*, Bonn

DEZA (2003): *Kultur ist kein Luxus. Kultur in Entwicklung und Zusammenarbeit*, hrsg. v. *Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit (DEZA)* sowie *Eidgenössischem Department für Auswärtige Angelegenheiten (EDA)*, Bern

Dümcke, Cornelia (2007): *Art and Culture Programmes in Central Asia. Report im Auftrag der Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit (DEZA*), Berlin/Bern (internes Papier)

Dümcke, Cornelia (2004): *Zur kulturellen Dimension der Entwicklungszusammenarbeit der GTZ. Bericht zur Orientierungsphase der GTZ-Eigenmaßnahme Nr. 20.02.9128.6*, Berlin/Eschborn

Dümcke, Cornelia/Volke, Kristina (Hrsg.) (2006): *Entwicklung gestalten – Perspektiven für den kulturellen Wandel in Ostdeutschland. Dokumentation des Gesprächskreises auf Schloss Genshagen am 25. und 26. November 2005*, http://www.stiftung-genshagen.de/infos/dt/ber/25.11.2005.pdf

Europäische Kulturagenda (2007): *Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen über eine europäische Kulturagenda im Zeichen der Globalisierung*, Brüssel: Kom (2007) 227

Gould, Helen/Marsh, Mary (2005): *Culture – Hidden Development. Creative Exchange*, London

SIDA (2006): *Policy Culture and Media in Development Cooperation*, hrsg. v. *Swedish International Development Cooperation Agency*, Stockholm

Schönhuth, Michael (2005): *Glossar zu Kultur und Entwicklung*, hrsg. v. *Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH*, Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit (DEZA), http://www.alt.uni-trier.de/ kulturglossar/html/literatur.html

UNCTAD (2008): *Creative Economy Report 2008. The Challenge of Assessing the Creative Economy: towards Informed Policy-making,* download des Reports unter http://www.unctad.org/creative-economy sowie

UNESCO Übereinkommen (2005): *Übereinkommen über den Schutz und die Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen. Generalkonferenz der Organisation der Vereinten Nationen für Erziehung, Wissenschaft und Kultur*, Paris: UNESCO

Walter Siebel

Was macht eine Stadt kreativ?

Städte waren immer Orte, wo das Neue in die Welt kam, weit mehr als ländliche Regionen und große Städte mehr als kleine. Was macht Städte zu Zentren von Innovation und Kreativität? Ich werde zunächst die eher banale Antwort kritisieren, die Florida (2002) auf diese Frage gibt (I), dann einige tiefer reichende Erklärungen diskutieren (II) und zum Schluss auf die unangenehmen Seiten einer kreativen Stadt eingehen (III).

I

Die Antwort auf die oben gestellte Frage scheint einfach: Erstens sind Städte die bevorzugten Standorte der Institutionen, in denen Neues produziert wird – Universitäten, Forschungseinrichtungen, innovative Betriebe, Galerien und Theater. Städte sind zweitens seit je her die bevorzugten Ziele der Migranten und damit Orte, in die neue Ideen von außerhalb importiert werden. Schließlich drittens, und das ist die Antwort, die Florida gibt, sind Städte die bevorzugten Wohnorte der so genannten Kreativen, worunter Florida hochqualifizierte Arbeitskräfte der Wissensökonomie versteht. Städte sind kreativ, weil in ihnen kreative Menschen wohnen, weil sie Standort kreativer Betriebe und Importeure neuer Ideen sind.

Diese Einsicht ist ebenso richtig wie banal. Richtig, denn in der Tat konzentrieren sich die Betriebe der Wissensökonomie auf die Städte und insbesondere die der Kreativwirtschaft auf die Zentren. Zahl und Dichte der Betriebe der Kreativwirtschaft sind am höchsten im Zentrum und sinken zum Stadtrand hin (Ebert/Kunzmann 2007: 67), und wo ihre Arbeitsplätze sich konzentrieren, sind plausiblerweise auch die hochqualifizierten Arbeitskräfte zu finden. Florida kehrt allerdings die Kausalität um: Die Kreativen entscheiden sich für die Städte, weil sie dort leben wollen, und die Betriebe der Wissensökonomie, weil sie auf diese Arbeitskräfte angewiesen sind, müssen ihnen dahin folgen – jobs to people, nicht people to jobs. Was die Kreativen in die Städte, insbesondere in bestimmte Städte zieht, ist ein tolerantes, abwechslungsreiches, urbanes Milieu. Die Urbanität einer Stadt wird damit als weicher Standortfaktor begriffen, als ein unverzichtbares Element der gehobenen Konsumansprüche hochqualifizierter Arbeitskräfte.

An dieser Argumentation ist vielfältige Kritik geübt worden.

- *Nichts Neues*: Florida biete nur einen gut formulierten Neuaufguss von Erkenntnissen, die von anderen (Bell, Reich) und in der Wertwandelforschung schon vor langer Zeit formuliert worden sind (Göschel 2007).
- *Empirisch falsch*: Das höchste Wachstum gemessen an der Zahl der Arbeitsplätze, der Bevölkerung und der Formierung großer Unternehmen finde in Städten mit massiver Suburbanisierung, niedrigen Steuern und einem freundlichen Geschäftsklima wie Las Vegas und Memphis statt – nicht talent, technology and tolerance, die drei Ts von Richard Florida, sondern skills, sun and sprawl (Malaga/Glaeser, nach: Peck 2005: 14).
- *Sozialpolitisch blind*: Florida vertrete nur netter formuliert eine neoliberale Position, wenn er Flexibilität und Selbstverantwortung als die Maximen der Kreativen anpreise. Seine stadtpolitischen Empfehlungen seien nur eine Modernisierung und Erweiterung der klassischen Maßnahmen zur Aufwertung und Gentrifizierung der Innenstädte. Er vernachlässige systematisch die negativen Seiten dieser Entwicklung, nämlich die komplementäre Zunahme von schlecht bezahlten, niedrig qualifizierten und unsicheren Arbeitsplätzen in den personenbezogenen Dienstleistungen, durch die erst die Voraussetzungen für den aufwendigen Lebensstil der Kreativen geschaffen würden, kurz: Er übersehe die soziale Polarisierung der Stadt, wie sie als Folge von Gentrifizierung, Dienstleistungs- und Wissensökonomie und Globalisierung auftrete (Peck 2005).

Diese Kritiken sind zutreffend. Hier aber soll weiter danach gefragt werden, ob Floridas Argumentation etwas beitragen kann zur Frage nach der Kreativität von Stadt. Florida betont zu recht die Attraktivität einer urbanen Stadt für hochqualifizierte Arbeitskräfte und die Betriebe der Wissensökonomie. Deshalb empfiehlt er jedem Stadtpolitiker, die besonderen Qualitäten urbaner Milieus zu stärken, um das scheue Wild der Kreativen auf den eigenen Acker zu locken. Danach aber wäre nicht die Stadt kreativ, allein ihre Bewohner und Betriebe wären es. Die Stadt ist nur deren bevorzugtes Umfeld. Florida banalisiert Urbanität zum konsumierbaren Ambiente einer kaufkräftigen und anspruchsvollen Schicht von Dienstleistungsbeschäftigten. Stadt ist Standort und nicht Quelle des Neuen. Deshalb trägt seine Argumentation wenig, um nicht zu sagen gar nichts bei zur Frage, was denn die soziale Tatsache Stadt selber zum kulturell produktiven Ort machen könnte.

II

Diese Frage ist heute nicht mehr so leicht zu beantworten wie im Mittelalter. Damals gab es eine besondere Stadtkultur, die in einem höchst ambivalenten Verhältnis zum Land stand: zugleich in revolutionärer Spannung und in funktionalem Austausch. Max Weber hat die europäische Stadt als einen Fremdkörper in der Gesellschaft des Mittelalters bestimmt. Sie war als marktförmig organisierte Ökonomie und demokratisch verfasste Politik das ganz Andere des feudalistischen Herrschaftssystems und der Selbstversorgungswirtschaft des »Ganzen Hauses« auf dem Land. Die europäische Stadt des Mittelalters ist für Weber der

neben dem Protestantismus entscheidende Grund, weshalb sich nur in Europa Kapitalismus, Demokratie und rationales Recht, also die moderne Gesellschaft entwickeln konnten. Heute ist der Stadt das Land als ihr gesellschaftliches Gegenüber abhanden gekommen. In einer vollständig urbanisierten, demokratisch verfassten und marktförmig organisierten Gesellschaft wie der europäischen, so ließe sich argumentieren, werde auch die Qualität der Stadt, ihre Urbanität, zum ubiquitären Phänomen. Damit verlöre Stadtkultur ihre qualitative Besonderheit, die produktive Spannung der Stadt zum Land löste sich auf in einem mehr oder weniger vom Gleichen, allenfalls wäre die kulturelle Produktivität der großen Stadt etwas größer und etwas besser als die in Kleinstädten oder auf dem Land. Stimmt das?

Die erste Antwort auf die Frage nach der besonderen Produktivität der Stadt hat Georg Simmel gegeben: Es sind die auf der Hand liegenden Merkmale, die eine städtische Siedlung vom Land unterscheiden: Größe, Dichte und Heterogenität der Bevölkerung. Die schiere Zahl der Menschen bedingt, dass noch das ausgefallenste Kulturangebot eine ökonomisch tragfähige Nachfrage findet und umgekehrt noch das eigenartigste Bedürfnis seine Befriedigung erfährt. Wenn jeder tausendste Stadtbewohner ein Avantgarde-Konzert besucht, so kommen in einer Millionenstadt tausend Menschen zusammen, in einer Kleinstadt von Zehntausend aber nur zehn. In der großen Stadt kann sich ein weitgefächertes kulturelles Angebot entfalten. Das wiederum treibt eine entsprechende Bildung des Publikumsgeschmacks voran. Es entsteht ein positiver Kreislauf gegenseitiger Differenzierung von Angebot und Nachfrage. Tritt zur Größe noch die Dichte der Großstadt, so wächst die Chance zur Spezialisierung bei Betrieben und Arbeitskräften, das heißt die Chance zu mehr Heterogenität, denn Größe und Dichte der Stadtbevölkerung treiben die Arbeitsteilung voran. Eine hoch differenzierte Arbeitsteilung aber ist eine entscheidende Bedingung von Produktivität. Das ist gerade in der Kreativwirtschaft und der Kulturproduktion zu beobachten. Sie ist durch kleine Betriebe und äußerst flexible und prekäre Beschäftigungsverhältnisse gekennzeichnet. Ihre Produktionen sind häufig nach dem Jam-Session-Modell organisiert: Für ein bestimmtes Vorhaben werden kurzfristig hochspezialisierte Arbeitskräfte benötigt, die für eine beschränkte Zeit intensiv projektförmig zusammenarbeiten, um dann wieder auseinander zu gehen. Das ist nur möglich, wenn einerseits – aus Sicht der Betriebe – ein genügend differenziertes Arbeitskräftepotenzial kurzfristig verfügbar ist, also möglichst viele Spezialisten in prekären Arbeitsverhältnissen, und andererseits – aus Sicht der Arbeitskräfte – eine genügend dichte Nachfrage nach ihren Leistungen besteht, also möglichst viele Betriebe mit kurzfristig zu bewältigenden Projekten.

Nach dieser Argumentation korreliert die kulturelle Produktivität einer Stadt positiv mit der Größe, Dichte und Heterogenität ihrer Bevölkerung. Diese Korrelation aber ist nicht zwingend. In schrumpfenden Städten muss die kulturelle Produktivität nicht sinken. Der Zusammenhang von kultureller Produktivität mit der Größe und Dichte einer Stadt kann durch andere Faktoren modifiziert werden. Bildung, Kaufkraft und Subventionen können den Rückgang der Bevölke-

rungszahl kompensieren. Ebenso wenig zwingend ist der Zusammenhang mit dem Faktor Dichte. Dichte ist ein selten klar definiertes Konzept. Meist wird eine hohe Kontaktdichte kurzschlüssig mit physischer Dichte gleichgesetzt. Aber physische Nähe an sich sagt ebenso wenig aus über die Qualität der Kontakte, die dadurch ermöglicht werden, wie die Zahl der Einwohner etwas aussagt über die Qualität ihrer kulturellen Interessen. Physische Nähe ist unabdingbare Voraussetzung für bestimmte Kontakte, etwa Prügeleien oder Umarmungen, aber welchen Verlauf eine Begegnung nimmt, entscheidet sich nach den sozialen Kontexten innerhalb derer sie zustande kommt. Die Nachbarschaft bildungsorientierter Migranten zu deutschen Grünalternativen mag produktive interkulturelle Diskurse auslösen, die zu deutschen Verlierern des ökonomischen Strukturwandels wird eher zu aggressiver gegenseitiger Abgrenzung führen. Zu unterscheiden ist die physische, die soziale, die kognitive, die institutionelle und die organisatorische Dichte. In Konzepten des *cluster building*, des *industrial districts* oder des innovativen Milieus werden zum Beispiel physische und organisatorische Dichte vermengt. Aber organisatorische Dichte kann die physische weitgehend überflüssig machen. Das wird eindrucksvoll durch den Erfolg multinationaler Unternehmen belegt, deren Zusammenhalt durch *shared knowledge* gewährleistet wird (Becker 1996), Wissen, das im Falle solcher Unternehmen über die Organisation und nicht über physische Dichte geteilt wird.

Größe, Dichte und Heterogenität sind notwendige aber keine hinreichenden Erklärungen für eine besondere Produktivität von Stadt. Eine Kasernenstadt kann sehr groß und sehr dicht sein, sie ist dennoch kein Ort des Neuen. Armeen sind vollständig integrierte Institutionen, in denen jeder seinen Rang und seine Rolle kennt. Es fehlt die prinzipielle Offenheit sozialer Beziehungen, die unvollständige Integration, wie es Bahrdt nennt, die erst die Möglichkeit eröffnet, dass Neues entstehen kann. Die frühen asiatischen und südamerikanischen Städte waren große und dicht bewohnte Siedlungen, aber sie waren rückwärtsgewandte Utopien, Abbild des ursprünglichen göttlichen Schöpfungsplans. Jeder Wandel ihrer sakralisierten Strukturen bedeutete, sich vom Heil des Ursprungs weiter zu entfernen. Das Neue war ihr Feind, nicht ihre Ratio wie in der europäischen Stadt. Es sind die von Weber formulierten Merkmale der europäischen Stadt, die aus Größe, Dichte und Heterogenität der Stadtbevölkerung erst Faktoren einer produktiven Stadtkultur machen: Markt, Demokratie und rationales Recht. Größe, Dichte und Heterogenität entfalten ihre produktiven Kräfte unter Bedingungen marktförmig organisierter Wirtschaft, demokratischer Politik und Rechtsstaatlichkeit. Unter diesen Bedingungen können Größe und Dichte die Arbeitsteilung vorantreiben und damit zu mehr Heterogenität und Differenz führen, was wiederum die urbane Lebensweise als die Kunst eines zivilisierten Umgangs mit Fremdheit notwendig macht. Das soll im Folgenden begründet werden.

Bei Georg Simmel ist noch eine weitere Erklärung für die Kreativität von Stadt zu finden. Sie liegt in der Stadt als einem Ort, der systematisch die Chance und den Zwang zu kritischer Reflexion und damit zur Entstehung des Neuen produ-

ziert. Distanz ist eine Bedingung der Reflexion. Nietzsches Wanderer spricht: man muss es »machen, wie es ein Wanderer macht, der wissen will, wie hoch die Türme einer Stadt sind: dazu verlässt er die Stadt« (Nietzsche 1955: 54). Wie Nietzsche hat auch Simmel (1992) an der Figur des Wandernden die Bedingungen produktiven Denkens dargestellt. Aber bei ihm kommt der Wandernde anders als bei Nietzsche aus der Ferne in die Stadt. Heute muss man *in* die Städte gehen, um Distanz zum konventionellen Denken zu gewinnen, denn Städte produzieren systematisch kritische Distanz. Einer dieser Mechanismen sind Wanderungsbewegungen. Städte sind von je her die bevorzugten Ziele von Wanderungsbewegungen. Wanderer bringen Neues an einen Ort. Auch Simmel betont zunächst die Rolle des Fremden als Importeur von neuen Ideen. Aber wichtiger ist für ihn an der Figur des Fremden ein sozialstrukturelles Element, er nennt es die »Einheit von Nähe und Entferntheit« (Simmel 1992: 765), die den Fremden zum »objektive(n) Mensch(en«) werden lässt. Der Fremde, der der eigenen Kultur nicht mehr und der neuen noch nicht angehört, ist zur Reflexion zugleich gezwungen und befähigt: »Er ist der Freiere, praktisch und theoretisch, er übersieht die Verhältnisse vorurteilsloser, misst sie an allgemeineren, objektiveren Idealen und ist in seiner Aktion nicht durch Gewöhnung, Pietät, Antezedentien gebunden.« (Ebd.: 767) Bei Nietzsche ist es die heroische Leistung des einsamen Genies, das sich aus dem Alltag löst und so die Distanz gewinnt, die Vorbedingung jeder kritischen Reflexion ist: kritisches Denken als individuelle Begabung und Neigung. Simmel dagegen beschreibt eine soziale Rolle, das heißt eine sozialstrukturell definierte Chance, die zugleich einen Zwang zur Reflexion beinhaltet. Bei ihm ist der Zuwanderer »... der, der heute kommt und morgen bleibt« (Simmel 1992: 764). Von woanders herkommend trägt er kritische Distanz in die Stadt hinein, da er als Fremder in ihr bleibt. In der Stadt ist »der Ferne nah ... Der Fremde ist ein Element der Gruppe selbst.« (Ebd.: 765)

Aber auch Simmels Migrant ist nur eine Form sozialstrukturell ermöglichter und erzwungener Reflexion. Moderne Gesellschaften produzieren aus sich heraus jene Distanz, die der Intellektuelle Nietzsches im heroischen Schritt aus der vertrauten Stadt heraus für sich erobert und die dem Simmelschen Migranten beim nicht minder mutigen Schritt in eine fremde Stadt hinein aufgenötigt wird. Das grün-alternative Studentenmilieu, das Milieu der deutschen Oberschicht, die verschiedenen Subkulturen von Jugendlichen und die Reste des traditionellen Arbeitermilieus, sie alle sind Milieus von Einheimischen, aber sie dürften sich gegenseitig mit mindestens ähnlicher Befremdung wahrnehmen wie ein deutscher Industriearbeiter seinen türkischen Kollegen. Heutige Großstädte lassen sich definieren als Orte, an denen Fremde wohnen. Nur auf dem Dorf gibt es keine Fremden. Städte produzieren strukturell soziale und kulturelle Distanzen, also Fremdheit. Der Fremde ist der prototypische Städter. Im öffentlichen Raum der Stadt begegnet jeder, auch der Einheimische, dem andern als ein Fremder.

Wenn aber Fremdheit und Differenz nicht erst durch Migration in eine Stadt und damit in die Gesellschaft importiert, sondern aus der Gesellschaft heraus

ständig produziert werden, müssen moderne Gesellschaften auch vor aller Migration Mechanismen entwickeln, um mit Fremdheit und Differenz umzugehen. Wie schaffen es moderne Gesellschaften, bei andauernder Produktion von Differenz und wechselnden Fremdheiten nicht nur halbwegs konfliktfrei sondern sogar produktiv zu funktionieren? Anders gefragt: Wie wird in modernen Gesellschaften Integration geleistet und was gewährleistet in der Stadt als einem Ort des Zusammenlebens von Fremden den Zusammenhalt der Stadtgesellschaft in einer Weise, dass Differenz nicht vernichtet wird?

Moderne Gesellschaften werden nicht durch Homogenität integriert sondern durch die Fähigkeit, Differenz auszuhalten. Dazu haben moderne Gesellschaften vier Mechanismen der Integration entwickelt, deren Logik durchweg auf der Dethematisierung von Differenz beruht. Diese Mechanismen sind der Markt, das Recht, die Demokratie und die urbane Lebensweise. Der Markt ist farbenblind. Auf ihm zählen allein marktfähige Ressourcen: Geld, nachgefragte Waren und Qualifikation. Religion, politische Überzeugung und soziale Herkunft werden systematisch ausgeblendet. Auch Justitia ist blind. Vor dem Gesetz sind alle Bürger gleich, unabhängig von Macht und Geld. Das Recht macht sich sogar mittels Antidiskriminierungsgeboten und Gleichbehandlungsgesetzen zum Wächter der Neutralität in anderen gesellschaftlichen Sphären. Am demokratischen Prozess wiederum kann jeder teilnehmen, der die Bürgerrechte besitzt und die Verfassung achtet. Seine soziale Herkunft und ökonomische Potenz zählen nicht: one man one vote. Und schließlich begegnet jeder dem anderen im öffentlichen Raum der Stadt mit urbaner Indifferenz. Ob der Fremde zu Hause im Koran liest oder atheistische Pamphlete verfasst, erfährt man gar nicht erst. Die von Simmel mit den Begriffen Distanziertheit, Blasiertheit, Gleichgültigkeit und Intellektualität beschriebene urbane Lebensweise, die urbane Indifferenz des gelernten Großstädters, seine Fähigkeit, die Fremdartigkeit des Fremden gleichsam systematisch zu übersehen, ist die Vorbedingung für das Nebeneinander der unterschiedlichsten Fremdheiten in der modernen Großstadt. Die urbane Lebensweise ist eine Bedingung für Stadt als Ort, wo »... man ohne Angst verschieden sein kann« (Adorno 1964, 131).

So ist es in der Theorie. In der Wirklichkeit werden in Markt, Demokratie, Recht und Stadt keineswegs nur die jeweils funktional interessierenden Eigenschaften eines Individuums wahrgenommen und alles andere systematisch dethematisiert. Aber das ist kein durchschlagender Einwand. Entscheidend ist, dass die Dethematisierung von Differenz in der Logik dieser vier Systeme liegt, das heißt, dass sie um so besser funktionieren, je weniger sie diskriminieren. Ein Markt, von dem die Besitzer marktfähiger Güter aufgrund etwa rassistischer Vorurteile ausgeschlossen bleiben, erzielt keine optimalen Ergebnisse, ein politischer Prozess, in dem die Interessen bestimmter Bevölkerungsgruppen systematisch vernachlässigt werden, wird auf Dauer erhebliche Konflikte produzieren, ein Rechtsystem, in dem Reichtum Recht verschaffen kann, verliert seine Legitimität, und eine Stadt ohne die Blasè-Attitude des gelernten Großstädters würde in Chaos versinken.

Doch nicht jeder Städter verfügt über die Fähigkeit zu urbaner Indifferenz. Um sich so verhalten zu können, sind ökonomische, soziale und psychische Unabhängigkeit vorausgesetzt. Wer auf andere angewiesen ist, kann sich eine blasierte Attitüde ihnen gegenüber nicht leisten. Deshalb findet man den gelernten Großstädter auch nicht in den »städtischen Dörfern« der Zuwanderer und der Unterschicht. Da sie nicht genügend in die formellen Systeme von Markt und Wohlfahrtsstaat integriert sind, bleiben ihre Angehörigen auf die informellen Hilfsnetze der Nachbarn, Freunde und Verwandten angewiesen, um in der Stadt zurecht zu kommen. Urbane Indifferenz ist nur lebbar auf der Basis einer erfolgreichen Integration in den Markt oder wenigstens in ausreichende sozialstaatliche Sicherungssysteme (Häußermann 1995). Und abgesehen davon dürfte ein Leben in dauernder intellektualisierter Distanz und Blasiertheit wohl kaum mit psychischer Gesundheit einhergehen. Ebenso wenig wie ohne ökonomische Autonomie ist der Simmelsche Großstädter ohne eine gesicherte und erfüllte private Sphäre denkbar (Siebel 2004: 26). Diese Voraussetzungen sind aber nur für Minderheiten gegeben. Die urbane Indifferenz als universeller Typus der Bewältigung der Verunsicherungen durch die stadttypische Nähe des Fremden ist nur unter der kontrafaktischen Annahme gleicher Teilhabe aller an den sozialen, politischen und ökonomischen Systemen der Gesellschaft denkbar. Simmels gelernter Großstädter als universeller Typus einer Dethematisierung von Differenz gehört in die Utopie ökonomischer Chancengleichheit, durchgesetzter Demokratie, allseitig gelungener sozialer Integration und psychischer Gesundheit. In der Realität treffen die Zuwanderer nicht auf ein wohlsituiertes akademisches Milieu sondern sie werden durch die Filtermechanismen der Wohnungsmärkte in Nachbarschaft zu den deutschen Verlierern des Strukturwandels gebracht. Verlierer aber sind selten in der Lage, offen und tolerant mit Fremdheit umzugehen, im Gegenteil, sie brauchen Sündenböcke, eine Rolle, für die gerade Zuwanderer sich gut eignen. Kein Wunder, wenn solche Quartiere weniger Orte kreativer Auseinandersetzung mit Differenz sind als Orte aggressiver gegenseitiger Abgrenzung.

Deshalb verfügt die Stadt noch über einen zweiten Mechanismus, um Differenz zu dethematisieren, ohne Differenz vernichten zu müssen: die Konzentration verschiedener sozialer Gruppen in unterschiedlichen Quartieren der Stadt. Jeder Stadtbewohner sucht Konflikte zu minimieren. Wenn Blasiertheit und Gleichgültigkeit nicht auf entsprechende Verhaltensweisen treffen oder nicht praktikabel sind wie in einer länger bestehenden Nachbarschaft, dann geht man dem im Wortsinn aus dem Wege: Man zieht in eine Nachbarschaft um, wo man auf ähnliche Verhaltensweisen und Orientierungen trifft. Segregation verringert die Konfliktmöglichkeiten zwischen unterschiedlichen Lebensweisen, indem sie soziale und kulturelle Differenzen in räumliche Distanzen übersetzt.

Urbane Lebensweise und Segregation sind nur negative Voraussetzungen einer produktiven Stadtkultur als Kultur der Differenz. Räumliche Distanz und die Indifferenz des gelernten Großstädters helfen, Konflikte zu vermeiden. Die urbane Lebensweise und die sozialräumliche Segregation erkaufen durch den Verzicht

auf Kommunikation gleichsam ein Nebeneinanderherleben von Fremden. Das Produktive der urbanen Differenz aber ist nicht schon dadurch gewährleistet, dass man sich gegenseitig in Ruhe lässt. Bahrdt beschreibt das als die nur negative Bedingung von Öffentlichkeit. Es müsse aber noch eine positive hinzukommen, dass nämlich »dennoch Kommunikation und Arrangement zustande kommen« (1998: 93). Für Bahrdt ist das durch stilisierendes und repräsentierendes Verhalten, das über die Distanz hinweg etwas mitteilt, gewährleistet. Simmel betont im Sinne Durkheims die Arbeitsteilung als Integrationsmechanismus, wobei gerade unter großstädtischen Bedingungen sich besonders differenzierte arbeitsteilige Verhältnisse herausbilden.

Die dritte Bedingung ist die Dichte der Kontakte. Solche Dichte kann sich auf vielfältige Weise herstellen (s. o.). Räumliche Dichte kann temporär sein, wenn sich »räsonierende Privatleute« (Habermas 1990) zum Publikum einer Aufführung etwa im Theater versammeln. Sie stellt sich aber auch – und das ist der weit wichtigere räumliche Mechanismus dichter Kommunikation – dauerhaft her innerhalb segregierter und dadurch intern homogener Wohnquartiere. Um die eigene Religion praktizieren, den eigenen Lebensstil leben oder auch nur um die eigene Sprache sprechen zu können, suchen die Menschen die Nachbarschaft mit Gleichgesinnten. Urbane Differenz braucht, um sich zu entfalten oder auch nur zu erhalten, Zeiten und Räume der Homogenität. Deshalb gibt es in jeder Stadt nicht nur temporäre Versammlungen von Menschen mit ähnlichen Interessen und die dauerhafte Konzentration bestimmter sozialer Gruppen in bestimmten Wohnquartieren, sondern auch räumliche Cluster von Betrieben oder Geschäften der selben Branche. So kann man gerade bei den rein technisch gesehen wenig standortgebundenen Arbeitsplätzen der modernen wissensbasierten Industrien eine teilweise verblüffende Konzentration auf die großen Städte und hier sogar auf einzelne Straßenzüge und Quartiere beobachten. Dadurch kann sich ein Milieu entwickeln, das die in diesen Branchen geforderte Kreativität fördert. Ähnlich verhält es sich bei der dauerhaften Konzentration sozial und kulturell homogener Gruppen in unterschiedlichen Wohnquartieren. Segregation dient hier nicht nur der Vermeidung von Konflikten, indem soziale Distanz in räumliche übersetzt und dadurch entschärft wird. Kulturelle Segregation, die räumliche Konzentration von Menschen mit verwandten normativen Orientierungen, Interessen und Lebensweisen in einzelnen Stadtquartieren erleichtert auch die Bewahrung und die Ausdifferenzierung von Besonderheit. Die nach sozialen und kulturellen Merkmalen segregierte Stadt ist nicht nur ein Produkt der Zwänge von Immobilienmärkten und Diskriminierung. Es gibt auch freiwillige Segregation. Diese ist eine wesentliche Voraussetzung für die Entfaltung von Differenz als der entscheidenden Bedingung der Produktivität von Stadt. Die Spezialisierung der verschiedenen Orte einer Stadt auf unterschiedliche Tätigkeiten oder kulturelle Milieus hilft, deren Besonderheiten zu entfalten und kann dadurch die Produktivität der Stadt steigern. Segregation leistet damit auf der Ebene sozialer Gruppen das, was die Privatsphäre auf der Ebene der Individuen leistet. Hoch segregierte Räume sind quasi die »Privat-

sphären« sozialer Gruppen. Und das kann eine Bedingung produktiver Stadtkultur sein, wie es die individuelle Privatsphäre für eine funktionierende Öffentlichkeit räsonierender Privatleute ist.

Das lokalisierte Milieu als eine Bedingung für die Entfaltung einer kulturellen »Szene« aber ist nicht ohne Ambivalenz. Wo schlägt produktive Binnenintegration in sklerotische Abschottung gegen außen um, und wo liegt die Grenze, an der Homogenität Exklusivität zur Folge hat, die den Anderen nicht mehr herein lässt? Entscheidend ist auch hier, wie Segregation zustande kommt, ob freiwillig auf Grund ähnlicher Interessen, Präferenzen und gemeinsamer Angewiesenheit auf bestimmte Infrastrukturen, oder ob sie erzwungen ist. Erzwungene Segregation wird mit resigniertem Rückzug oder aggressiver Selbstabgrenzung gegen Außen beantwortet. Das Konzept der kreativen Stadt als Mosaik städtischer Dörfer hebt die Polarität von Öffentlichkeit und Privatheit von der Ebene des Individuums auf die Ebene der Gruppe als Träger von Differenz, eine pluralistische Formulierung des Konzepts der bürgerlichen Öffentlichkeit. So wie der Simmelsche Großstädter das psychisch, sozial und ökonomisch selbständige Individuum voraussetzt, das über eine private Sphäre gesicherter Autonomie verfügt, so hier die kreative Stadt die Verfügung der Gruppe über einen geschützten Raum, in dem sie ihre Besonderheit entfalten kann. Aber ebenso wie die bürgerliche Öffentlichkeit eine kontrafaktische Annahme darstellt, so ist die Stadt als Mosaik gleichberechtigter aber differenter Welten ein kontrafaktischer Entwurf, denn sie unterstellt Freiwilligkeit der räumlich geformten Differenz, also Segregation ohne politische (Wohnungszuweisung), soziale (Diskriminierung) und ökonomische (Kaufkraft auf dem Wohnungsmarkt) bedingte Zwänge. Segregation würde auch unter den Bedingungen vollständiger Freiwilligkeit bei der Wahl des Wohnstandorts nicht aus den Städten verschwinden, im Gegenteil, aber sie wäre als freiwillig gesuchte und nach außen durchlässige anders beschaffen als die heute vorherrschende, über den Immobilienmarkt und soziale Ungleichheit erzwungene Form der Segregation.

Eine analoge Problemstellung findet sich in der Theorie innovativer Milieus (Camagni 1991). Sie erklärt Innovation als Ergebnis einer labilen Balance, in der widersprüchliche Anforderungen einander die Waage halten. Innovative Milieus müssen danach Heterogenität und Homogenität wahren. Je heterogener die Akteursnetze sind, desto breiter das in ihnen präsente Kompetenzspektrum. Zugleich aber ist ein Mindestmaß an Homogenität Voraussetzung, damit überhaupt Austausch und Kommunikation zustande kommen können. Innovative Netzwerke zeigen Offenheit und Geschlossenheit, Homogenität und Differenz, Vertrauen und Fremdheit zugleich. Kooperation setzt Vertrauen und gemeinsame Orientierungen voraus, also Ressourcen die gewöhnlich in langjährig eingespielten Beziehungen gewachsen sind. Innovation aber braucht das Zusammenwirken mit Akteuren, die sich außerhalb der eingespielten Netze bewegen können. Innovative Milieus müssen das Dilemma lösen, ihre Netze nach außen offen zu halten, so dass ihre eingespielten Beziehungen und Problemlösungen irritiert werden können,

und sich soweit abzuschließen, dass Vertrauen und Handlungsfähigkeit gewahrt bleiben (Siebel/Ihlert/Mayer 2001).

In der Stadt als einem Mosaik gleichberechtigter kultureller Dörfer als Bedingung der Produktivität von Stadt verliert auch ein Begriff des öffentlichen Raums seine Gültigkeit, der die Öffentlichkeit städtischer Räume an der Präsenz prinzipiell aller Gruppen der Stadtbevölkerung misst. Zugänglichkeit im Sinne gleicher Chancen auf Teilhabe an den gesellschaftlichen Systemen von Politik, Ökonomie und sozialen Beziehungen kann nicht konkretistisch in räumliche Systeme übersetzt werden als Zugänglichkeit aller öffentlichen Räumen der Stadt jederzeit und für alle. Öffentlichkeit lässt sich räumlich allenfalls in Bezug auf die ganze Stadt definieren, nicht in Bezug auf einzelne Orte. Die Stadt als Mosaik verschiedener Lebenswelten, die sich berühren aber nicht durchdringen (Park/Burgess 1974: 40), ist nicht nur dem resignierten Rückzug vor den städtischen Konflikten geschuldet. Sie ist vielmehr räumliche Bedingung für die Entfaltung von Differenz, für die Möglichkeit, in einer Stadt verschiedene Lebensformen kennen zu lernen und ausprobieren zu können. Die Öffentlichkeit von Räumen bemisst sich dann an der Zugänglichkeit homogener Orte für Außenstehende, nicht an der Abwesenheit von Homogenität, also dem Grad der Mischung von Funktionen und sozialen Gruppen an jedem Ort (Wehrheim 2008).

Je größer und heterogener die Bevölkerung ist, je dichter die Kommunikation unter ihr, je besser Markt, Politik und Rechtsstaat funktionieren und je mehr urbane Lebensweise und freiwillige Segregation ein relativ konfliktfreies Zusammenleben von Fremden in der Stadt ermöglichen, desto produktiver ist die Stadt. Vereinfacht gesagt: Die kreative Stadt ist die alltäglich funktionierende Stadt, und die Bedingungen, die dieses alltägliche Funktionieren garantieren, sind zugleich die Bedingungen von Kreativität. Es sind kontrafaktische Bedingungen. In der Wirklichkeit heutiger Städte überlagern sich Diskriminierung und ökonomische Zwänge mit freiwilliger Segregation. Nur Minderheiten verfügen über die psychische, soziale und ökonomische Unabhängigkeit, um sich zugleich urban distanziert und in neugieriger Offenheit auf die Auseinandersetzung mit Fremdheit einzulassen. Markt, Demokratie und Recht sind nur als theoretische Modelle farbenblind. Es bleibt die Aufgabe einer Politik, die die Kreativität der Stadt unterstützen will, diesen idealen Bedingungen möglichst nahe zu kommen, indem sie die Funktionsfähigkeit dieser Mechanismen stärkt und im übrigen sich auf die Moderation von Konflikten konzentriert.

III

Aber selbst unter idealen Bedingungen wäre die kreative Stadt ein ungemütlicher Ort. Die kulturell produktive Stadt ist Ort eines gelingenden Zusammenlebens von Fremden. Der Fremde ist eine ambivalente Figur. Er weckt Neugier und Besorgnis, er steht für das Unbekannte und Bedrohliche aber auch für das elektrisierend Überraschende und Verlockende der urbanen Lebensweise. Diese Ambivalenz ist im ursprünglichen Gebrauch des Wortes »kreativ« im Deutschen enthalten. Das Wort »kreativ«, wörtlich schöpferisch, stammt aus dem Sa-

kralen. Es bezieht sich auf die *creatio* durch den Schöpfergott. Später wurde es säkularisiert zur Eigenschaft des produktiven Künstlers. Schumpeter hat Kreativität weiter entheiligt zur technischen Kategorie Innovation. Aber gerade in seiner Fassung des Begriffs ist die Ambivalenz von Kreativität bewahrt. Schumpeter betont Innovation als einen Prozess der schöpferischen Zerstörung. Damit Neues möglich wird, muss immer auch Altes zerstört werden, um Platz zu machen für das Neue. Im Englischen dagegen ist die Wortbedeutung von *creative* verallgemeinert zu einer Fähigkeit, die jedem höher qualifiziertem Beruf zukommt. Die deutsche Diskussion über kreative Stadt und Kreativwirtschaft hat diesen unspezifischen Gehalt des Begriffs übernommen. Kreativität ist zu einer Allerweltseigenschaft banalisiert. Damit aber ist auch das Beunruhigende und Bedrohliche des Begriffs verloren gegangen, die schöpferische Zerstörung, das Revolutionäre der Kunst, die zutiefst verunsichernde Wirkung des sozialen Wandels. Kreativität als schöpferischer Akt lebt von Spannungsverhältnissen. Die kreative Rolle der Stadt beruhte im europäischen Mittelalter auf dem Spannungsverhältnis zum Land. Aus Sicht der Stadt stand das Land für Unordnung und unbeherrschte Natur. Heute mit dem Ende des gesellschaftlichen Gegensatzes von Stadt und Land ist auch diese Möglichkeit der Externalisierung des Chaos, des Bösen, der Unordnung in die Natur draußen vor den Mauern der Stadt beendet. Seitdem ist das Unheimliche in der Stadt selber angesiedelt. Jack the Ripper ist ebenso Stadtbewohner wie der Golem. Die Stadt wird selber zur Wildnis, kein Wunder, dass diese Metapher im 19. Jahrhundert in der Literatur etwa bei Balzac (Stierle 1993) aufkommt, als zunächst die Industrialisierung den ökonomischen, später dann die Demokratisierung den politischen Gegensatz von Stadt und Land aufheben. Die kreative Stadt beruht auf internalisierten Spannungsverhältnissen: zwischen Nähe und Ferne, zwischen Vertrautem und Fremden, zwischen Gegenwart und Vergangenheit, Schönheit und Hässlichkeit, Sünde und Heiligkeit. Das sündige Babel ist untergegangen, das heilige Jerusalem wäre wohl sterbenslangweilig. Die kreative Stadt wird beides sein müssen. Und eine erfolgreiche Politik für eine kreative Stadt hätte sich um andere Stadtbewohner zu bemühen als nur um die Urbanität konsumierende kreative Klasse Floridas: Sie hätte dem Rat Athenes in der »Orestie« des Aischylos (zit. nach Muschg 2007: 32), zu folgen, auch die negativen Seiten des Urbanen zu internalisieren: »Gemeinden wir diese Töchter der Nacht ein. Errichten wir den Erinnyen ein Heiligtum in der Stadt. Ehren wir sie. So werden sie zu Eumeniden.«

Literatur

Adorno, Theodor W. (1964): *Minima Moralia*, Frankfurt am Main: Suhrkamp

Bahrdt, Hans-Paul (1998): *Die moderne Großstadt*, Opladen: Leske und Budrich

Becker, Ulrich (1996): *Das Überleben multinationaler Unternehmungen. Generierung und Transfer von Wissen im internationalen Wettbewerb*, Frankfurt am Main: Peter Lang

Camagni, Roberto (Ed.) (1991): *Innovation networks: spatial perspectives*, London/New York: Belhaven Press

Ebert, Ralf/Kunzmann, Klaus R. (2007): »Kulturwirtschaft, kreative Räume und Stadtentwicklung in Berlin«, in: *disp* 171 (4/2007), S. 64–79

Florida, Richard (2002): *The Rise of the Creative Class*, New York: Basic Books

Göschel, Albrecht (2007): »The Rise of the Creative Class: Zur Karriere eines Buches«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV/2007), S. 41

Habermas, Jürgen (1990): *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, Frankfurt am Main: Suhrkamp

Häußermann, Hartmut (1995): »Die Stadt und die Stadtsoziologie«, in: *Berliner Journal für Soziologie*, Heft 1/1995, S. 89–98

Muschg, Adolf (2007): »Kulturmacht Europa«, in *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 118 (III/07), S. 29–33

Nietzsche, Friedrich (1955): »Die Fröhliche Wissenschaft«, in: *Werke in drei Bänden*, II. Bd., München: Carl Hanser

Park, Robert E./Burgess, Ernest W. (1974): *The City*, Chicago u. a.: University of Chicago Press

Peck, Jamie (2005): »Banal urbanism: creativity as scalar narrative«, Paper presented at the Studies in Political Economy Conference »Towards a political economy of scale«, Toronto: York University, Febr. 3–5, 2005

Siebel, Walter (Hrsg.) (2004): *Die europäische Stadt*, Frankfurt am Main: Suhrkamp

Ders./Ihlert, Oliver/Mayer, Hans-Norbert (2001): »Staatliche Planung von Innovation«, in: *Leviathan*, Heft 4/2001, S. 526–543

Simmel, Georg (1992): »Exkurs über den Fremden«, in: ders.: *Soziologie. Georg Simmel Gesamtausgabe*, Bd. 11, Frankfurt am Main: Suhrkamp S. 764–771

Ders. (1993): »Die Großstädte und das Geistesleben«, in: ders.: *Das Individuum und die Freiheit*, Frankfurt am Main: Fischer, S. 192–204

Stierle, Karlheinz (1993): »Einleitung«, in: ders. *Der Mythos von Paris*, München/Wien: Carl Hanser, S. 12 ff.

Wehrheim, Jan (2008): *Der Fremde und die Ordnung der Räume*, Oldenburg: Universität Oldenburg (Habilitationsschrift)

Albrecht Göschel

Kreative Stadt: Modernisierung mit Folgen

In seiner populären, eher banalen Verwendung meint der Begriff »kreative Stadt« nichts anderes, als einen Wirtschaftsstandort mit möglichst vielen Unternehmen der so genannten Kreativwirtschaft oder *cultural industries*. »Kreative Stadt« ist demnach als Konzept einer Wirtschaftsförderung zu verstehen, das auf solche Wirtschaftssektoren zielt, von denen man sich hohe Wachstumsraten vor allem der Arbeitsplatzzahlen in wirtschaftlichen Sektoren mit gehobenen Einkommen verspricht. Mit dem anspruchsvollen, urbanistischen, der Ideenwelt der »europäischen Stadt« verpflichteten Begriff von »Kreativität« oder »kreativer Stadt«, wie ihn Walter Siebel (2008) in diesem Band entfaltet, hat diese Wachstumsstrategie wenig zu tun.

Dieser triviale Kreativitätsbegriff bezeichnet Arbeitsabläufe und Ergebnisse von Labors und Instituten des »Forschungs- und Entwicklungsbereiches«, von Verlagen, der Musikindustrie oder der Medien. Zwar tendieren manche Abgrenzungen des Gegenstandes *cultural industries* dazu, auch die öffentlichen »Kultureinrichtungen«, also Theater, Opernhäuser, Orchester, Museen, einzubeziehen, aber »kreative Stadt« als Wirtschaftsförderungsprogramm zielt doch primär auf privatwirtschaftlichen F- und E-Einrichtungen und Kulturindustrien, die in einer innovationsabhängigen, von globaler Konkurrenz bestimmten Wirtschaft als Motor des Wirtschaftswachstums gelten[1]. Den öffentlichen Kultureinrichtungen

1 Einen guten Überblick über Inhalte von »kreativer Stadt« geben die zahlreichen Stadtmagazine, die in regelmäßigen Abständen der gehobenen Tagespresse beiliegen, zum Beispiel das Vierteljahresmagazin *Hamburg: Das Magazin aus der Metropole*, herausgegeben von der *Hamburg Marketing GmbH*, dessen Ausgabe 9 vom April 2008 den Untertitel »Die kreative Stadt. Wo gute Ideen zu Hause sind« trägt und alle genannten Themen versammelt, zum Beispiel technische Innovationen und Erfindungen von Hamburger Firmen und Instituten, einzelne Wissenschaftler und Forscher aus diesem Feld, aber genauso Kurzbeiträge zu aktuellen Lebensstilelementen wie der Gründerin einer Coffeshop-Kette, Werbeagenturen oder privaten Werbeschulen, oder »angesagten« Plätzen des Nachtlebens etc. Natürlich, wenn auch eher am Rande, werden auch Künstler, Maler, Musiker, Filmemacher vorgestellt, aber alle erscheinen im Flair von modischer Eleganz, Lässigkeit und Wohlstand. Und immer wieder erklären diese meist jungen Kreativen, warum sie nur in Hamburg und

soll in den entsprechenden Konzepten der Wirtschaftsförderung eher die Funktion von »Infrastruktur« zukommen. Zwar mögen die Leistungen des F- und E-Sektors, der Labors, Forschungsinstitute oder Kulturunternehmen eine gewisse Nähe zur Kreativität der Kunstproduktion aufweisen. Die Kreativität des Urbanen aus unvollständiger Integration, hoher Dichte, Heterogenität, Differenz oder Fremdheit (Siebel 2008), und aus einer vom unvorhersehbaren Ereignis bestimmten Öffentlichkeit (Helbrecht 2006) dürfte ihnen dennoch fehlen.

Kommunale (Wirtschafts-)Politik setzt offensichtlich einmal mehr einen anspruchsvollen Begriff europäischer Kulturgeschichte ein, um relativ simple Konzepte der Wirtschaftsförderung kulturell zu adeln. Allerdings muss man vermuten, dass die Modernisierungsversuche, die mit dieser Nomenklatur unters Volk gebracht werden, höchst fragwürdige Nebenfolgen zeitigen und dem historischen und kulturellen Gehalt von »kreativer Stadt« widersprechen könnten. Unter anderem wäre durchaus denkbar, dass Wirtschaftsförderungskonzepte der »kreativen Stadt« die kreative Stadt im urbanistischen Sinne nachhaltig beeinträchtigen.

Polarisierung der Stadtentwicklung.

Unter dem Konzept der »kreativen Stadt« als Wirtschaftsförderungsmodell findet eine Politik der Anwerbung, der Attraktion gut qualifizierter, jüngerer und vor allem deutscher Arbeitskräfte statt. Es werden Wanderungen ausgelöst, die die Polarisierung zwischen schrumpfenden und wachsenden Städten vertiefen. Nur aus den schrumpfenden Räumen können die Zuwanderer kommen, die die »kreativen Städte«, die prosperierenden Dienstleistungszentren zu wachsenden machen, auch wenn Zuzug aus anderen »kreativen« Städten gleichfalls gefördert werden soll. Vor allem durch Zuwanderung aus den neuen Bundesländern haben die – überwiegend westdeutschen – stabilen und wachsenden Städte, die durchweg Dienstleistungszentren sind, ihre Einwohnerzahlen stabilisieren können.

Städte und Regionen der neuen Bundesländer stehen damit vor höchst unangenehmen Entscheidungen. Verbessert man durch schulische und berufliche Bildung das Qualifikationsniveau der Bevölkerung, erhöht man die Wahrscheinlichkeit der Abwanderung. Aber zur zynischen Alternative, durch absichtsvoll schlechte Qualifikationen die Abwanderungsraten niedrig zu halten, mag man sich denn auch nicht durchringen, auch wenn derartige Überlegungen manchmal öffentlich geäußert werden.[2] Und die durchaus denkbare Lösung, Qualifizierungen einer überregional mobilen Bevölkerung zunehmend auf den Bund zu übertragen, scheitert an etablierten föderalistischen Bürokratien, die auf ihre Kompetenzen und »Macht« nicht verzichten wollen.

nirgends sonst leben können und wollen. Selbst der Umzug in die neue Hamburger Hafen-City erscheint als kreativer Akt.

2 In diesem Sinne, wenn wohl auch letzten Endes nicht ernst gemeint, der Kulturwissenschaftler Dietrich Mühlberg auf dem 2. Kulturforum des Landes Sachsen-Anhalt in Magdeburg am 24. Oktober 2007.

Angesichts rückläufiger Einwohnerzahlen in Deutschland kann man zwar die Entleerung einiger Regionen und eine Bevölkerungskonzentration in anderen für durchaus angemessen halten, fragwürdig bleibt aber, dass diese Neuverteilung von Bevölkerung nach einem Modell vollzogen wird, das der marktwirtschaftlichen Konkurrenz um Kunden entspricht. In diesem Wettbewerb deklarieren sich die Städte ganz selbstverständlich als Unternehmen – das »Unternehmen Hamburg« zum Beispiel –, obwohl sie politische Institutionen und eben gerade keine marktwirtschaftlichen Subjekte sind.

Selbst wenn man der Auffassung ist, dass demographischer Wandel und Geburtenrückgang ein »Glücksfall« darstellen (Hondrich 2007), eine Position, die nach wie vor nicht ganz überzeugen kann (zur eher skeptischen Sicht vgl. Kaufmann 2005), wird man eingestehen müssen, dass die Konzentration von Bevölkerung in stabilen oder sogar wachsenden Regionen für die schrumpfenden Städte oder Regionen ein höchst unangenehmer, bitterer Vorgang ist. Die wachsenden Städte schädigen die schrumpfenden, und sie tun es nach dem Vorbild eines ökonomischen Wettbewerbs, in dem Nachteile für unterlegene Unternehmen als eigene Vorteile verbucht werden, obwohl man doch meinen sollte, dass politische Institutionen innerhalb eines staatlichen Gemeinwesens durch andere Beziehungen, zum Beispiel der Solidarität, mit einander verbunden sind, als Unternehmen im Markt.

Als erste, tendenziell negative »Nebenfolge« des Wirtschaftsförderungskonzeptes »kreative Stadt« ist also mit wachsender Polarisierung zwischen schrumpfenden Städten und Regionen einerseits, stabilen oder wachsenden Städten und Regionen andererseits zu rechnen, mit all den Belastungen, die Schrumpfung heute für betroffene Städte bedeutet und die von den Wachsenden auf die Schrumpfenden abgewälzt werden.

Rechtfertigung von Ungleichheit.

Die zweite Nebenfolge des Konzeptes »kreative Stadt« liegt in der Rechtfertigung der Ungleichheit, die es bewirkt. »Kreative Stadt« liefert eine Immunisierung gegen die Kritik an ihren Folgen, aus Sicht der »Gewinner« eine perfekte Lösung. Die Attraktivitäten der »kreativen Städte«, wie sie zum Beispiel Richard Florida (2004) beschreibt, liegen in kulturellen Merkmalen, in schwer messbaren, durch Traditionen gewachsenen, gar nicht oder zumindest nicht kurzfristig planbaren Qualitätsmerkmalen einer Stadt. Was nach außen als Image erscheint, tendiert nach innen zur Identitätskonstruktion, die damit zur Grundlage von Politik wird. Es wird ein Flair beschworen, eine Kultur, ein Lebensstil, der das »Wesen« einer bestimmten Stadt, die als kreative erscheint, ausmachen soll.

Wesenhafte Definitionen politischer Einheiten aber unterlaufen die universalistischen Normen, auf denen liberale Politik basiert. Sie evozieren den »unheimlichen« Begriff einer kollektiven Identität (Niethammer 2000), die nicht nur zur Abgrenzung vom Anderen führt, sondern dessen gleichsam »natürliche« Minder-

wertigkeit nahe legt und damit Abwertung und Ungleichheit rechtfertigt. Soziale Ungleichheit lässt sich auf diese Weise »naturalisieren«, als naturgegeben darstellen, wie es Pierre Bourdieu (z. B. 1982) in seinem umfangreichen Werk immer wieder gezeigt hat. Sie kann nicht als Planungs- und Politikergebnis kritisiert und damit auch nicht, zum Beispiel im Sinne einer Durchsetzung der universalistischen Norm von Gleichheit, korrigiert werden. Der Begriff der »kreativen Stadt« rechtfertigt, wie alle derartigen Modelle kollektiver Identität auf politischer Ebene das, was man gängiger Weise als Patriotismus bezeichnet, hier einen solchen lokaler oder regionaler Natur, in dem die Durchsetzung von Partialegoismen ohne Schuldgefühle gelingt. Kann die Interessendurchsetzung von Unternehmen und die unausweichliche Schädigung des Konkurrenten noch mit »Selbstheilungskräften des Marktes« gerechtfertigt werden, obwohl ja Zweifel an derartigen Kräften gegenwärtig sogar die ökonomischen Eliten erfassen, bestehen solche Selbstheilungen in Konflikten zwischen politischen Institutionen gerade nicht, so dass hier andere Konfliktformen und Konfliktregulierungen erforderlich erscheinen, als im Marktwettbewerb. Patriotismus aber ist der Mechanismus, der dafür sorgt, dass diese politischen Konfliktregulierungen – Unterordnung unter eine übergreifende Autorität, Einbindung in vertraglich geregelte Kooperation oder Umverteilung, um nur die gängigsten zu nennen – außer Kraft gesetzt werden.

»Kreative Stadt« hat alle Chancen, als ein solches Modell kollektiver Identität zur lokal-patriotischen Immunisierung gegen Ungleichheitskritik genutzt zu werden.

Städtebauliche Wohlstandsinszenierungen.

Auch wenn die Behauptung aufrechterhalten wird, die »kreative Atmosphäre« einer Stadt sei nicht planbar, sondern eben vorhanden oder nicht vorhanden, werden die Städte, die sich um dieses Image bemühen, alles daran setzen, auch städtebaulich »im rechten Licht« zu erscheinen. Beflügelt durch die zweifelhaften Thesen eines Richard Florida (2004) oder einer gleichfalls fraglichen »Stadtrenaissance« sind zum einen Zurichtungen der Zentren zu vielfältigen, luxuriösen Konsumzonen, zum anderen Gentrifizierungen innenstadtnaher Wohngebiete zu erwarten oder werden bereits vollzogen.

In den aufgewerteten Innenstädten wird eine konsumtive Stadtwahrnehmung bedient, die eher der des Touristen als der des Bürgers entspricht. Öffentlicher, städtischer Raum verliert die Qualität des »Ereignisses« und wird zur Erlebniskomponente für Erlebnis-Shopping und Erlebnis-Gastronomie, ein eindimensionaler, homogenisierter und letzten Endes austauschbarer Ort mit deutlicher Tendenz zum »Nicht-Ort«, zur »Ortlosigkeit« (Augé 1994). Selbst historisierend rekonstruierter Städtebau wird durch omnipräsente Ladenketten, die es auf jedem Konsumniveau gibt, überörtlich vereinheitlicht.

Ähnliches droht den innenstadtnahen Wohngebieten der neuen Dienstleistungseliten. Auch sie werden unter anderem überzogen mit einer Straßenrestau-

rantkultur, die ein *dolce far niente* mediterraner Genüsslichkeit symbolisiert, eine perfekte Übertragung von Urlaubsstimmung in die eigene Stadt für diejenigen, die sich den häufigen Restaurantbesuch nicht nur als Touristen sondern auch »zu Hause« leisten können und wollen.

Vor allem für die neuen urbanen Unterschichten, die so genannten »Ausgegrenzten«, ist in dieser Stadt der neuen Dienstleistungseliten kein Platz. Sie leben in Stadtrandwelten der Großsiedlungen und Plattenbauten, in denen sie von »Stadtrenaissance«, »kreativer Stadt« und ähnlichen neuen, simplifizierenden Stadtmythen ausgeschlossen bleiben (vgl. zum Beispiel die eindrucksvollen Beschreibungen bei Bude 2008). Vor allem symbolisch muss zum Ausdruck gebracht werden, wem die kreative Stadt gehört. So kann Hamburg unter großem, öffentlichen Beifall zurzeit mit der Hafen-City nicht nur eine Ausweitung gehobenen, innenstadtnahen Wohnungsbestandes, sondern auch eine neue, brillante »Elbphilharmonie« planen, gleichzeitig aber ohne alle öffentliche Aufmerksamkeit die Stadtteilbibliotheken schließen.

Entscheidend dürfte aber sein, dass sich die Städte, die erfolgreich als »kreative« wahrgenommen werden wollen, nicht hemmungslos einer »traditionellen« Fortschrittssymbolik ausliefern dürfen. Der ständige, ungeheure Innovationsdruck, unter dem Dienstleistungseliten des F- und E-Sektors und der Kulturindustrie stehen, droht zur Fragmentierung ihrer Biographien zu führen (Sennett 1998). Kompensatorisch suchen sie nach Kohärenz im städtischen Raum durch Bindungen an Symbole des Beständigen, das als »Klassizität«, als der Zeit, dem Wandel und damit der Entwertung entzogen erscheinen soll (Lübbe 1994). Ob als Hotel, als Kaufhaus, als Parkhaus oder Bürogebäude genutzt, entsteht historische Bausubstanz auch da neu, wo sie in dieser Weise nie existiert hat oder in Kriegen und Stadtumbauten völlig verschwunden war. Die inszenierte Identität des Ortes muss die Kohärenz leisten, die bedingungslose Flexibilisierung den Einzelnen genommen hat.

Aber auch hier kann sich die Kritik nicht gegen die Inszenierung des Historischen an sich wenden. Phasen des Historismus hat es in deutscher und europäischer Stadtentwicklung wiederholt gegeben, manchmal mit durchaus akzeptablen Ergebnissen. Fragwürdig wird historische Rekonstruktion durch die Konzentration von Mitteln und Aufmerksamkeit auf Teile der Stadt, die als deren Ganzes oder »Wesentliches« erscheinen sollen, um vergessen zu lassen, dass es in anderen Teilräumen weniger opulent zugeht. Historische Rekonstruktion ist keine »zweckfreie« städtebauliche Ästhetik, sondern symbolische Präsenz von Bevölkerungsgruppen und Interessen, wie es bei Stadtästhetik die Regel ist. Historische Rekonstruktion bedeutet Herrschaft, wenn auch nicht mehr des feudalen Fürsten. Sie ist keine postmoderne Beliebigkeit, keine Anhäufung freier Zeichen ohne Bezeichnetes. Sie bezeichnet Kohärenzinteressen neuer Dienstleistungseliten, ohne dass deswegen die nicht minder gravierenden Fragmentierungen unterer, prekärer Biographien behoben wären. Aber es scheint doch häufig zu gelingen, auch diese zur Zustimmung zu dieser Form symbolischer Kohärenz und Fragmentierungsbewältigung zu bewegen.

Das Ende des Bürgers

Die Propagierung der »kreativen Stadt« geht häufig einher mit der Behauptung, in diesem innovativen, flexiblen Umfeld sei im Gegensatz zur fordistischen, sozialstaatlich abgefederten, verregelten und normierten Stadt wieder verstärkt die Initiative, das Engagement, das Verantwortungsbewusstsein des Bürgers gefordert; mit dieser Renaissance der Stadt erlebe auch deren Bürger eine »Wiedergeburt«. Eher das Gegenteil scheint aber der Fall zu sein.

Sicher bleibt es immer zweifelhaft, ob es den »Bürger« real wirklich gegeben hat. Orientiert man sich aber an eher idealtypischen Konstruktionen, so sind diese durchweg von Merkmalen gekennzeichnet, die den neuen, urbanen Dienstleistungseliten fehlen dürften. Kennzeichnend für den – europäischen – Bürger soll, so Friedrich Tenbruck (1989), die Synthese, die Versöhnung wie man auch sagen könnte, von universalistischen Normen und partikularen Bindungen und Interessen sein. Dem Bürger in der emphatischen Bedeutung des Begriffes gelingt demnach die Umsetzung universaler, allgemeiner Werte durch Empathie an ein bestimmtes Gemeinwesen. Er ist nicht Kämpfer für sein Gemeinwesen in der übergreifenden Allgemeinheit, wie der skizzierte Lokalpatriot, sondern umgekehrt Kämpfer für das Allgemeine in seinem Gemeinwesen. Diese Synthese soll durch allgemeine, humanistische Bildung einerseits, durch langfristige, biographisch gewachsene Bindung an das je spezifische Gemeinwesen andererseits gelingen.

Den modernen, stadtorientierten Dienstleistungseliten dürfte aber beides fehlen. Ihre berufliche Qualifikation ist die des hoch spezialisierten Fachmenschen, ohne die jenseits aller »Fachidiotie-Klischees« heute keine berufliche Karriere mehr gelingen kann. Genau so sprechen Arbeitsalltag und Arbeitsbiographie dieser Eliten gegen »Bürgerschaftlichkeit«. Zum einen ist dieser Fachmensch zu einem exzessiven Arbeitseinsatz und ständiger beruflich-fachlicher Weiterbildung gezwungen. Beides zusammen macht jede öffentliche Beteiligung unmöglich. Das gilt bekanntlich besonders für Selbstständige oder Mitarbeiter in kleineren Dienstleistungsunternehmen, deren Arbeitszeiten jenseits aller Vorstellungen sozialstaatlich und gewerkschaftlich gesicherter Arbeitszeiten liegen. Aber gerade sie sollen den neuen, selbstverantwortlichen Bürger darstellen. Es erscheint als durchaus einleuchtend, dass unter diesen Bedingungen vor allem Beamte und Angestellte des öffentlichen Dienstes in Kommunalparlamenten und Ehrenämtern tätig sind.

Vor allem aber könnten die Arbeitsbiographien und Arbeitsformen in ihrem Zwang zur Flexibilität Charaktermerkmale wie Bindungsfähigkeit, Verpflichtungsgefühl oder Verantwortung in langfristiger Perspektive, wie sie für den »Bürger« als unverzichtbar erscheinen beeinträchtigen (Sennett 1998). Diese neuen Städter sind wenig geeignet, ihrem Gemeinwesen, anderen Mitbürgern Halt zu geben. Sie suchen vielmehr selber Halt durch eine Umwelt, die zumindest symbolisch die Kohärenz liefert, die ihnen selber biographisch fehlt. Und möglicher Weise sind nicht einmal die historistisch zugerichteten städtischen Räume dazu in der Lage, sondern nur die Markenprodukte einer »Seins-Ökonomie«. Obwohl ja auch Städ-

te gerne als solche »Markenprodukte« erscheinen möchten, fehlt ihnen die entscheidende Qualität, unabhängig vom Ort überall verfügbar zu sein. So finden sich die – kreativen – Städte in eben dieser Ambivalenz, zum einen eine neue »Klassizität« der Beständigen und Unwandelbaren, ein stabiles inneres Sein, eine Seele anbieten zu müssen, die der Seelenlosigkeit einer bedingungslos flexibilisierten Arbeitswelt entgegen tritt, zum anderen Zonen des ortsunabhängigen Konsums von Markenprodukten anbieten zu müssen und dabei selbst die Qualität und Ortlosigkeit eines solchen Markenprodukts zu erreichen, um den mobilen und flexiblen neuen Städter zu bedienen.

Bislang wurde immer bedauert, dass durch die Entwicklung der meisten Firmen zu Aktiengesellschaft den Städten der persönliche Unternehmer abhanden kommt, der sich nach klassischem Modell an die Stadt seines Unternehmensstandortes engagiert. Es scheint aber, als wenn diese Ortsbindung auch im modernen Dienstleistungsunternehmen, selbst wenn es sich um ein kleines in Unternehmerbesitz handelt, nicht wieder neu entstünde. Für den neuen, urbanen Dienstleistungsunternehmer ist die Kommune, das Gemeinwesen gleichfalls Dienstleister, ein Service-Unternehmen, das optimale Bedingungen für seinen Geschäftserfolg zu garantieren hat, sowie es der private Dienstleister seinen Kunden garantiert. Zu diesem optimalen Service, den die Kommune wie eine Werbeagentur zu erbringen hat, gehört nicht mehr nur Infrastruktur, sondern eben auch symbolische Repräsentation, am »richtigen« Ort zu sein. Wenn aber eine Marke ihre Qualität und ihren Distinktionswert verliert, muss sie gewechselt werden. Die Unternehmensverlagerung in ein anderes, kreativer erscheinendes Umfeld drängt sich auf und kann selbst als kreativ gewertet werden. Sogar Firmenumzüge in einer Stadt, also zum Beispiel in die Hamburger Hafen-City, werden, wie das zitierte Stadtmagazin zeigt, als kreative Akte kommuniziert. Konsumtives statt bürgerschaftlichen Verhaltens also auch hier.

Resümee

Ohne Zweifel kann man das Konzept »kreative Stadt« zu den Wachstumsregimen rechnen, die neoliberalem Denken nahe stehen: Schädigung eines Gegners, hier der schrumpfenden Städte, ohne Schuldgefühle und bis zur Zerstörung; Durchsetzung neuer Ungleichheiten mit Hilfe kultureller Strategien, die eine Immunisierung dieser Strategien gegen Kritik versprechen; Negation universalistischer Prinzipen als Basis von Politik, sind Facetten dieser neoliberalen Ausrichtung der Kommunalpolitik. Allerdings dürfte die Vermutung zutreffen, dass sich die meisten deutschen Kommunen noch nicht so weit vom »sozialdemokratischen Konsens« (Dahrendorf 1992) entfernt haben, als dass sie ausschließlich auf derartige Wachstumsregime setzen würden (Häußermann/Läpple/Siebel 2008). Auch die »kreative Stadt« Hamburg, die als Beispiel mehrfach herangezogen wurde, realisiert im Stadtteil Wilhelmsburg eine Internationale Bauausstellung. Images wie das der »kreativen Stadt« werden nach außen gewendet, während nach innen auch

ausgleichsorientierte »Integrationsregime« verfolgt werden. Darüber hinaus baut das Konzept zum Teil Widersprüche auf, die seine Wirkung mindern, zum Beispiel zwischen »Markenprodukt« als besonderem Ort und konsumtiver Stadtnutzung als Tendenz zur Auflösung des besonderen Ortes. Mit der Verschärfung der Rahmenbedingungen von Kommunal- und Regionalpolitik zum Beispiel in Form einer Forcierung der Konkurrenz zwischen Städten im internationalen Wettbewerb um Wachstum oder angesichts des demographischen Wandels um Bevölkerung könnte das neoliberale Konzept der »kreativen Stadt« allerdings auch nach innen an Dominanz gewinnen. Noch aber scheint das neue Milieu der »Leistungsindividualisten« (Neugebauer 2007), das derartige Wachstumsregime bedingungslos unterstützt, nicht stark genug zu sein, um seine Vorstellungen ungebrochen durchzusetzen. Bedenklich wäre es allerdings, wenn dieses Milieu aus Kreisen der Kulturpolitik Zulauf erhielte, nur weil Kulturpolitiker glauben, auf diese Weise eine Aufwertung ihrer Ressorts und ihrer Einrichtungen als »Infrastruktur der kreativen Stadt« erreichen zu können.

Literatur

Augé, Marc (1994): *Orte und Nicht-Orte. Vorüberlegungen zu einer Ethnologie der Einsamkeit*, Frankfurt am Main: S. Fischer

Bourdieu, Pierre (1982): *Die feinen Unterschiede*, Frankfurt am Main: Suhrkamp

Bude, Heinz (2008): *Die Ausgeschlossenen. Das Ende vom Traum einer gerechten Gesellschaft*, München: Hanser

Dahrendorf, Ralf (1992): *Der moderne soziale Konflikt: Essay zur Politik der Freiheit*, Stuttgart: Deutsche Verlagsanstalt

Florida, Richard (2004): *TheRise of the Creative Class. And how It's transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, New York: Basis Books

Häußermann, Hartmut/Läpple, Dieter/Siebel, Walter (2008): *Stadtpolitik*, Frankfurt am Main: Suhrkamp

Helbrecht, Ilse (2006): »Die Stadt als Ereignis. Zur strukturellen Bedeutung symbolischer Politik«, in: Selle, Klaus (Hrsg.): *Zur räumlichen Entwicklung beitragen. Konzepte. Theorien. Impulse*, Dortmund: Rohn (Planung neu denken Bd. 1) S. 429–443

Hondrich, Karl-Otto (2007): *Weniger sind mehr. Warum der Geburtenrückgang ein Glücksfall ist*, Frankfurt am Main/New York: Campus

Kaufmann, Franz-Xaver (2005): *Schrumpfende Gesellschaft. Vom Bevölkerungsrückgang und seinen Folgen*, Frankfurt am Main: Suhrkamp

Lübbe, Hermann (1994): *Im Zug der Zeit. Verkürzter Aufenthalt in der Gegenwart*, Berlin: Springer

Neugebauer, Gero (2007): *Politische Milieus in Deutschland. Die Studie der Friedrich-Ebert-Stiftung*, Bonn: Dietz

Niethammer, Lutz (2000): *Kollektive Identität. Heimliche Quellen einer unheimlichen Konjunktur*, Reinbek: Rowohlt

Sennett, Richard (1998): *Der flexible Mensch. Die Kultur des neuen Kapitalismus*, Berlin: Berlin-Verlag

Siebel, Walter (2008): »Was macht eine Stadt kreativ?«, in: Kulturpolitische Gesellschaft (Hrsg.): *Jahrbuch für Kulturpolitik 2008*, Bonn/Essen: Kulturpolitische Gesellschaft/Klartext Verlag

Tenbruck, Friedrich H. (1989): *Die kulturellen Grundlagen der Gesellschaft. Der Fall der Moderne*, Opladen: Westdeutscher Verlag

Ralf Ebert

»Kreative Räume« der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Hierarchie der Städte und Anforderungen an eine zukunftsorientierte Stadtpolitik[1]

In den letzten Jahren hat eine steigende Anzahl von Städten die Kultur- und Kreativwirtschaft als eine zukunftsrelevante Schlüsselbranche »entdeckt« und Studien dazu in Auftrag gegeben. Sind nach Auswertung der Umsatzsteuerstatistik etc. die Anzahl der Selbstständigen beziehungsweise Unternehmen, die Umsätze, die Arbeitsplatzeffekte etc. der Kultur- und Kreativwirtschaft bekannt, dann stellt sich alsbald die Frage, wie die Städte die Entwicklung dieser Querschnittsbranche unterstützen können.

Dies ist nicht ausschließlich eine Aufgabe der Wirtschaftsförderung und auch die kommunale Kulturförderung mit ihren auf die »kulturellen Szenen« ausgerichteten Ansätzen und Instrumenten kann nicht der alleinige Akteur sein. Dass die Stadtentwicklungsplanung bei einer integrierten Stadtpolitik zum Handlungsfeld Kultur- und Kreativwirtschaft (Ebert/Gnad 2007) eine nicht unwesentliche Rolle spielt, zeigen zahlreiche Stadterneuerungsprojekte der Vergangenheit. Dazu zählen sowohl großflächige Entwicklungsprojekte für Brachflächen im Bestand, wie zum Beispiel der *Medienhafen Düsseldorf* oder der *Kreativkai* in Münster als auch Ansätze des Quartiersmanagements (zum Beispiel zum *Boxhagener Platz* in Berlin). Hinzu kommen die Umnutzung von Gebäudebrachen im Rahmen von Stadterneuerungsmaßnahmen, in Dortmund zum Beispiel das *Künstlerhaus* oder das *Depot*, die indirekt als Inkubationszentren der Kultur- und Kreativwirtschaft fungie-

1 Der Aufsatz basiert in weiten Teilen auf einer gemeinsam mit dem *Institut für Landes und Stadtentwicklungsforschung* in Dortmund durchgeführten Studie »Kreative Ökonomie und Kreative Räume« im Auftrag des *Ministeriums für Bauen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen*. Der Autor dankt den Verantwortlichen des Ministeriums für die Möglichkeit, Teile der Studie im Interesse einer breiten Leserschaft veröffentlichen zu können.

ren. Auch die verstärkt sich abzeichnende temporäre Nutzung von Brachen durch die Kultur- und Kreativwirtschaft, wie etwa beim *RAW-Tempel* in Berlin, ist ohne die eher behutsame Beteiligung der Stadtentwicklungsplanung nicht denkbar.

Der Erfolg vieler Stadterneuerungsprojekte in Großstädten wie Mittelzentren verdankt sich weitgehend den in den achtziger und neunziger Jahren bestehenden günstigen Wachstumsbedingungen der Kultur- und Kreativwirtschaft und weniger einer auf die Branche zugeschnittenen integrierten Entwicklungsstrategie. Zukünftig wird es, angesichts des sich verschärfenden Wettbewerbs der Städte, jedoch darum gehen, die Entwicklungsbedingungen für die endogenen Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft in den jeweiligen Städten zu verbessern und wenn möglich Potenziale von außerhalb anzuziehen.

»Kreative Räume« der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Stadt

Die Stadtentwicklungsplanung benötigt dazu Informationen über die Branchenstruktur und über die Räume in der Stadt, in denen die Talente, Selbstständigen und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft ihren Standort haben. Letztere geben auch Auskunft über deren Standortanforderungen. Diese können kleinräumig nicht nur von Teilmarkt zu Teilmarkt variieren, sondern auch innerhalb eines Teilmarktes.

So bevorzugen am Markt etablierte Unternehmen oder publikumsbezogene Angebote der Kultur- und Kreativwirtschaft wie etwa Kinos, Varietés oder Kunstgalerien Standorte mit »guter Adresse« oder Erreichbarkeit. Dies sind zumeist die Stadtzentren oder angrenzende Räume. Selbstständige KünstlerInnen, *start-ups* und Mikrounternehmen sind demgegenüber aufgrund der vielfach prekären Lebensbedingungen auf mietpreisgünstige und kleinteilig strukturierte Gewerbeimmobilien angewiesen. Sie favorisieren auch Standorte in der Nähe der Wohnung und in einer als urban angesehenen Umwelt (für Berlin Mundelius/Hertzsch 2005: 232; für Dortmund STADTart/Kunzmann 2007: 49). Räume mit diesen Merkmalen befinden sich vor allem am Innenstadtrand. Diese erleichtern Austauschprozesse zwischen den Selbständigen und sie entsprechen angesichts der ausgeprägten Projektabhängigkeit der meisten Kleinunternehmen den Produktionsbedingungen in vielen Segmenten der Branche (für die Werbewirtschaft Grabher 2002).

Zwischen diesen beiden Raumtypen gibt es je nach Größe einer Stadt und deren pfadabhängigen Entwicklungsmöglichkeiten (zum Beispiel für die Kultur- und Kreativwirtschaft relevante Aus- und Weiterbildungseinrichtungen oder der Bedeutung als Ziel des Städtetourismus) noch weitere Raumtypen. Diese können angesichts der lokalen Geschäfts- und Kommunikationsbeziehungen sowie den kulturellen Austauschprozessen zwischen den Raumtypen metaphorisch alle als »Kreative Räume« der Kultur- und Kreativwirtschaft bezeichnet werden.[2] Einen beson-

2 Neben den »Kreativen Räumen« der Kultur- und Kreativwirtschaft gibt es weitere »Kreative Räume«, unter anderem der Wissensökonomien. Dies legen entsprechende Studien nahe (Landeshauptstadt München 2007: 14).

deren Stellenwert haben dabei Gebiete, die seitens der Nutzer aus Kultur sowie Kultur- und Kreativwirtschaft unkonventionell in Wert gesetzt werden – zum Beispiel im Rahmen innovativer Nutzungskonzepte – oder sich als Standorte für die selbstständige Tätigkeit von KünstlerInnen beziehungsweise von *start-ups* erweisen.

Für die Stadtentwicklungsplanung adäquate Indikatoren zur Unterscheidung der »Kreativen Räume« einer Stadt sind unter anderem die Nutzungs- und Baustruktur, soziokulturelle Merkmale wie etwa die multiethnische Bevölkerungsstruktur, das Preisniveau für Immobilien, das Stadtteil- oder Quartiersimage, Ankernutzer von Kultur sowie Kultur- und Kreativwirtschaft sowie die temporäre kulturelle Nutzung. Auf dieser Basis lassen sich die Handlungserfordernisse der jeweiligen »Kreativen Räume« identifizieren und raumbezogene Strategien zur Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft entwickeln (ausführlich STADTart/Kunzmann/Culture Concepts 2007: 21–26).

»Kreative Räume« der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Hierarchie der Städte: Ansatz einer Typologisierung

Dieser Ansatz ist vor allem für raumbezogene Strategien der Kultur- und Kreativwirtschaft in Metropolen und Großstädten hilfreich, da die Selbstständigen und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft eine ausgeprägte Affinität zu Großstädten aufweisen. Dies belegen entsprechende Analysen zu Clustern in Deutschland (Krätke 2002: 201). Doch zeigen einige Studien in Mittelzentren wie etwa in den Städten Solingen oder Offenbach, dass auch hier die Kultur- und Kreativwirtschaft von nennenswerter Bedeutung ist und daher auch in solchen Städten von »Kreativen Räumen« der Branche ausgegangen werden kann.

Diese Studien ermöglichen in Verbindung mit den Ergebnissen eines Forschungsprojektes zu den »Kreativen Räumen« in den Städten des Landes Nordrhein-Westfalen (STADTart/Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung 2008) und einer Stadtwerkstatt in der Stadt Leipzig (Stadt Leipzig 2008) eine auf die bundesdeutsche Hierarchie der Städte zugeschnittene Typologie der »Kreativen Räume«. In Anlehnung an die Theorie der »Zentralen Orte« (Blotevogel 2005) und den pfadbedingten Entwicklungsbedingungen der Städte kann dabei zurzeit zwischen fünf Hierarchieebenen unterschieden werden: Metropol- beziehungsweise Großstädte, Großstädte mit altindustriellem Hintergrund, Großstädte unter Transformationsbedingungen, Städte mit bedeutenden Aus- und Weiterbildungseinrichtungen und andere Städte sowie Grundzentren.

»Kreative Räume« der Kultur- und Kreativwirtschaft in Metropol- beziehungsweise Großstädten

Eine Studie für den Metropolenraum Berlin (STADTart/Kunzmann/Culture Concepts 2007) geht von sieben unterschiedlichen »Kreativen Räumen« der Kultur- und Kreativwirtschaft aus, die jeweils spezifische Handlungserfordernisse aufweisen (*Übersicht 1*). Diese Struktur trifft nicht auf alle Metropolen gleichermaßen zu. In Metropolen mit einer im Vergleich zu Berlin ausgeprägten gesamtwirtschaftlichen Entwicklungsdynamik wie München oder Frankfurt dürfte beispielsweise der Raumtyp »Eroberungs- beziehungsweise Erprobungsräume« aufgrund des eher angespannten Immobilienmarktes deutlich kleiner und auch eher punktueller ausfallen. Ebenso liegen diese deshalb vermutlich häufiger jenseits des Innenstadtrands.

In anderen Großstädten mit vergleichbaren Rahmenbedingungen wie Berlin (unter anderem positives Stadtimage, Attraktivität als Tourismusziel), aber einer geringeren Einwohnerzahl, ist von folgenden, zumeist kleinräumiger dimensionierten Raumtypen der Kultur- und Kreativwirtschaft auszugehen:

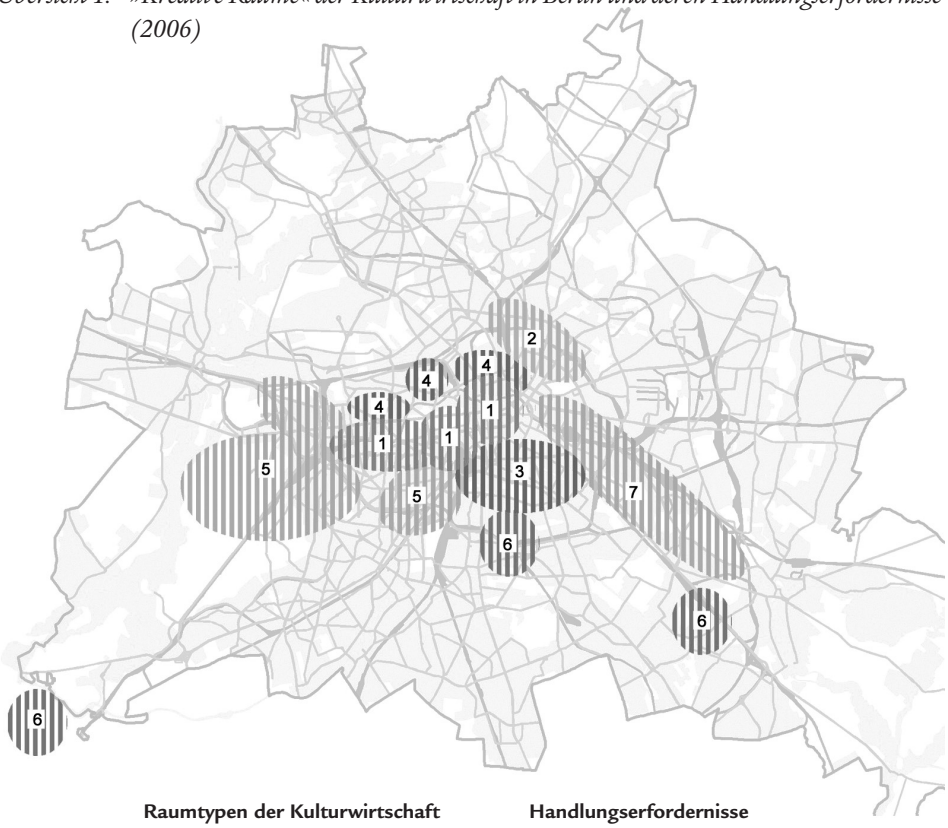
- touristische Flanier- beziehungsweise Entertainmentgebiete und Standorte (inter)national wettbewerbsfähiger Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft;
- touristische Szenequartiere mit etablierten kleinteiligen Produktions- und Dienstleistungsunternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft;
- multiethnisch geprägte Szenequartiere mit kleinteiligen Produktions- und Dienstleistungsunternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft;
- gewachsene beziehungsweise ausgewiesene Gewerbegebiete für TV, Film, Medien und IT;
- Eroberungs- und Erprobungsquartiere der Kultur- und Kreativwirtschaft.

»Kreative Räume« der Kultur- und Kreativwirtschaft in Großstädten mit altindustriellem Hintergrund

In Großstädten mit altindustriellem Hintergrund wie Dortmund oder Essen stellt sich die Situation dagegen deutlich anders dar. Diese Städte weisen aufgrund ihrer Stadt- und Wirtschaftsgeschichte, der Lage im Raum (vor allem als Teilgebiet eines großen Verdichtungs- und eines Clusterraumes der Kultur- und Kreativwirtschaft), einer stark ausgeprägten multizentrischen Stadtstruktur und eines weniger ausgeprägten touristischen Profils pfadbedingt deutlich andere Entwicklungsbedingungen hinsichtlich der Kultur- und Kreativwirtschaft auf.

Bei diesem Entwicklungstyp lassen sich weniger eindeutig von einander unterscheidbare »Kreative Räume« der Kultur- und Kreativwirtschaft identifizieren. So sind die räumlichen Übergänge zwischen dem Stadtzentrum mit besucherbezogenen Anbietern (unter anderem mit Galerien, Kinos oder Diskotheken) beziehungsweise den am Markt etablierten Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft, dem dazu zählenden Einzelhandel und den unmittelbar angrenzenden Innenstadtrandgebieten vielfach fließend. Bei diesen Städten ist von folgenden »Kreativen Räumen« der Kultur- und Kreativwirtschaft auszugehen:

Übersicht 1: »Kreative Räume« der Kulturwirtschaft in Berlin und deren Handlungserfordernisse (2006)



	Raumtypen der Kulturwirtschaft	Handlungserfordernisse
1	Touristische Flanier- bzw. Entertainmentgebiete und Standorte (inter)national wettbewerbsfähiger Unternehmen der Kulturwirtschaft	Stärkung der Zentrumsfunktionen durch Kultur und Kulturwirtschaft
2	Touristisches Szenequartier mit kleinteiligen Produktions- und Dienstleistungsunternehmen der Kulturwirtschaft	Weiterentwicklung touristisch relevanter Angebote der Kulturwirtschaft
3	Ethnisch geprägtes Stattquartier mit kleinteiligen Produktions- und Dienstleistungsunternehmen der Kulturwirtschaft	Schaffung von Transparenz über das Angebot an preisgünstigen Gewerbe- und Wohnflächen
4	Lokale Ausstrahlungsräume von Kunst-, Musik-, Design-, Film-, Medien- und Softwarehochschulen (Spin-off)	Schaffung größerer Transparenz des Angebots an preisgünstigen Gewerbe- und Wohnflächen
5	Gebiete etablierter Produktions- und Dienstleistungsunternehmen der Kulturwirtschaft mit »guter Adresse«	Laufende Raumbeobachtung und Sicherung des Status quo
6	Gewachsene bzw. ausgewiesene Gewerbegebiete für TV, Film, Medien und IT	Erweiterung der Gewerbeflächen der Kulturwirtschaft bei sich abzeichnender Nachfrage und gegebenenfalls Maßnahmen zur Aufwertung
7	Eroberungsraum der Kulturwirtschaft	Von der temporären zur nachhaltigen Nutzung durch Kultur und Kulturwirtschaft

Quelle: *STADTart* / Kunzmann / Culture Concepts 2006

- Stadtzentren mit besucher- und entertainmentbezogenen Anbietern und eher am Markt etablierten Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft (zum Beispiel Galerien, Kinos, Diskotheken, Werbe- und Architekturbüros);
- multiethnisch geprägte Innenstadtquartiere mit kleinteiligen Produktions- und Dienstleistungsunternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft;
- Innenstadtquartiere beziehungsweise Geschäftsstraßen mit »guter Adresse« für etablierte kleinteilige Produktions- und Dienstleistungsunternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft (zum Beispiel in Essen an der Rüttenscheider Straße);
- punktuell besondere Entwicklungsgebiete mit Schwerpunkt Kultur- und Kreativwirtschaft wie zum Beispiel die *Zeche Zollverein* in Essen.

»Kreative Räume« der Kultur- und Kreativwirtschaft in Großstädten unter Transformationsbedingungen

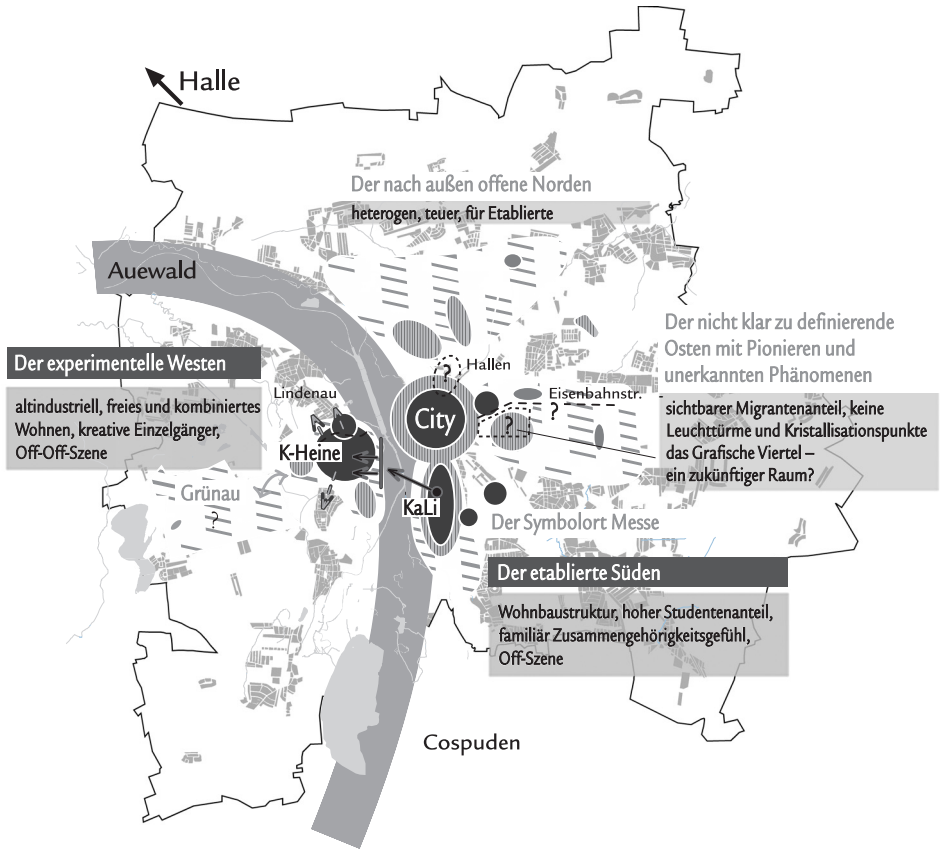
Wie eine explorative Studie in der Stadt Leipzig annehmen lässt, weisen Großstädte unter Transformationsbedingungen ebenfalls eine spezifische Struktur der »Kreativen Räume« der Kultur- und Kreativwirtschaft auf. Nach der »Eroberung« einiger Stadtquartiere in der Innenstadt in den Jahren nach der Wiedervereinigung durch die KünstlerInnen, MusikerInnen etc. sowie Selbstständige und Unternehmen der Querschnittsbranche, zeichnet sich nach einer Phase ausgeprägter innerstädtischer Mobilität dieser Nutzergruppe aufgrund der zahlreich verfügbaren Wohn- und Gewerbeflächen (Reuter 2008) eine erste Ausdifferenzierung bei den »Kreativen Räumen« in der Stadt ab. Die Arbeitsgruppe einer Stadtwerkstadt zu diesem Handlungsfeld kommt 2008 zu dem Ergebnis, dass es heute in Leipzig und damit vermutlich auch in anderen vergleichbaren Großstädten der ehemaligen DDR, wie Dresden, etwa drei sich unterscheidende »Kreative Räume« der Kultur- und Kreativwirtschaft gibt (*Übersicht 2*). Dazu zählen mit Ausnahme des Stadtzentrums, das transformationsbedingt noch nicht so viele am marktetablierte Unternehmen aufweisen kann, zurzeit vor allem:

- etablierte Viertel mit Wohnbebauung, einem hohen Anteil an Studierenden und einer Off-Szene,
- experimentelle Viertel auf ehemaligen Gewerbeflächen, mit individuellen Wohnmöglichkeiten und einer Off-Off-Szene und
- kleinteilige, stärker multiethnische geprägte Entwicklungsareale.

»Kreative Räume« der Kultur- und Kreativwirtschaft in Städten mit bedeutenden Aus- und Weiterbildungseinrichtungen und in anderen Städten

Städte unterhalb der Schwelle zur urban angesehenen Großstadt weisen nicht nur aufgrund einer großen Bandbreite von 80 000 bis 300 000 EinwohnerInnen sehr unterschiedliche Entwicklungsbedingungen für die Kultur- und Kreativwirtschaft auf. Weitere Einflussfaktoren sind die Lage dieser Städte im Raum und damit die Größe des Einzugsbereichs (als Singulärstadt oder als Teil eines Verdichtungsraumes), die touristische Attraktivität beziehungsweise das Stadtimage.

Übersicht 2: »Kreative Räume« der Kultur- und Kreativwirtschaft in Leipzig



Quelle: Büro für urbane Projekte, im Auftrag der Stadt Leipzig

Grundlegende strukturelle Unterschiede gibt es bei diesen Städten insbesondere zwischen jenen mit bedeutenden Aus- und Weiterbildungseinrichtungen und Städten ohne derartige Einrichtungen. So kann in Universitätsstädten wie beispielsweise Aachen, Weimar oder Münster zum einen bildungsbedingt von einer stärker ausdifferenzierten lokalen Nachfrage nach Produkten und Dienstleistungen der Querschnittsbranche ausgegangen werden. Zum anderen haben kulturwirtschaftlich relevante Ausbildungseinrichtungen wie beispielsweise Kunst- und Musikhochschulen oder Architekturstudiengänge darüber hinaus zumeist profilbildende *spin-off*-Effekte für die Branche zur Folge. Diese Rahmenbedingungen schlagen sich in der Herausbildung von »Kreativen Räumen« der Kultur- und Kreativwirtschaft nieder. Bei einer im Vergleich zu Großstädten absolut geringeren

Anzahl an Selbstständigen und Unternehmen ist eine weniger ausgeprägte Schwerpunktbildung der Kultur- und Kreativwirtschaft festzustellen.

Für Städte mit bedeutenden Aus- und Weiterbildungseinrichtungen kann von drei Raumtypen der Kultur- und Kreativwirtschaft ausgegangen werden:

- den Stadtzentren, einschließlich der Innenstadtrandgebiete, mit kleinteiligen Produktions- und Dienstleistungsunternehmen sowie besucherbezogenen Angeboten der Kultur- und Kreativwirtschaft;
- planerisch entwickelte innenstadtnahe Kultur- und Freizeitviertel (wie zum Beispiel *Kreativkai Münster*) für den eher am Markt etablierten »kreativen Kern« mit besucherbezogenen Angeboten der Kultur- und Kreativwirtschaft (zum Beispiel Multiplexkino);
- punktuelle, innenstadtnah gelegene Eroberungs- und Erprobungsräume, überwiegend in ehemaligen Gewerbegebieten.

In Städten ohne Aus- und Weiterbildungseinrichtungen konzentrieren sich die überwiegend für den lokalen und regionalen Markt tätigen Selbstständigen und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft im Stadtzentrum und den angrenzenden Innenstadtrandgebieten. In manchen Städten haben sich dabei im Rahmen privater Immobilienprojekte punktuell Schwerpunkte der Kultur- und Kreativwirtschaft herausgebildet, wie das Beispiel *Walzwerk* in Pulheim mit Puppentheater, Eventhalle, Design-Outlet zeigt.

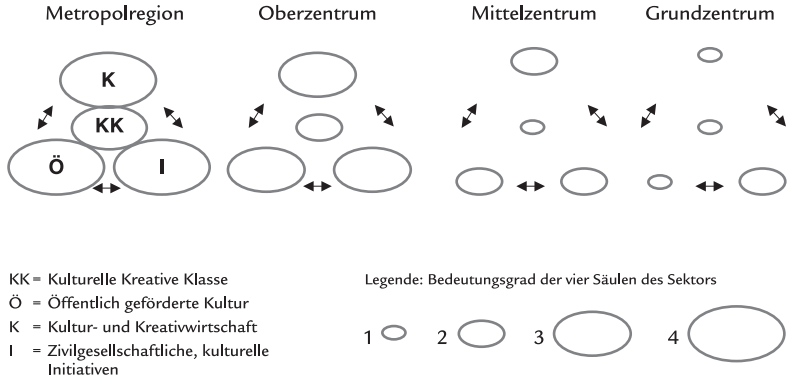
»Kreative Räume« der Kultur- und Kreativwirtschaft in Grundzentren

Angesichts der Größe der Grundzentren und deren lokalen Nachfragepotenzialen, gibt es auf dieser Ebene der Städtehierarchie keine intrakommunale Ausdifferenzierung der »Kreativen Räume« der Kultur- und Kreativwirtschaft. Wie jedoch einige Umnutzungen von Gebäuden in solchen Städten in Verbindung mit Kultur- und Kreativwirtschaft zeigen (zum Beispiel die ehemalige *Vogelsmühle* in Radevormwald), können sich die lokalen Potenziale der Branche auf die eine oder andere attraktive Immobilie konzentrieren. Darüber hinaus zeigen Kommunen, wie die Bücherstadt Langenberg im Stadtgebiet von Velbert in Nordrhein-Westfalen oder das erste Buchdorf in Deutschland, die Gemeinde Mühlbeck-Friedersdorf in Sachsen-Anhalt, sowie einzelne Künstler- und Varietédörfer (zum Beispiel Kirrwieler bei Strassburg), dass manche Grundzentren sich in kleineren Angebotssegmenten zu hochspezialisierten Kleinzentren der Kultur- und Kreativwirtschaft entwickeln können.

Schlussfolgerungen für eine Stadtpolitik der »Kreativen Räume«

Die vorliegende Typologie der »Kreativen Räume« der Kultur- und Kreativwirtschaft in fünf Hierarchieebenen des bundesdeutschen Städtesystems macht zweierlei deutlich, erstens die Entwicklung dieser »Kreativer Räume« ist nicht auf Großstädte beschränkt und zweitens die Konzeption einer entsprechenden Stadtpolitik

Übersicht 3: Säulen des Kultursektors und Stadtgröße: ein Strukturmodell



KK = Kulturelle Kreative Klasse
Ö = Öffentlich geförderte Kultur
K = Kultur- und Kreativwirtschaft
I = Zivilgesellschaftliche, kulturelle Initiativen

Legende: Bedeutungsgrad der vier Säulen des Sektors

Quelle: Ebert 2007

hat mehrere Aspekte gleichzeitig zu berücksichtigen (Ebert/Kunzmann 2007). Dazu gehören die je nach Zentralität einer Stadt variierende Strukturbedingungen im Kultursektor. Diese sehen in Metropolregionen, in denen alle vier Säulen des Kultursektors sehr ausgeprägt entwickelt sind, grundsätzlich anders aus als in Ober-, Mittel- und Grundzentren und den dazu zählenden Varianten (*Übersicht 3*). So ist die Kultur- und Kreativwirtschaft in Metropolen sehr ausdifferenziert, stark exportorientiert und es gibt eine Vielzahl an herausragenden öffentlich geförderten beziehungsweise zivilgesellschaftlich getragenen und touristisch bedeutsamen Kultureinrichtungen, weshalb die Metropole auch für die »kulturelle kreative Klasse« der KünstlerInnen, MusikerInnen etc. als Standort besonders attraktiv ist.

Ein anderer zu beachtender Aspekt, auf den sich eine Stadtpolitik der »Kreativen Räume« einlassen muss, sind die unterschiedlichen Adressaten in der Kultur- und Kreativwirtschaft bei gleichzeitig sich modifizierenden räumlichen Handlungserfordernissen der entsprechenden »Kreativen Räume«. Hinzu kommt, dass »Kreative Räume« vielfältigen Dynamiken ausgesetzt sein können. So können vor allem in dynamisch sich entwickelnden Metropolen und Großstädten, gemischt genutzte, attraktive Gebiete von Gentrifizierungsprozessen betroffen sein, mit negativen Folgen auch für die ehemaligen *urban pioneers* der Kultur- und Kreativwirtschaft. Eine ganz andere Dynamik ist eventuell mit der temporären Nutzung von Gebäudebrachen durch Kultur sowie Kultur- und Kreativwirtschaft verbunden. Solche »Eroberungs- und Erprobungsräume« sind von NutzerInnen, den Medien und den BesucherInnen »gemacht« und können sich unter Einfluss von gesellschaftlichen Moden im Lauf der Jahre auch wieder »verbrauchen«.

Übersicht 4: Handlungsvorschläge für ausgewählte Raumtypen von »Kunst, Kultur

Raumtypen der Kulturwirtschaft	Strategische Leitbilder	Handlungskonzepte
1 Touristische Flanier- bzw. Entertainmentgebiete und Standorte (inter-)national wettbewerbsfähiger Unternehmen der Kulturwirtschaft Varianten: 1a: Mitte prosperierend 1b: City-West konstant	■ Erarbeitung einer Citykonzeption Kultur und Kulturwirtschaft unter Einbezug tourismusrelevanter Entertainmentangebote	■ Sicherung und Ansiedlung publikumsattraktiver Angebote von Kultur und Kulturwirtschaft ■ Gestaltung attraktiver Plätze mit Aufenthaltsqualität
2 Touristisches Szenequartier mit kleinteiligen Produktions- und Dienstleistungsunternehmen der Kulturwirtschaft	■ Erhaltung eines kleinteiligen und vielfältigen Angebotsmix mit Nischenangeboten der Kulturwirtschaft	■ Sicherung von touristisch relevanter Nischenangebote der Kulturwirtschaft (z.B. Kunstgalerien) ■ Mittelfristige Erhaltung vorhandener Ateliers
3 Ethnisch geprägtes Szenequartier mit kleinteiligen Produktions- und Dienstleistungsunternehmen der Kulturwirtschaft	■ Erhaltung der Nutzungsstruktur als Mischgebiete	■ Identifizierung und Sicherung kleinteiliger Gewerbeflächen für Existenzgründungen in der Kulturwirtschaft bzw. als Teil der Bestandspolitik (insbesondere im Umfeld relevanter Ausbildungseinrichtungen
4 Lokale Ausstrahlungsräume von Kunst-, Musik-, Design-, Film-, Medien- und Softwarehochschulen (Spin-off)	■ Erarbeitung eines Konzepts zu den Qualifizierungseinrichtungen des Kultursektors als Nucleus für Existenzgründungen	■ Identifizierung kleinteiliger Gewerbeflächen für Existenzgründungen in der Kulturwirtschaft
5 Gebiete etablieren	■ Keine besonderen Handlungserfordernisse	■
6 Gewachsene bzw. ausgewiesene Gewerbegebiete für TV, Film, Medien und IT	■ Qualifizierung der bestehenden Gewerbeflächen im Rahmen der Ansiedlungs- und Bestandspolitik	■ Verbesserung des städtebaulichen Umfelds ■ Verbesserung der Attraktivität angrenzender Wohngebiete
7 Eroberungsraum der Kulturwirtschaft	■ Weitgehende Duldung und passive Unterstützung bei der temporären Nutzung durch Kultur und Kulturwirtschaft an entwicklungsstrategisch bedeutsamen Standorten	■ Screening der temporär genutzten Standorte (u.a. Akzeptanz, Entwicklung) ■ Unterstützung der Immobilienwirtschaft bei Bereitstellung von Atelierflächen

Vor dem Hintergrund dieser Rahmenbedingungen ergeben sich für eine Stadtpolitik der »Kreativen Räume« der Kultur- und Kreativwirtschaft folgende zentrale Schlussfolgerungen:

- Erforderlich ist ein flächendeckendes kommunales, besser noch regionales Standort-Screening der »Kreativen Räume« der Kultur- und Kreativwirtschaft.
- Es werden gesamtstädtische, integrierte Entwicklungskonzepte und auf die unterschiedlichen »Kreativen Räume« einer Stadt zugeschnittene integrierte

und Co.« in Berlin zur Sicherung und Profilierung »Kreativer Räume«

Einzelprojekte	Instrumente der Stadtentwicklungsplanung
■ Integration von Leuchtturmprojekten der Freizeit (z.B. Riesenrad) und der Kulturwirtschaft	■ 1b: City-West Entwicklung eines gebietsbezogenen Standortmarketings
■ Erarbeitung eines Strategiekonzeptes für den Gebäudebestand des Landes Berlin zur Sicherung und Stärkung des touristischen Szenequartiers	■ Prüfung, ob sich das Instrument der Milieuschutzverordnung zur Sicherung der touristisch relevanter Nischenangebote der Kulturwirtschaft eignet
■ Initiierung von Projekten zur Förderung der ethnischen Potenziale der Kulturwirtschaft	■ In Gebieten mit Quartiersmanagement Überprüfung hinsichtlich der Zielgruppen im Kultursektor (z.B. Berück-sichtigung von Gruppen mit Migrationshintergrund) ■ In Stadtteilzentren Erarbeitung kleinräumiger Entwicklungskonzepte zur Stärkung publikumsbezogener Angebote der Kulturwirtschaft
■ In Kooperation mit den Hochschulen Erarbeitung von Konzepten zur Nutzung der kulturellen Potenziale für die Kulturwirtschaft	■ Erstellung von Rahmenpläne für das Umfeld von Qualifizierungseinrichtungen ■ Erabeitung temporärer Nutzungskonzepte
	■
	■ Erarbeitung von Rahmenplänen zur Verbesserung der Erweiterungsmöglichkeiten und der Standort- und Aufenthaltsqualität der Gewerbeflächen
■ An sich etablierenden und entwicklungsstrategisch bedeutsamen Standorten Einleitung punktuell behutsamer Aufwertungsmaßnahmen (z.B. durch Gestaltung des öffentlichen Raums)	■ Erabeitung temporärer Nutzungskonzepte

Quelle: STADTart / Kunzmann / Culture Concepts 2006

- Handlungskonzepte der Kultur- und Kreativwirtschaft benötig, unter anderem mit Aussagen zum strategischen Leitbild, zu wichtigen Einzelprojekten und den möglichen Instrumenten (für Berlin siehe *Übersicht 4*).
- »Kreative Räume« der Kultur- und Kreativwirtschaft sind nur an Standorten mit am Markt etablierten Selbstständigen und Unternehmen planbar, an Standorten mit *start-ups* und KünstlerInnen sind sie bei behutsamer Intervention jedoch zumeist entwickelbar.

- Nicht alle Gebiete einer Stadt können »Kreative Räume« der Kultur- und Kreativwirtschaft sein.
- Die zukunftsorientierte Entwicklung der »Kreativen Räume« einer Stadt braucht sowohl *top-down*-Strategien der Stadterneuerung als auch Konzepte, die die Initiativen »von unten« im Stadtgebiet zulassen und ermöglichen beziehungsweise diese gegebenenfalls absichern. Hierbei ist jeweils die Immobilienwirtschaft miteinzubeziehen.

Literatur

Blotevogel, Hans Heinrich (2005): *Neuformulierung des Zentrale-Orte-Konzepts*. Tagungsbeitrag auf der Fachtagung des Ministeriums des Innern und für Sport – Oberste Landesplanungsbehörde am 14.7.2005 in Budenheim/Mainz, Dortmund: Universität Dortmund. Fakultät Raumplanung. Fachgebiet Raumordnung und Landesplanung.

Ebert, Ralf/Friedrich Gnad (2007): »Integrierte Kultur-Wirtschafts-Politik: ›vom Kopf auf die Füße gestellt‹«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV/2007), S. 37–40

Ebert, Ralf/Kunzmann, Klaus R. (2007): »Kulturwirtschaft, kreative Räume und Stadtentwicklung in Berlin«, in: *disP* 171, Heft 4/2007, S. 64–79

Grabher, Gernot (2002): »The Project Ecology of Advertising: Tasks, Talents and Teams«, in: *Regional Studies*, Heft 3/2002, S. 245–262

Krätke, Stefan (2002): *Medienstadt – Urbane Cluster und globale Zentren der Kulturproduktion*, Opladen: Leske & Budrich

Landeshauptstadt München (Hrsg.) (2007): *München – Standortfaktor Kreativität*, München: Referat für Arbeit und Wirtschaft

Mundelius, Marco/Hertzsch, Wencke (2005): »Berlin – da steckt Musike drin«, in: *Wochenbericht des DIW Berlin*, Nr. 14, S. 229–235

Reuter, Iris (2008): »Creative Leipzig«, in: Stadt Leipzig/Stadtwerkstadt Leipzig: *Report 11 – Leipzig als Labor für kreative Milieus*, Leipzig

Stadt Leipzig (2008): Stadt Leipzig/Stadtwerkstadt Leipzig: *Report 11 – Leipzig als Labor für kreative Milieus*, Leipzig

STADTart/Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung NRW (2008): *Kreative Ökonomie und Kreative Räume: Kultur- und Kreativwirtschaft in der integrierten Stadtentwicklung*, Dortmund

STADTart/Kunzmann, Klaus R. (2007): *Kultur- und Kreativwirtschaft Dortmund 2007*, Dortmund: Stadt Dortmund

STADTart/Kunzmann, Klaus R./Culture Concepts (2007): *Kreativräume in der Stadt – Integration von Kunst, Kultur und Co. in die Berliner Stadtentwicklung*. Berlin: Senatsverwaltung für Stadtentwicklung

Karin von Welck

»Talentstadt Hamburg«

Hamburgs Beitrag zur Diskussion um die kreative Stadt

Die Auffassung, dass Kultur und Wirtschaft keinen Gegensatz bedeuten, war in Deutschland nicht immer eine Selbstverständlichkeit. Inzwischen hat die Einsicht, dass Kultur entscheidend für das Wachstum unserer Gesellschaft ist, sogar Einzug in die Politik gehalten. So betonte die Bundeskanzlerin Angela Merkel in ihrer ersten Regierungserklärung: »Unsere Kultur ist die Grundlage unseres Zusammenhaltens. Deshalb ist Kulturförderung für diese Regierung keine Subvention. ... Sie ist eine Investition, und zwar eine Investition in ein lebenswertes Deutschland.« (Regierungserklärung von Bundeskanzlerin Angela Merkel vom 30.11.2005 unter www.bundesregierung.de) Welche Aufgaben ergeben sich daraus für die Kulturpolitik? Das Augenmerk der Kulturpolitik kann nicht nur darauf liegen, Geldgeber für Kultur zu sein, sie muss sich auch mit dem ökonomischen Aspekt von Kultur beschäftigen. Kultur und Kunst brauchen Freiheit. Daran ist nicht zu rütteln. Das bedeutet jedoch nicht, dass Kultur im Gegenzug völlig unabhängig von wirtschaftlichen Überlegungen agieren muss. Der Schlussbericht der *Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland«* macht auf 500 Seiten mehr als deutlich, dass es sich bei der Kulturwirtschaft um eine Zukunftsbranche mit Wachstums- und Beschäftigungspotenzial handelt und dass gerade diese positive Entwicklung des Wirtschaftsbereiches Kultur die Vielfalt der Kultur in Deutschland sichert. Der Bericht zeigt aber auch Defizite auf und gibt wertvolle Empfehlungen. Eine der wichtigsten Aufgaben der Kulturpolitik ist es demnach, für die Kulturwirtschaft förderliche Rahmenbedingungen zu schaffen, zu sichern und zu verbessern. (Vgl. Deutscher Bundestag 2007)

In der europäischen Kulturpolitik wurde die Kultur- und Kreativwirtschaft während der deutschen Ratspräsidentschaft auf Initiative des *Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM)*, Bernd Neumann, erfolgreich als ein wesentlicher Programmpunkt verankert. (»Kulturwirtschaft als Schlüssel für Wachstum und Beschäftigung« unter www.bundesregierung.de) In diesem Zusammenhang

fand im Sommer 2007 in Zusammenarbeit des *BKM* und der Stadt Hamburg der internationale Kongress »Creative Europe – The Power of Culture in European Cities« statt. In seinem Leitvortrag auf diesem Kongress hat der britische Stadtentwickler Charles Landry darauf hingewiesen: Kultur und Kreativität sind heute entscheidende Standortfaktoren, auf die zu verzichten wir uns schlicht und einfach nicht leisten können: »The question is not what is the value or cost of culture, but what is the cost of not having cultural sensitivity, artistic thinking and good design.« (Landry 2007: 16) Landry bezieht sich auf die These von Richard Florida, dass Kreativität als Standortfaktor entscheidend zu ökonomischem Erfolg beiträgt. Die Metropolen unserer Zeit befinden sich in einem Wettbewerb eben nicht mehr nur um Unternehmensansiedlungen, sondern um Menschen mit Ideen, mit Gründergeist und mit dem Mut, innovative Wege zu gehen. (Florida 2002) Hamburg in diesem Wettbewerb der kreativen Städte zu positionieren, ist ein entscheidender Aspekt in der gegenwärtigen Politik und Stadtentwicklung unserer Stadt. Von Landry haben wir auch gelernt, dass Hamburg dafür vor allem eins braucht: ein spezifisches und authentisches kulturelles Profil.

Hafen und Handel prägen das Bild von Hamburg und haben die Stadt ohne Frage entscheidend vorangebracht. Doch unsere Stadt hat noch weitaus mehr zu bieten: Eine unglaublich vielfältige Kulturlandschaft, die unter anderem von 40 Theatern, 60 Museen und über 100 Musikclubs geprägt ist. Rund 20 Prozent der Tagesgäste kommen wegen dieses Kulturangebots nach Hamburg, insgesamt ziehen die kulturellen Einrichtungen über 50 000 Besucher täglich an. (Freie und Hansestadt Hamburg 2006: 15) Was die Kultur unserer Stadt insgesamt so lebenswert macht, ist vor allem die Bandbreite des Angebots – von der so genannten Hochkultur bis hin zu einer sehr ausdifferenzierten aktiven Stadtteilkultur. Natürlich gibt es auch herausragende Sparten, die unser spezifisches kulturelles Profil ausmachen: Hamburg ist traditionell eine Theatermetropole, die Hamburger Bühnen treten seit Jahrzehnten immer wieder durch Auszeichnungen und Einladungen zu internationalen Theatertreffen hervor. Die Museen unserer Stadt ziehen mit spektakulären Ausstellungen regelmäßig bundesweites Interesse auf sich und locken Besucher aus aller Welt an. Die Ausstellung »Caspar David Friedrich. Die Erfindung der Romantik«, vom 5.10.2006 bis 28.1.2007 in der *Hamburger Kunsthalle*, zog beispielsweise 325 000 Besucher an. (Siehe auch: Hamburg Marketing GmbH 2007) Aushängeschild ist außerdem die maritime Kultur, zum Beispiel das *Auswanderermuseum Ballinstadt* und das *Internationale Maritime Museum* im Kaispeicher B, das ab Sommer 2008 die weltweit größte Privatsammlung maritimer Ausstellungsstücke zeigen wird. Mit architektonischen Highlights wie der historischen Speicherstadt und der gerade entstehenden *HafenCity* lebt Hamburgs Stadtbild von der Spannung zwischen Tradition und Moderne. Musikalisch blickt Hamburg auf eine lange Tradition von Brahms bis zu den Beatles, das Angebot spannt sich von drei großen klassischen Orchestern über weltweit erfolgreiche Musicals bis zu einer einzigartigen Musikclub-Szene. (Siehe Mischke 2008) Die *Elbphilharmonie*, das heißt, die sich gerade im Stadium des Baus befindende zweite Konzerthalle, wird Hamburg als Musikme-

tropole noch weiter voranbringen. Sie wird bestechen durch ihre spektakuläre Lage in der Mitte der Stadt mit Blick auf den Michel, die Landungsbrücken und den Hafen, durch ihre spektakuläre Architektur nach einem atemberaubenden Entwurf der Architekten Herzog und de Meuron und durch ihr inhaltliches Konzept. Ab 2010 soll sie Aufführungsort für ein breites Musikspektrum von Klassik über Pop- bis zu Weltmusik auf höchstem Niveau werden und auch der musikalischen Bildung von Kindern und Jugendlichen Raum geben. So wird sie sowohl Hamburgern als auch Gästen aus der ganzen Welt ein »Haus für alle« sein. Unser Ziel ist, dass die *Elbphilharmonie* zu den zehn besten Konzerthäusern der Welt gehört.

Um sich im globalen Wettbewerb der Städte zu behaupten, muss Hamburg sein großes kreatives Potenzial noch klarer profilieren und nach außen tragen. Umgesetzt werden soll dieses unter anderem durch die 2007 vom Hamburger Senat beschlossene Initiative »Talentstadt Hamburg«. (Senatsdrucksache Nr. 2007/01616: Weiterentwicklung des Leitbilds »Metropole Hamburg – Wachsende Stadt«, verabschiedet am 18.12.2007) Aufbauend auf das Leitbild »Metropole Hamburg – Wachsende Stadt«, das sich um die Förderung und Ansiedlung von Unternehmen in Hamburg dreht, konzentriert sich das Konzept »Talentstadt Hamburg« noch stärker darauf, die so genannte kreative Klasse, das heißt Menschen mit Ideen und Mut zu Innovationen aus dem In- und Ausland für Hamburg zu begeistern. Grundlage der »Talentstadt-Initiative« ist eine Studie, die der Hamburger Senat in Auftrag gegeben hat, um Hamburgs Position im Vergleich zu den führenden europäischen Metropolen auszuloten. Kriterien für die Bewertung waren die Thesen Richard Floridas, nach denen eine Stadt für eine anhaltende positive Entwicklung neben einer soliden technologischen Basis (Technologie), eine kulturell vielfältige und tolerante Gesellschaft (Toleranz) sowie eine große Anzahl gut ausgebildeter und innovativer Menschen (Talent) braucht. (Vgl. Florida 2002, 2005) Die Ergebnisse der erwähnten Studie haben gezeigt, dass Hamburg bereits als tolerant und kreativ wahrgenommen wird, diese Stärken unserer Stadt aber vor allem international noch zu wenig bekannt sind. Außerdem muss die für eine Entwicklung und Anziehung von Talenten so wichtige Technologiebasis noch verbessert werden. Kernziele der »Talentstadt-Initiative« sind daher: Erstens die strukturellen Voraussetzungen für einen innovativen und leistungsfähigen Technologiestandort weiter zu verbessern und zweitens Hamburgs besonderes Profil als kreative Metropole zu erhalten und auszubauen.

Auf den ersten Blick betrifft vor allem der zweite Punkt die Kultur(politik) und Kreativwirtschaft. Doch Kultur und Kreativität sind in der »Talentstadt-Initiative« in einen umfassenden gesamtstädtischen Handlungsansatz eingebettet und haben einen entscheidenden Anteil an dem Konzept. Die »Talentstadt-Initiative« orientiert sich eben gerade nicht an den herkömmlichen behördlichen Kompetenzfeldern, sondern an einer optimalen Bewältigung der neuen Herausforderungen durch eine vernetzte und aufeinander abgestimmte Handlungsstrategie. Daher ist diese Strategie behördenübergreifend und schließt auch nichtstädtische Einrichtungen und Verbände sowie Unternehmen mit ein. Bereits im Rahmen des Kon-

zepts der »Wachsenden Stadt« setzt die Politik in Hamburg gezielt auf die Förderung von so genannten Clustern, das heißt auf Netzwerke aus Unternehmen verwandter Branchen, Forschungseinrichtungen, Verbänden sowie der öffentlichen Verwaltung, die ein günstiges Umfeld für Innovation und Wettbewerbsfähigkeit schaffen. Ein wichtiges Cluster heißt »Medien/IT«. Die Hamburger Medien- und IT-Wirtschaft nimmt im engen Zusammenspiel mit der Kulturwirtschaft eine führende Position in Deutschland ein und von ihr gehen wichtige Impulse an die anderen Wirtschaftsbereiche der Stadt aus. Wie sehr die Kultur unsere Stadt wirtschaftlich voranbringt, lässt sich mit Zahlen belegen. Allein die Kulturwirtschaft im engeren Sinne beschäftigt rund 30 000 Menschen, das heißt ebenso viele wie die zivile Luftfahrt in Hamburg, und erwirtschaftet einen Jahresumsatz von 4,37 Milliarden Euro. Die Medienwirtschaft eingeschlossen sind es sogar 80 000 Beschäftigte bei einem jährlichen Umsatz von 25 Milliarden Euro. (Freie und Hansestadt Hamburg 2006: 2, 15) Daher gehört es zur Umsetzungsstrategie der »Talentstadt-Initiative«, die Branchen IT, Medien und andere Bereiche der Kreativwirtschaft wie zum Beispiel Design, Bildende Kunst oder Musik im Rahmen des Cluster- Ansatzes gezielt zu stärken. Außerdem vorgesehen ist die Förderung der Film- und Fernsehbranche. Insgesamt soll die Kreativwirtschaft so angekurbelt und noch bewusster als Impulsgeber für andere Bereiche genutzt werden.

Dass sich Hamburg als eine tolerante Stadt mit einer extrem vielfältigen kulturellen Szene im Wettbewerb der Städte auf dem besten Weg an die Spitze befindet, zeigen auch verschiedenste andere Untersuchungen. Zum Beispiel eine Studie des *Berlin-Instituts für Bevölkerung und Entwicklung* (2007) und ein kürzlich erschienenes Städteranking der *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung* (Spezial »Deutschlands lebendigste Städte – Wohin zieht es die kreative Klasse?« vom 9.3.2007) für das zehn deutsche Städte nach Floridas Kriterien Technologie, Talent und Toleranz auf ihre Attraktivität für die kreative Klasse und ihre Position im Wettbewerb der Städte untersucht wurden. In puncto Toleranz (gemessen unter anderem an den Faktoren Integration, Wahlverhalten und Lebhaftigkeit der künstlerischen Szene) befindet sich Hamburg in beiden Studien auf dem zweiten Platz – nur einen Bruchteil hinter Berlin.[1] Gerade weil Hamburg in diesem Bereich sehr gut aufgestellt ist, müssen diese Vorteile als Metropole der kulturellen Vielfalt noch intensiviert und stärker nach außen getragen werden. Das Flair einer kreativen Stadt wird nicht in erster Linie durch Orte der Hochkultur wie international renommierte Opern- und Konzerthäuser geprägt, sondern durch ein breites Angebot an niedrigschwelliger Kultur und eine ausgeprägte so genannte Off-Szene. Ein weiterer Schwerpunkt der »Talentstadt-Initiative« liegt daher auf der Erhaltung und Einrichtung von Freiräumen für Kreativität und kulturelle Vielfalt: Kreative Viertel und Zentren der Off-Kultur sollen gefördert und stärker in die Außenwirkung der Stadt eingebunden werden.

1 In einer Leserbefragung, die zwei Wochen nach dem Ranking in der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* veröffentlicht wurde, landet Hamburg übrigens auf dem ersten Platz. Siehe »Städte-Ranking der Leser«, in: *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung* vom 16.3.2008.

Hamburger Viertel wie zum Beispiel Ottensen und die Schanze weisen ein dichtes Angebot an Kultur und Kunst sowie verschiedensten Clubs, Kneipen und Cafés auf. Das künstlerisch-kreative Milieu solcher Stadtteile ist sehr attraktiv für die kreative Klasse – als Ort sowohl zum Wohnen als auch zum Arbeiten. (Siehe auch Lisa Nienhaus: »Die Kreativen testen die Schanzengleichheit«, in: *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung* vom 16.3.2008) Im Rahmen der »Talentstadt-Initiative« soll daher in ausgewählten Vierteln gezielt eine kreative Stadtteilentwicklung betrieben werden. Dabei müssen sowohl private als auch öffentliche Akteure und Institutionen der jeweiligen Stadtteilkultur unbedingt mit einbezogen werden. Mögliche Maßnahmen sind zum Beispiel die Bereitstellung preiswerter Immobilien für eine kulturelle Nutzung oder die Lockerung bürokratischer Regulierungen etwa im Bereich Lärmschutz, um Kreativität und Kultur eine freie Entfaltung zu ermöglichen.

Der Bau der *Elbphilharmonie* als Wahrzeichen von Hamburg ist ein wichtiger Bestandteil in Hamburgs Strategie zur Positionierung als internationale Kulturmetropole. Um nach außen als kreative Stadt wahrgenommen zu werden, ist es aber ebenso wichtig, auch im Bereich der so genannten Off-Kultur eindeutige Schwerpunkte zu setzen und »Leuchttürme« zu entwickeln. Ein Ziel der »Talentstadt-Initiative« ist es deshalb, ausgewählte Projekte in diesem Bereich im Kern inhaltlich zu stärken und diese »Zentren der Off-Kultur« als besondere Facette Hamburgs überregional bekannt zu machen. Durch eine gezielte Förderung sollen sie noch internationaler ausgerichtet und vermarktet werden.

So sieht die »Talentstadt-Initiative« vor, das Zentrum des experimentellen Theaters in Hamburg – das *Thalia in der Gaußstraße* – bundesweit zu einer der wichtigsten Anlaufstellen des jungen Theaters weiter zu entwickeln. Maßnahmen hierfür sind zum Beispiel die Ansiedlung der Theaterakademie der *Hochschule für Musik und Theater* auf dem Gelände in der Gaußstraße, eine Verstärkung der Nutzung etwa durch andere junge Theater und Gastspiele sowie die Errichtung einer weiteren Spielstätte.

Die internationale Kulturfabrik *Kampnagel* ist eine der wichtigsten Spielstätten für freie Theater- und Tanzgruppen in ganz Deutschland und europaweit ein Aushängeschild der freien Szene und der Off-Kultur. Im Bereich Tanz hat *Kampnagel* bereits eine entscheidende Aufwertung erfahren: Im Rahmen von »Tanzplan Deutschland« wurde Hamburg von der *Kulturstiftung des Bundes* die Höchstfördersumme von insgesamt 1,2 Millionen Euro für die freie Tanzszene zugesprochen, die Kulturbehörde hat die gleiche Summe noch einmal dazu aufgebracht. So konnte 2007 die Initiative »Tanzplan Hamburg« umgesetzt werden, die sich der Förderung und Vermittlung des zeitgenössischen Tanzes als innovative künstlerische Praxis sowie als gesellschaftlich relevante Kultur widmet. Eine Halle auf *Kampnagel* wurde zum »K3 – Zentrum für Choreographie« umgebaut, eine angrenzende Halle wurde zusätzlich als flexible Studiobühne mit bis zu 100 Besucherplätzen eingerichtet. In Zukunft sollen auf *Kampnagel* in noch größerem Maße internationale Koproduktionen ermöglicht werden, um den Ruf der Kulturfabrik als wichtige

Produktionsstätte der Off-Kultur noch internationaler werden zu lassen. Im Zuge dessen soll das Marketing *Kampnagels* in das überregionale Marketing für die »Talentstadt« integriert werden. Parallel zur inhaltlichen Aufwertung ist vorgesehen, das Potenzial des gesamten Geländes mit seinen denkmalschutzwürdigen historischen Fabrikgebäuden und Kränen in attraktiver Wasserlage an einem Kanal noch mehr auszuschöpfen, indem es für weitere künstlerische und kulturelle Aktivitäten erschlossen wird.

Im Bereich der Bildenden Kunst gilt – neben den Ausstellungsaktivitäten der *Deichtorhallen*, des *Kunstvereins* sowie der *Galerie der Gegenwart* der *Hamburger Kunsthalle* – die Sammlung von Dr. Harald Falckenberg in Hamburg-Harburg, also südlich der Elbe, als ein zentraler Ort für zeitgenössische Kunst von hoher Qualität und internationaler Ausstrahlung. Als einer der wichtigsten Entdecker junger deutscher und Hamburger Künstler bilden der Sammler Falckenberg und seine Sammlung einen veritablen Motor für die junge Hamburger Off-Szene sowie eine unverzichtbare Vermittlungsinstanz für junge Künstler auf dem Weg von der lokalen in die überregionale und internationale Karriere. Die gerade vollzogene Erweiterung der Flächen für die *Sammlung Falckenberg* in den historischen Werkshallen in Harburg auf 6 500 Quadratmeter erhöht das lokale und weltweite Gewicht dieses Kunstortes und wertet Hamburgs Stellung unter den deutschen und europäischen Kunstmetropolen erheblich auf. In diesem wie auch in allen anderen genannten Beispielen profitieren auch die entsprechenden Viertel von den Impulsen der Kreativwirtschaft: So ist die Etablierung des Hamburger Südens als bedeutender Standort der Bildenden Kunst ein wichtiger Impuls für die (Stadt-) Entwicklung für den Stadtteil Harburg.

Übergreifende, nicht an Orte gebundene, Schwerpunkte der »Talentstadt-Initiative« im Bereich der Off-Kultur sind die freie Kunstszene sowie die Club- und Musikszene: Die freie Kunstszene in Hamburg, die durch eine Vielfalt an Kunstorten, Künstlerhäusern und internationalen Festivals geprägt ist, soll bei Präsentationen und Aktionen gestärkt werden, die überregionale und internationale Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Durch unterstützende Maßnahmen soll die legendäre Hamburger Musikclubszene – mit über 100 Clubs eine der dichtesten Musikclubszenen in ganz Deutschland – in ihrer hohen Qualität aufrechterhalten werden. Ein erster erfolgreicher Schritt ist das seit 2006 stattfindende »Reeperbahn Festival«, das von den dortigen Clubs gemeinschaftlich gestaltet wird.

Um noch einmal auf die These von Landry zurückzukommen: Ja, Kultur zahlt sich aus! Die Initiative »Talentstadt Hamburg« setzt diese Einsicht in die Tat um. Sowohl für die Wirtschaft als auch für die Menschen unserer Stadt ist die Kultur unabdingbares Antriebselement. Hamburg ist eine Stadt mit einer florierenden Kreativwirtschaft und einer enormen Bandbreite an kultureller Vielfalt. Es ist wichtig, dass sich Hamburg wider alle hanseatische Bescheidenheit auch selbstbewusst als Kulturmetropole präsentiert. Daher haben wir uns vorgenommen, den Ruf der Kulturmetropole Hamburg in Zukunft noch viel stärker als bisher in die Welt zu tragen.

Literatur

Bundesregierung: »Kulturwirtschaft als Schlüssel für Wachstum und Beschäftigung« (www.bundesregierung.de)

Berlin–Institut für Bevölkerung und Entwicklung (2007): *Talente, Technologie und Toleranz – wo Deutschland Zukunft hat*, Berlin

Deutscher Bundestag (2007): *Schlussbericht der Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland«*, in: *Bundestagsdrucksache* 16/700
(auch unter www.bundestag.de)

Florida, Richard (2005): *Cities and the Creative Class*, New York

Florida, Richard (2002): *The Rise of the Creative Class*, New York

Freie und Hansestadt Hamburg (2006): *Kulturwirtschaftsbericht für Hamburg 2006. Die wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung von künstlerisch-kreativen Leistungen in der Freien und Hansestadt Hamburg*, Hamburg

Hamburg Marketing GmbH (2007): *Kultur als Wirtschafts- und Imagefaktor: Die Caspar David Friedrich-Ausstellung in Hamburg*, Hamburg

Landry, Charles (2007): »Cities, culture and creativity: maximizing your potential and assets«, in: Der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien/Freie und Hansestadt Hamburg: *Creative Europe. Kultur als Motor für die Entwicklung europäischer Metropolen. Kongressdokumentation, Berlin/Hamburg*

Mischke, Joachim (2008): *Hamburg Musik!*, Hamburg

Nienhaus, Lisa (2008): »Die Kreativen testen die Schanzengleichheit«, in: *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung*, 16.3.2008

Willfried Maier

Was passiert, wenn eine Stadt auf Kreativität setzt?

Ein Vorschlag für die Entwicklung Hamburgs

Die *Grünen* in Hamburg haben vorgeschlagen, nicht nur Kulturpolitik zu betreiben, sondern die Entwicklung der Stadt insgesamt unter das Motto der Kreativität zu stellen. Wir sind dazu angeregt worden durch Untersuchungen und Argumentationen aus der angelsächsischen Welt. Durch Charles Landrys Bücher über die kreative Stadt, durch Richard Floridas Untersuchungen über die kreative Klasse und durch Paul Castells Werk über die Informationsgesellschaft.

Die Grundargumentation, die wir daraus entnommen haben, ist einfach: Unter Bedingungen der Wissensgesellschaft steht im Zentrum der Produktivitätsentwicklung nicht mehr die unmittelbare Bearbeitung eines Gegenstandes, auch nicht die durch eine Werkzeugmaschine vermittelte Bearbeitung desselben. Die entscheidenden Produktivitätsfortschritte finden heute statt durch die Bearbeitung von Informationen, von Symbolen – seien es nun Buchstaben, Zahlen oder Bilder. Ähnliches gilt für viele Dienstleistungen.

Das hat Auswirkungen auf die Frage nach der entscheidenden Ressource für wirtschaftliche Erfolge. In den großen Zeiten der industriellen Massenproduktion bestand die entscheidende Produktivkraft in tayloristisch organisierten, hoch disziplinierten Arbeitern; im Zugang zu billigen Rohstoffen und in maximaler Ausnutzung der *economies of scale* durch große Kapitale.

Das hat sich geändert: Von oben und außen disziplinierte und geleitete Arbeiter und Angestellte sind als Informationsbearbeiter vor dem Computer ganz und gar unbrauchbar. Da ist Initiative gefragt, Verständnis, Selbständigkeit, Fähigkeit zur Kommunikation, Einfallsreichtum und Vorstellungskraft. Kurz, es ist die ganze subjektive Kraft eines Menschen gefragt. Man kann es auch in einem Wort zusammenfassen: seine beziehungsweise ihre Kreativität.

Damit ist aber ein neues ökonomisches Problem entstanden: Wie kann man Kreativität gewinnen und organisieren, wo es doch um letztlich unverfügbare Möglichkeiten freier Subjekte geht? Mit Disziplin und Gehorsam ist da nichts zu machen. Mit Geld allein auch nicht viel. Um solche Subjektivitäten muss man werben. Man muss ihnen eine Atmosphäre bieten, die anregt und ihnen Aufgaben geben, die sie interessieren. Man muss ihre Freiheit und Individualität achten.

Vor diesem Hintergrund hat Richard Florida amerikanische Großstadtregionen untersucht und gefunden, dass tatsächlich solche Regionen wirtschaftlich die größten Erfolge hatten, die dieser neu geforderten kreativen Subjektivität die günstigsten Lebens- und Entwicklungsmöglichkeiten bieten. Regionen, die Hightech-Arbeitsplätze in genügender Dichte bieten (technology), die über Menschen mit guter Ausbildung verfügen (talents) und die offen sind für unterschiedliche Lebensformen (tolerance).

Als wir schon glaubten, mit den Floridaschen drei »Ts« die Erfolgsformel für moderne Städte geradewegs in der Tasche zu haben und mit ihr nun auf Hamburg losgehen zu können, hat uns Charles Landry gewarnt: So richtig die Beobachtungen Floridas sind – Stadtentwicklung (»City Making« wie Landry sagt) folgt keiner Formel. Es bleibt eine Kunst. Jede Stadt ist anders: Ohne ihre Besonderheiten zu entwickeln, wird sie nicht kreativ sein können. Und wenn man an das Konzert der Städte in Europa oder in der Welt denkt, dann kann es nicht nur darum gehen, im Wettbewerb um Kreativität und wirtschaftlichen Erfolg alle anderen zu schlagen, sondern etwas besonderes zu leisten, das alle weiter bringt und besser klingen lässt.

Hamburg hat großes Potenzial als kreative Stadt:

- Eine schmale, aber hochmoderne industrielle Basis (insbesondere in den Clustern Luftfahrt, Life Science, IT und Medien, Nanotechnologie, Hafen und Logistik, regenerative Energien) und einen wachsenden Anteil wissensbasierter Arbeitsplätze (von 1998 bis 2005 eine Zunahme um 61 000 oder 18 Prozent, bei den wissensbasierten Dienstleistungen sogar um 21,5 Prozent).
- Das ausgebaute Schul- und Hochschulsystem zieht viele kreative Menschen an, vor allem junge (15 Hochschulen mit 68 000 Studierenden. Die Zuwanderung in die Stadt ist insbesondere bei 18- bis 24-Jährigen hoch. Es gibt also eine Bildungswanderung nach Hamburg).
- Die Erfahrung einer alten Stadtrepublik, dass nicht Abschließung, sondern Offenheit, nicht Hass aufs Fremde, sondern Toleranz gedeihlich wirken.

Hamburgs Besonderheit, das was es von anderen deutschen Städten unterscheidet und seine Identität ausmacht, ist seit Jahrhunderten die Prägung durch Hafen, Seefahrt und Kaufmannschaft. Diesen Faktoren verdankte es lange seinen Wohlstand, darauf stützte es seinen Stolz und sein Selbstbewusstsein, seine Unabhängigkeit und seinen Lebenswillen. Darum ranken sich auch die wichtigsten Stadtmythen, die Geschichten, die in und über Hamburg erzählt werden.

Es resultiert daraus aber auch eine Schwäche, die sich unter aktuellen Bedingungen der Wissensgesellschaft bemerkbar macht. Die Stadt hat sich lange gegen eine Hochschule gewehrt und ihre Universität erst 1919 – nach Ablösung der Patrizierherrschaft – gegründet. Eine Technische Hochschule bekam sie erst in den achtziger Jahren des vergangenen Jahrhunderts. Im Resultat liegt heute der Prozentanteil der Hochqualifizierten unter den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit 11,5 Prozent in 2003 deutlich niedriger als in vergleichbaren Großstädten: München 19,5 Prozent, Stuttgart 19,1 Prozent, Frankfurt am Main 16,6 Prozent, Köln 13,3 Prozent, Berlin 12,9 Prozent. Nur Bremen, das als Hafen- und Kaufmannsstadt eine ähnliche Prägung wie Hamburg hat, hat mit 11 Prozent noch einen etwas schlechteren Wert.

Hamburg bleibt also auf einem wichtigen Feld hinter seinen Möglichkeiten und den aktuellen Notwendigkeiten zurück. Das gilt auch für verwandte Bereiche:

- Es ist ein Entwicklungshindernis für die Stadt, wenn immer mehr Kinder heranwachsen, die sich sprachlich kaum ausdrücken können, die körperlich unbeweglich sind und in ihrer Phantasie sowie in ihren ästhetischen Ausdrucksmöglichkeiten verkümmern.
- Es ist eine Kreativitätsbremse, wenn unsere Schulen trotz vergleichsweise hoher Aufwendungen pro Kind schlechte Ergebnisse und eine hohe Abbrecherquote produzieren, weil sie mehr mit dem Sortieren der Kinder nach Schultypen als mit ihrer individuellen Förderung beschäftigt sind.
- Es ist eine Barriere, wenn Hamburgs Hochschulen in der finanziellen Ausstattung hinter denen anderer Bundesländer zurückbleiben, wenn ihre Leistungen – gemessen etwa an ihrer Fähigkeit, Drittmittel einzuwerben – schlechter sind als der Bundesdurchschnitt. Und wenn der Prozentsatz der Menschen, die im Bereich Forschung und Entwicklung beschäftigt sind mit 0,9 Prozent weit hinter Stuttgart 7,5 Prozent, München 6,3 Prozent, Frankfurt am Main 2,6 Prozent und Berlin 1,6 Prozent zurückbleibt. Auch der Ausländeranteil an Hamburgs Hochschulen liegt für eine Großstadt ausgesprochen niedrig.
- Hamburg verzichtet auf eine wichtige Quelle der Kreativität, weil es seine Zuwanderer schlecht integriert. Die Zahl ausländischer Jugendlicher ohne Hauptschulabschluss steigt und ihr Anteil unter den Jugendlichen in dualer Ausbildung geht zurück. Nur sehr wenige von ihnen machen eine Hochschulausbildung. Die interkulturelle Kompetenz der Zuwanderer wird nicht genutzt. Statt in allen diesen Fragen beispielhaft zu sein, wetteifert der Senat um die Vorreiterrolle bei den Abschiebungen aus Deutschland.
- Die Stadt nutzt das kreative Potenzial von Frauen weniger als vergleichbare Großstädte, die einen höheren Anteil erwerbstätiger Frauen haben.
- Die Zahl der Langzeitarbeitslosen ist nach wie vor hoch und damit die Zahl der Menschen, denen eigene Entwicklungsmöglichkeiten vorenthalten werden und die auch keinen Beitrag zum Fortschritt der Stadt leisten können.

Kreative Stadt heißt vor allem, diese Kreativitätsbremsen zu beseitigen und ein günstiges Umfeld für menschliche Entwicklung zu schaffen. Die Förderung der Kreativität aller Bewohnerinnen und Bewohner ist deshalb zugleich eine zentrale Gerechtigkeitsfrage: Niemand darf ausgeschlossen bleiben.

Kreativität gedeiht nicht allein durch die direkte Förderung von Menschen. Sie bedarf auch eines anregenden Umfeldes: Die Stadt muss lebendige Quartiere bieten, in denen unterschiedliche Menschen aufeinander treffen, miteinander arbeiten und leben. Sie muss Natur in der Stadt erleben lassen, Wissenschaft, Forschung und Kultur fördern, die Entstehung moderner Arbeitsplätze in den wissensintensiven Branchen im Auge haben und aktive Toleranz gegenüber verschiedenen Lebensformen üben, das heißt Unterschiede schätzen und nicht einzuebnen versuchen. Erfolgreiche Städte vereinen Heterogenität und Dichte.

Für Hamburg bedeutet das:

- Hamburgs Stadtentwicklung darf sich nicht allein auf international strahlende Großprojekte fixieren – so sehr auch wir Olympia-Bewerbung, IGA, Internationale Bauausstellung oder Elbphilharmonie schätzen. Sie muss kreative Laboratorien und Freiräume fördern. Sie kann dabei anknüpfen an Hamburgs städtischen Qualitäten und Schönheiten, an der Existenz vielfältiger Kulturen und Subkulturen, die heute schon als Magneten für (junge) Menschen wirken. Stadtplätze, Stadtteilparks, Kleingärten, die auch interkulturell gestaltet werden können, sind wichtige öffentliche Räume, die für Aufenthalt, Kommunikation und Erholung zur Verfügung stehen müssen. Sie sind zugleich ein wichtiges Element städtischer Sozialpolitik, weil sie durch Bereitstellung öffentlicher Güter die Chance verbessern, auch mit wenig Geld ein gutes Leben zu führen.
- Hamburg wird geschätzt als grüne Metropole am Wasser. Gute Umweltbedingungen gehören zur gesuchten Lebens- und Freizeitqualität. Hamburg muss seine Naturschätze pflegen, die Umweltqualitäten verbessern und gleichzeitig dazu beitragen, die Energie- und Klimaprobleme der Menschheit durch Entwicklung regenerativer Energien zu lösen. Damit gewinnt die Stadt zugleich neue wirtschaftliche Möglichkeiten und schafft Chancen für neue High-Tech-Jobs.
- Hamburg hat durch die Lage im Stromspaltungsgebiet der Elbe und als internationales Logistikzentrum schwierige Verkehrsprobleme zu lösen. Kreativ sind nur solche Lösungen, die nicht die Lebens-, Kommunikations- und Bewegungsmöglichkeiten seiner Bewohnerinnen und Bewohner zerstören. Maßstab für gelungene Lösungen sind die Bewegungsmöglichkeiten zu Fuß, mit dem Fahrrad und dem ÖPNV neben dem notwendigen Wirtschaftsverkehr.
- Für die Entfaltung von Kreativität ist es unabdingbar, dass die Möglichkeiten der Bürgerinnen und Bürger Hamburgs zur Mitwirkung an der Gestaltung ihrer Stadt verbessert und nicht immer wieder gezielt torpediert werden. Ohne Ausbau und Pflege der Demokratie wird das Gefühl von Freiheit und Handeln-Können untergraben, das für den schöpferischen Aufbruch unverzichtbar ist.

- Kulturelle Kreativität ist unabdingbar für menschliche Entwicklung und deshalb Selbstzweck für die Stadtpolitik. Sie wird aber aktuell auch immer stärker Voraussetzung für die wirtschaftliche Entwicklung. Die Kulturwirtschaft ist gerade in Hamburg eine der wichtigsten Wachstumsbranchen. Sie knüpft häufig an subkulturellen Bewegungen an, die ihren Ursprung in benachteiligten Quartieren haben, bevor sie in den Clubs, auf den Bühnen und in den (Film-) Ateliers der Stadt auftreten. Diese Quelle könnte reicher sprudeln, wenn sie stärker beachtet und gefördert würde. Ähnliches gilt für den Sport und die Freude an der Bewegung in ihren mannigfaltigen Formen.
- Armut ist ein schlimmes Hindernis für menschliche Entwicklungsmöglichkeiten. Sie drückt inzwischen manchen Stadtvierteln den Stempel von Verwahrlosung auf. Allein mit den Mitteln der Stadt ist Armut nicht zu überwinden. Aber es ist möglich, Mittel der Stadtentwicklungs-, der Wirtschafts-, der Schul- und Kita-, der Sozial- und Arbeitsmarktpolitik gerade auf solche Stadtviertel zu konzentrieren und unter Mitwirkung der Bewohnerinnen und Bewohner an der Verbesserung der Lage zu arbeiten.
- Es reicht nicht aus, Verschiedenartigkeit nur hinzunehmen. Aktive Toleranz erreicht mehr: Sie versucht, die Verschiedenartigkeit der Menschen in Hamburg als Chance für mehr Kreativität zu nutzen. Es gibt in Hamburg Menschen mit unterschiedlicher ethnischer Herkunft und kultureller Prägung. Die Stadt hat damit die Chance, aus der Tatsache der Multikulturalität den Gewinn der Interkulturalität zu ziehen.

Eine Stadt, die als kreativ wahrgenommen werden will, muss in der globalisierten Welt einmalig und erkennbar bleiben beziehungsweise werden. Saskia Sassen, die New Yorker Städteforscherin, hat herausgearbeitet, dass in der globalisierten Welt von heute sich eine neue Geografie von Zentralität und damit auch von Marginalität ergeben hat: »Die globale Ökonomie manifestiert sich in einem weltweiten Gitter strategisch wichtiger Orte, von Exportzonen bis hin zu großen internationalen Geschäfts- und Finanzzentren.« Hamburg ist auf der Ebene der großen internationalen Finanz- und Wirtschaftszentren wie New York, London, Tokio, Paris marginal. Eine Weltrolle aber spielt es auf dem Feld der Logistik. Für den Containerumschlag ist Hamburg die Nummer zwei in Europa, und unter den großen Welthäfen ist es inzwischen auf Platz acht vorgerückt.

Hamburg ist zu einem der Weltzentren geworden für die Planung, die Organisation und den Betrieb dieser globalen Logistikketten, wobei die neuen Arbeitsplätze und die Wertschöpfung sich von der unmittelbaren Transport- und Verladeleistungen auch hier auf die Organisations- und Steuerungsebenen mit ihren wissensintensiveren Tätigkeiten verlagern.

Mit der Öffnung Osteuropas und der Ostsee kann Hamburg diese zentrale Logistikrolle inzwischen für ganz Nord- und Osteuropa spielen. Mit anderen Worten: Im Bereich der Logistik und des Transports ist Hamburg wirklich wieder ein *Global Player* und erfüllt dabei eine wesentliche Funktion für die Welt.

Eigentlich passt das ja nun ganz ausgezeichnet zum Selbstverständnis der Stadt als Hafen-, Seefahrts- und Kaufleutemetropole. Aber dieses Selbstverständnis – gewissermaßen die Stadtmythologie – kann irreleiten, wenn sie zu stark an überkommenen Bildern hängt und dadurch neue Entwicklungen nicht angemessen wahrnimmt.

Seit Jahrhunderten kämpft Hamburg für seine internationale Bedeutung vor allem durch Bereitstellung einer freien und schiffbaren Elbe, durch Ausbau von Liegeplätzen, Lagerraum und Hinterlandlogistik. All das ist natürlich auch für moderne Transporte unverzichtbar. Ja, es wird sogar in noch gewaltigeren Größenordnungen gebraucht. Hamburg gerät dabei an die Grenzen seiner ökologischen, räumlichen und finanziellen Möglichkeiten. Vielleicht verträgt die Elbe ja noch einmal eine weitere Fahrwasservertiefung: Vieles spricht dagegen. Und die Prognosen über den Klimawandel lassen einen leicht schaudern bei dem Gedanken, was ein Anstieg des Meeresspiegel für Sturmfluten bedeuten mag, die dann leichter elbaufwärts kommen.

Und die Finanzierung des Hafenausbaus erfordert inzwischen so gigantische Steuersummen, dass sich die Stadt definitiv überhebt. Zumal die Wertschöpfung im Bereich der unmittelbar physischen Hafenfunktionen ständig zurückgeht. Offenkundig muss hier mehr privates Kapital für den Ausbau der Infrastruktur eingesetzt werden, was auch möglich ist, weil die Umschlagfirmen sehr gut verdienen.

Hamburg könnte beiden Tendenzen – dass Tiefwasserhafenfunktionen auf der Elbe nicht mehr abgewickelt werden können und dass über Hafeninfrastruktur von Privaten mit entschieden wird – einigermaßen gelassen entgegen sehen. Denn die Globalisierung, um die es heute entscheidend geht, ist die elektronische der weltweit zeitgleichen Kommunikation. Ob eine Stadt in deren Netzen eine zentrale Position hat, das wird nicht mehr in erster Linie durch Bereitstellung von Kaimauern entschieden. Um ein Beispiel zu nennen: London – ohne Zweifel auch ein Zentrum des Welthandels, der weltweiten Dienstleistungen und der Logistik – hat seine physischen Hafenfunktionen längst verloren beziehungsweise aufgeben müssen. Man kann daran beobachten, dass physische Hafenfunktion und kommunikative Planung, Organisation und Steuerung des gesamten logistischen Prozesses räumlich auseinander fallen können. Oder anders gesprochen: Wenn Wilhelmshaven Tiefwasserhafen wird, wird Hamburg dennoch nordeuropäische Logistikzentrale bleiben beziehungsweise werden können.

Automatisch geschieht das freilich nicht. Die Stadt muss den Kampf darum dann aber auf anderen Feldern führen. Eher in seinen Schulen und Hochschulen als durch das Vorhalten von Kaimauern. Und die Stadt muss sich bemühen, in der Imagination der Welt vor zu kommen: durch ihr Bild, ihre Geschichten, ihre Schönheiten, ihre Künste. Aber auch durch Erfindungen in der städtischen Sozialpolitik, im Wohnungsbau, im Gesundheitswesen etc.

Bei Peter Sloterdijk findet sich die Unterscheidung zwischen der terrestrischen und der elektronischen Globalisierung. Die Geschichte der terrestrischen Globalisierung ist uns allen seit Kinderjahren vor Augen: Die kühnen Fahrten der Ent-

deckungsreisenden, die Eroberungen der europäischen Kolonisatoren, die Kaufleute, welche die Reichtümer der ganzen Welt in europäische Kolonialwarenhandlungen brachten, die Seekriege zwischen den europäischen Mächten, die diese Entwicklung begleiteten, bis zu den beiden Weltkriegen, in denen der Kampf um die Verteilung des Globus und der Zugang zu seinen Reichtümern in gewisser Weise abgeschlossen wurde. Seitdem stehen die Zeichen eher auf Gegenbewegung der ehemals kolonisierten Welt.

An der terrestrischen Globalisierung war keine deutsche Stadt so stark beteiligt wie Hamburg. Die Erinnerung daran spielt fort in der populären Kultur, den Schlagern und Liedern vom »Hamborger Veermaster« über die »Reeperbahn nachts um halb eins« bis zum Jungen, der bald wieder kommen soll. Die Frage, wie sie in der elektronischen Globalisierung vorkommt, wird gegenwärtig entschieden. Die Rede war schon von der Welt der Logistik. In der Vorstellungswelt, in der Imagination der Welt bilden sich diese Kommunikations- und Warenströme nicht ab. Hier geht es um neue Bilder, Töne und Geschichten.

Was kann die Stadt hier tun?

Hamburgs Kultur hat auf dem Hintergrund der Geschichte der Stadt eher Weiten- als Tiefenambitionen. Ganz große Denker oder Dichter hat die Stadt nicht hervorgebracht. Eher schon Musiker und darstellende Kunst. Nicht zufällig ist Hamburg ein Zentrum der leichten Muse. Die Musicals ziehen Besucher aus der ganzen Republik, unter den Musikclubs entstehen immer wieder solche, die europa- und weltweit wahrgenommen werden. Richard Florida beispielsweise antwortete auf die Frage der *Welt*-Redaktion, was ihm als erstes zu Hamburg einfiele: »Die Musik.«

Der Senat plant, mit der Elbphilharmonie ein internationales Musikzentrum und ein weithin strahlendes neues Stadtsymbol zu schaffen. Wir begrüßen diese Planungen und freuen uns darüber, dass schon 65 Millionen Euro private Spendengelder dafür bereit gestellt wurden. Die Elbphilharmonie muss eine Einrichtung werden, die Hamburgs Verfügung über die Inhalte der medialen Kommunikation noch einmal entscheidend stärkt. Wir beobachten schon jetzt, dass Planung und Beschlussfassung zur Elbphilharmonie die Aufmerksamkeit für die Künste in der Stadt gesteigert hat. Die kulturellen Aktivitäten der öffentlichen Hand wurden nicht zugunsten der Elbphilharmonie zurückgeführt, sondern insgesamt eher gesteigert.

Und noch ein letzter Gedanke über die Aufgaben der Stadt in einer Phase beschleunigter Globalisierung von Ökonomie und Kommunikation. Je rascher und dichter sich die kommunikative Globalisierung entwickelt, umso heftiger fallen Gegenreaktionen aus, in denen Menschen ihre historischen Identitäten verteidigen oder (wieder)erfinden und sich damit gegen den Sog zu einer Weltkultur zu verteidigen versuchen. Immer wieder entgleisen derartige Identitätssuchen in Fundamentalismen der verschiedensten Art. Die meisten dieser Fundamentalis-

men knüpfen an religiösen oder nationalen Überlieferungen an. Fast immer steht im Zentrum der Versuch, traditionelle patriarchalische Lebens- und Herrschaftsformen gegen solche zu verteidigen, in denen Frauen größere Selbständigkeit und eigenständige Rechte haben. Es gibt aber eine Form von Identitätsbehauptung, die gegenüber solchen Regressionen weitgehend resistent ist: die Betonung oder Wiederbetonung städtischer beziehungsweise großstädtischer Identitäten. Städtebewohner, namentlich die Bewohner großer Hafen- und Handelsstädte, finden in der Geschichte ihrer Stadt eher Bilder des urbanen Lebens als der Unterordnung unter eine bestimmte Religion oder Kultur. Nicht zufällig ist es für einen Türken oder Griechen, der in Hamburg lebt, viel einfacher, sich als Hamburger, denn als Deutscher zu fühlen. Städtische Kultur ist deshalb ein wichtiger Anknüpfungspunkt, um in der gesichtslosen globalen Welt der Datenströme, Sinn und Bewusstsein für die Besonderheit des sozialen Kollektivs zu finden, dem man sich zugehörig fühlt.

Zur Kreativität großer Städte gehört, dass sie ihren Bewohnerinnen und Bewohnern die unverzichtbare Erfahrung eines sozialen Orts in der Welt verschaffen, in der die eigene Existenz sinnvoll und im Gewebe geteilter Geschichten gelebt werden kann. Das überzeugendste Beispiel von Kreativität bieten solche Städte, die sich beständig neu erfinden (Hamburgs Motto: »Phönix aus der Asche«) und dabei doch sie selber bleiben. Die damit ihren Bürgerinnen und Bürgern einen Ort bieten, von dem her sie sich selbst immer wieder neu orientieren können, ohne befürchten zu müssen, sich selbst zu verlieren.

Hamburg hat als alte Stadtrepublik dafür besonders günstige Bedingungen, weil die Stadt nicht nur physisch, sondern auch politisch, geistig und kulturell von ihren Bürgern bewusst geschaffen sowie untereinander erstritten wurde. Die Freie und Hansestadt hat eine größere identitätsstiftende Kraft als die meisten anderen Städte in Deutschland. Und sie kann gleichzeitig im Zeichen der Kreativität für eine offene Identität stehen.

Claudia Roth, Reinhard Olschanski

Kreativität für und durch alle

Für eine einbeziehende Kreativitätspolitik

Ein Grundgedanke der Moderne ist die Idee vom selbstbestimmten und kreativen Individuum, das die Bedingungen seines sozialen, politischen und kulturellen Lebens aktiv gestaltet. Renaissance und Aufklärung haben diesen Gedanken stark gemacht – in langen Kämpfen gegen ständische und feudale Widerstände. Zahlreiche künstlerische und zivilgesellschaftliche Initiativen greifen ihn heute auf. Auch in der Wirtschaft und im Arbeitsleben spielt er eine wachsende Rolle. Und auch auf die Politik kommen neue und erweiterte Aufgaben zu – im Zuge einer Renaissance des großen Renaissancegedankens vom kreativen Individuum.

Eine wichtige Rolle spielt der aktuelle Kreativitätsdiskurs der angelsächsischen Länder, der sich wohltuend abhebt von den oft obskuren und exklusiven Genie-Ästhetiken, die lange einflussreich waren. Kreativität meint in der gegenwärtigen Debatte nicht mehr eine heraushebende Eigenschaft eines faustischen, »übermenschlichen« oder »genialisch-wahnsinnigen« Individuums, sondern ein menschliches Vermögen, das gefördert und entwickelt werden kann. Dabei scheint der nüchtern-utopische Anspruch einer »Kreativität für und durch alle« auf. Der vorliegende Text soll Handlungsfelder und Probleme einer einbeziehenden Kreativitätspolitik umreißen, die sich an einem solchen Anspruch orientiert.

Kreativitätsdiskurse

In den Verzweigungen der Kreativitätsdebatte öffnen sich heute zahlreiche spannende Wege. Für die Kunstproduktion im engeren Sinne sind die Studiengänge und Kurse des *creative writing* ein Beispiel, die inzwischen auch bei uns Konjunktur haben. In praxisnahen Lernformen wird dabei nicht die Erhabenheit genialischen Schöpfertums beschworen, vielmehr geht es um die Erarbeitung und Erprobung von Voraussetzungen und Fertigkeiten künstlerisch-literarischen Schaffens.

Eine sehr breite soziologisch-stadtplanerische und kulturwirtschaftliche Debatte beschäftigt sich mit den *creative cities* und den *creative industries* – und mit der These, wonach eine *creative class* als ein besonderer Agent im sozialen und ökonomischen Raum der kreativen Städte und Industrien entstanden sei.

In den Verfahren der Arbeits- und Projektplanung haben sich längst Methoden der »kreativen Heuristik« durchgesetzt – vom Brainstorming, der mehr oder weniger gerichteten Assoziation, über den kreativen, neue Perspektiven erschließenden Rollentausch, bis hin zu Verfahren der »kreativen Zerstörung« im Sinne einer Freisetzung neuer schöpferischer Denk- und Handlungsmöglichkeiten.

In Managementkonzepten erlebt die Vorstellung vom kreativen Unternehmertum eine Renaissance. Breiten Raum nimmt auch das *Diversity Management* ein. Die Mehrzahl der deutschen DAX-Unternehmen hat Programme entwickelt, deren Ziel es ist, die unterschiedlichen kulturellen und lebensgeschichtlichen Hintergründe von Beschäftigten als Ressource für eine möglichst kreative und erfolgsorientierte Zusammenarbeit zu nutzen. Eine unverzichtbare Voraussetzung hierfür ist ein effektiver Diskriminierungsschutz.

Im *Diversity Management* wurde auch erkannt, was viele Künstlerinnen und Künstler längst schon wussten, dass nämlich der Austausch zwischen Angehörigen unterschiedlicher Kulturen in der globalisierten Welt eine entscheidende Quelle von Kreativität darstellt. Mit die spannendsten Dinge geschehen an den Schnittstellen und Überlagerungen der Kulturen. Avantgardetanz, Kino, Literatur – überall wird deutlich: Kulturelle Vielfalt ist heute der große Treibsatz für kreative Erneuerung. Was meilenweit hinter dieser Einsicht zurückbleibt, das sind die Ladenhüter von der »Deutschen Leitkultur« und die Mär vom »Ende von Multikulti«, mit der Konservative hierzulande hausieren gehen.

Die Basis der Debatte

Die Kreativitätsdebatte ist nicht nur breit angelegt. Sie ist auch wohl fundiert in sachlichen und sozialen Entwicklungen der Gegenwart, im Übergang zur globalisierten Wissensgesellschaft und der wissensbasierten Ökonomie.

Auf der sachlichen Seite verlieren die oft schematisierten Arbeitsprozesse der traditionellen Großproduktion an Bedeutung. Dem gegenüber werden Fähigkeiten zur symbolvermittelten, oft computergestützten Steuerung von Prozessen immer wichtiger, Fähigkeiten zur Innovation, Problemlösungskompetenzen, die verfügbares Wissen kreativ aneignen, anwenden und erweitern.

Auf der Seite der sozialen Beziehungen wird die Pluralisierung kultureller und lebensgeschichtlicher Prägungen immer wichtiger. Interkulturalität ist keine »Erfindung« wohlmeinender grüner »Gutmenschen«. Der sich verstärkende Austausch zwischen den Kulturen hat seinen Ort in den Globalisierungsprozessen selbst. Rund ein Fünftel der Menschen in unserem Land hat inzwischen einen Migrationshintergrund. In einer mittleren Großstadt wie Augsburg leben Menschen aus über 180 Nationen. Die Begegnung der unterschiedlichen Kulturen und Le-

bensweisen ist alltägliche Wirklichkeit – mit allen Chancen und Problemen, die damit verbunden sind, im Alltag, in der Arbeit, im Kommunikationsraum des Internets und den anderen Medien des *Global Village*.

Kreativitätspolitik hat ihr Fundament in diesen sachlichen und sozialen Entwicklungen. Sie ist eine Querschnittsaufgabe, die sich ihren konkreten Aufgaben in einer zumindest dreifachen Perspektive stellt:

- Sie unterstützt und fördert die Aneignung und Entwicklung von Kenntnissen und kreativen Fähigkeiten, die in Wirtschaft und Gesellschaft heute unerlässlich sind.
- Sie unterstützt die Verwirklichung weiterführender Chancen, die sich dabei ergeben – vor allem die erweiterten Möglichkeiten zu Autonomie, Selbstverantwortung und kreativer Erfüllung, die mit der Fähigkeit einhergehen, sich in einer Welt des Wissens, der vielen Kulturen und der weniger schematisierten Anforderungen zurechtzufinden.
- Sie bezieht aber auch neue Hemmnisse und Problempotenziale mit ein, die mit den neuen Möglichkeiten entstehen – Bedingungen, die den erweiterten Ansprüchen auf selbstbestimmtes und kreatives Handeln nicht adäquat sind.

Anforderungen, Chancen und Probleme

Die gegenwärtige Kreativitätsdebatte bietet zahlreiche Anschlussmöglichkeiten für eine einbeziehende Kreativitätspolitik. Dennoch bedarf es weiterer Klarstellungen und Ergänzungen, um den Rückfall in eine verengte und »exklusive« Sichtweise auszuschließen.

Das gilt auch mit Blick auf den prinzipiell sehr offenen angelsächsischen Kreativitätsdiskurs. Was die Rezeption von Richard Floridas Überlegungen zu den *Creative Cities* und den *Creative Industries* angeht, möchten wir eine erweiterte Lesweise vorschlagen – gegen die noch immer verbreitete Meinung, dass es sich um einen Ansatz handele, der nur auf große Metropolen anwendbar sei. Nicht nur New York, London, Zürich oder Hamburg haben das Zeug zur »Kreativen Stadt« – auch Klein- und Mittelstädte sind einzubeziehen, und auch umfassendere Regionalzusammenhänge. Denn der Übergang zur globalisierten Wissensgesellschaft macht nicht in den großen Metropolen halt. Er durchdringt die ganze Gesellschaft, bis in den ländlichen Raum – mit allen Problemen und Aufgaben, die sich auch hier ergeben, zum Beispiel die Anforderung, den für den Wissenstransfer heute so entscheidenden Breitbandzugang zum Internet auch in weniger dicht besiedelten Gebieten bereitzustellen.

Die Kreativitätsdebatte wurde besonders intensiv mit Blick auf Städte geführt, die Standort einer sich schnell entwickelnden Kultur- und Kreativwirtschaft sind. Tatsächlich gibt es hier ein großes Zukunftspotenzial, wobei auch kleinere und mittlere Akteure besondere Aufmerksamkeit verdienen. Denn sie sind es, die unter den Plattenlabels, Filmproduktionen, Verlagen, Galerien, Buchhandlungen, Antiquariaten oder Softwareentwicklern neue Tendenzen oft zuerst hervorbrin-

gen, aufgreifen und unterstützen. Und oft sind es sogar Mikrofirmen, die mit großem persönlichem Engagement bemerkenswerte Produkte und kulturelle Dienstleistungen anbieten.

Dass die Kreativitätsdebatte einen Schwerpunkt bei den Kreativindustrien hat, sollte jedoch keinesfalls dazu führen, die Debatte auf Fragen der Wirtschaftsförderungspolitik einzuengen. Denn – wie schon bemerkt – die Erfordernisse eines kreativen Umgangs mit ungewohnten Situationen, die Anforderungen an problemlösendes kreatives Handeln weiten sich insgesamt aus.

Das zeigt zum Beispiel auch die viel gebrauchte Formel vom »lebenslangen Lernen«, und die Tatsache, dass sich mit einer Berufsausbildung oder einem Studium heute kein sicheres Wissens- und Fähigkeitenpotenzial für ein 40 oder 45 währendes Arbeitsleben mehr aneignen lässt. Was zu Beginn der Moderne als epochaler Einschnitt erfahren wurde, dass Individuen nämlich nicht qua Geburt auf bestimmte Arbeits- und Sozialrollen festgelegt sind, das kehrt heute in potenzierter Form wieder – als Erfordernis, Chance und Problem, mehrmals im Leben mehr oder weniger komplizierte Übergänge zwischen verschiedenen Arbeitsstellen, Berufen und Familienrollen bewältigen zu müssen.

Wenn heute aber alle neue Fertigkeiten und Kenntnisse zur kreativen Bewältigung entsprechender Übergänge entwickeln müssen, dann kann Kreativitätspolitik auch nicht reduziert werden auf ein neoliberales Elitenförderungsprogramm für einige wenige gut verdienende »Leistungsträger« in einigen wenigen »kreativen« großstädtischen Unternehmen, sondern muss kreative Fähigkeiten und Potenziale in viel breiterer Weise entwickeln helfen – auch und gerade bei Menschen, die davon bedroht sind, von den rasanten sozialen und wirtschaftlichen Entwicklungen abgehängt zu werden.

Einen spannenden Beitrag hierzu leistet das Projekt des »Rütli-Campus« in Berlin-Neukölln, das in einem sozialen Brennpunkt die Grenzen zwischen den sonst separierenden Angeboten in Kindertagesstätten, Schulen, Jobbeschaffung, Kultur, Sport und Gesundheitsfürsorge lockert, um integrative Angebote zu schaffen. Auch Musik- und Volkshochschule sind aktiver Teil des Projekts. Eine enge Zusammenarbeit mit Theatern und Tanzgruppen entwickelt sich, eine eigene, von Schülerinnen und Schülern entworfene »Rütli-Wear«-Modekollektion wurde vorgestellt. Für eine genauere Auswertung des Projekts ist es noch zu früh, aber längst ist klar, dass entsprechende Ansätze eine immer wichtigere Rolle spielen werden.

Das gilt auch mit Blick auf die Ausweitung der Ganztagsangebote für Kinder und Jugendliche, die heute auf der Tagesordnung steht. Gerade hier gibt es gute Chancen für erweiterte Angebote der kulturellen Bildung und künstlerischen Betätigung mit einer ganz neuen Breitenwirkung. Auch vorbildliche Initiativen wie »Jedem Kind sein Instrument« weisen in diese Richtung. Ein Kernbestandteil von Kreativitätspolitik ist die Förderung und Entwicklung von neuen Kooperationen zwischen den Bereichen Bildung, Kunst und Kultur.

Einbeziehende Kreativitätspolitik steht auch quer zu Versuchen einer unkritischen Privatisierung der Förderung von Kunst und Kultur. Die Kreativwirtschaft

kann nicht an die Stelle der öffentlichen Hand oder des bürgerschaftlichen Engagements treten. Die Förderung von Kreativwirtschaft darf auch keine Kürzungen der öffentlichen Ausgaben für Kunst und Kultur legitimieren. Es geht vielmehr um eine ausgewogene Entwicklung des öffentlichen, privaten und des intermediären Bereichs. Ein solches Drei-Säulen-Modell ist das kulturpolische Erfolgsmodell vieler europäischer Länder.

Kreativpolitik muss selbst kreativ sein, zumal ihr besonderer Gegenstand, Kreativität, sich nicht wie andere Güter des täglichen Bedarfs verfügbar machen lässt. Kreativität ist nicht schematisch planbar, sie lässt sich nicht einfach verteilen, sondern ist an die Initiative, an besondere Interessen und Ansprüche von Individuen gebunden, durch die hindurch sie wirksam wird. Wenn Politik hier fördernd und unterstützend wirken will, dann benötigt sie ein besonderes Gespür für kulturelle Situationen, einen Blick für *locations*, die zu »Brutstätten« von Kreativität werden können, für Besonderheiten und Stärken des eigenen Viertels, der Stadt, der Region.

Kreativitätspolitik darf auch nicht die Augen vor Problemen und Widersprüchen verschließen, die sich parallel zu den steigenden Anforderungen an Kreativität ergeben, zum Beispiel den Deklassierungsängsten und -erfahrungen vieler Kreativer, die trotz guter Ausbildung von Arbeitslosigkeit und sozialen Notlagen betroffen sind. Die Bedingungen, unter denen Kreativarbeit erbracht wird, sind kein erträumtes »Reich der Freiheit«, sondern häufig das einer extremen Flexibilisierung und einer harten, Einkommenschancen verringernden Konkurrenz – Bedingungen, unter denen auch eine »Kunst stilvollen Verarmens« Konjunktur hat ...

Die Ansprüche der kreativ Arbeitenden reiben sich zudem an neuen Erfahrungen von Fremdbestimmung, die bis die innersten Abläufe von Kreativarbeit reichen: »Kreativ« sein zu müssen für ethisch und kulturell höchst fragwürdige Anliegen und Projekte – das ist nicht nur eine marginale Erfahrung vieler Kreativer, bis hin zu jenem Umschlag, an dem eigene kreative Beiträge sich in Beiträge zu einer Destruktivkraftentwicklung verkehren. Kreativitätspolitik muss auch solche Widersprüche artikulieren und Partei ergreifen für bessere Arbeits- und Sozialbedingungen und gegen Tendenzen einer weitgehenderen Verkehrung und Enteignung der Ergebnisse von Kreativarbeit.

Zu den Widersprüchen, mit denen es Kreativitätspolitik zu tun hat, gehören auch solche, die sie selbst mit hervorbringt. Zum Beispiel in Stadtteilen, die auch durch öffentliche Förderungen für Kreative interessant werden – und dann aufgrund der Anwesenheit der Szene eine Konjunktur bei einem viel zahlungskräftigeren Publikum erleben. Dessen Zuzug kann wiederum die Mieten und Preise im Viertel steigen lassen, bis sie für viele Angehörige der Szene kaum mehr bezahlbar sind. Das Auftreten solcher »endogen« verursachter Probleme ist aber kein prinzipielles Argument gegen Kreativitätspolitik, sondern eher ein Indiz für ihre wachsende Bedeutung und für die Notwendigkeit, auch solche Entwicklungen vorauszusehen und ihnen auch im Sinne der Kreativen entgegenzusteuern..

Die Kreativitätsdebatte und die praktischen Initiativen und Aktivitäten in ihrem Gefolge haben eine Breite und Tiefe erreicht, mit der nicht nur Chancen und

Probleme von Kreativitätspolitik deutlicher absehbar werden, sondern mit der sich auch unterschiedliche Politiken und programmatische Orientierungen ausdifferenzieren.

»Kreativität für und durch alle« meint eine Querschnittsaufgabe im Übergang zur globalisierten Wissensgesellschaft. Es geht auch um die reale Chance, etwas von dem Anspruch zu verwirklichen, den Joseph Beuys in den Satz: »Jeder Mensch ist ein Künstler« fasste.

Max Fuchs, Olaf Zimmermann

Höhen und Tiefen des Arbeitsmarktes Kultur

Der Arbeitsmarkt Kultur ist nach wie vor ein begehrtes Arbeitsfeld. Ein Studium der Geisteswissenschaften ist, allen Nachrichten von den Problemen, in diesem Arbeitsmarksegment einen Arbeitsplatz zu finden, zum Trotz, nach wie vor bei Studienanfängerinnen und -anfängern beliebt. Warnke (2008) führte beim Kongress des *Deutschen Kulturrates* »Kultur als Arbeitsmarkt und Arbeitsfeld für Geisteswissenschaftler« aus, dass das Fach Germanistik/Deutsch nach den Fächern Betriebswirtschaftslehre und Rechtswissenschaft zu den Fächern mit den meisten Studierenden in Deutschland gehört. Von insgesamt 1 985 756 Studierenden studieren 160 531 Betriebswirtschaftslehre, 92 198 Rechtswissenschaften und 90 521 Studierende Germanistik/Deutsch. Danach folgen Fächer wie: Maschinenbau 80 706 Studierende, Humanmedizin 79 847 Studierende, Informatik 78 370 Studierende und Wirtschaftswissenschaft 72 881 Studierende (Warnke 2008: 130). In diesem Zusammenhang kann Germanistik ebenso wie Betriebswirtschaftslehre und Rechtswissenschaft als »Massenfach« betrachtet werden. Daraus zu folgern, dass es sich um ein beliebiges Fach, ohne eigene Fachlichkeit handelt, wäre allerdings falsch.

Auch wenn Germanistik/Deutsch unter den geisteswissenschaftlichen Studiengängen eine Sonderstellung einnimmt, da zu dieser Fächergruppe ebenso die so genannten kleiner Fächer mit nur einer geringen Zahl an Studierenden wie zum Beispiel die Afrikanistik gehören, ist die hohe Zahl an Studierenden ein Hinweis, dass auch schlechte Nachrichten vom angestrebten Arbeitsmarkt Abiturientinnen und Abiturenten offensichtlich nicht davon abhalten, ein geisteswissenschaftliches Studium zu wählen.

Das gilt gleichermaßen für die künstlerischen Studiengänge. So waren im Wintersemester 2006/2007 insgesamt 23 997 Studierende an Musikhochschulen, Pädagogischen Hochschulen, Universitäten und Fachhochschulen für Musik (*miz* 2008) eingeschrieben. Dazu zählen sowohl die Studierenden für Musikwissenschaft und Musikgeschichte, für Musikpädagogik als auch für Komposition sowie für

die ausübenden Künste im Musikbereich. Das heißt auch hier ist trotz einer teilweise schwierigen Situation auf dem Arbeitsmarkt der Wunsch, Musik zu studieren, ungebrochen.

Arbeitsmarkt Kultur als Hoffnungsträger

Dieser Trend zum Arbeitsmarkt Kultur kann nachvollzogen werden, wenn berücksichtigt wird, wie sehr gerade von Seiten der Politik auf dieses Arbeitsmarktsegment gesetzt wird. Kulturstaatsminister Neumann und Kommissar Figel' stellten im Anschluss an das informelle Treffen des EU-Kulturministerrats im März 2007 in Berlin heraus, welche Bedeutung der Arbeitsmarkt Kultur in Europa hat.

Sie stützten sich dabei auf den ersten Europäischen Kulturwirtschaftsbericht »The economy of Culture in Europe« (European Commission 2006), der für das Jahr 2003 einen Jahresumsatz von 654 Milliarden Euro für den kulturellen und kreativen Sektor in Europa ausweist. Zum Vergleich wird in der Studie der Umsatz in der Autoherstellung herangezogen, der im Jahr 2001 bei 271 Milliarden Euro lag. Zum Bruttoinlandsprodukt der EU hat der Sektor im Jahr 2003 ausweislich der genannten Studie 2, 6 Prozent beigetragen, der Beitrag der Chemikalien-, Gummi- und Plasteerzeugnisseindustrie lag im selben Jahr bei 2,3 Prozent, der der Immobilienbranche bei 2,1 Prozent, der der Nahrungsmittel-, Getränke- und Tabakbranche bei 1,9 Prozent und der der Textilindustrie bei 0,5 Prozent. Es ist daher nicht verwunderlich, dass die Europäische Kommission der Kultur- und Kreativwirtschaft eine besondere Bedeutung zur Erreichung der Lissabon-Ziele beimisst. Im Jahr 2000 hatten die Staats- und Regierungschefs der EU-Mitgliedsstaaten als Ziel für das Jahr 2010 vereinbart, dass die Europäische Union zum wettbewerbsfähigsten und dynamischsten wissensbasierten Wirtschaftsraum der Welt entwickelt werden sollte. Anlässlich der informellen Treffens der EU-Kulturminister im März 2007 im Rahmen der deutschen EU-Ratspräsidentschaft vereinbarten die EU-Kulturminister sich dafür einzusetzen, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft eine noch stärkere Rolle im Lissabon-Prozess spielt.

Und auch in Deutschland wird in den verschiedenen Kulturwirtschaftsberichten immer wieder herausgestellt, welches wirtschaftliche Potenzial in der Kulturwirtschaft liegt. Die Länder übertreffen sich geradezu darin, Kulturwirtschaftsberichte vorzulegen und damit herauszustellen, dass die Kulturwirtschaft in dem jeweiligen Land einen besonderen wirtschaftlichen Faktor darstellt. Auf einen gemeinsamen Kulturwirtschaftsbericht konnten sich Bund und Länder jedoch bisher nicht verständigen und auch die Empfehlung der *Enquete-Kommission des Deutschen Bundestags »Kultur in Deutschland«* (Deutscher Bundestag 2007), dass sich Bund und Länder möglichst zeitnah auf einen gemeinsamen Kulturwirtschaftsbericht verständigen sollten, wird sicherlich noch längere Zeit wiederholt werden müssen, bis die statistischen Gräben nicht nur zwischen Bund und Ländern sondern auch unter den Ländern überwunden werden. Denn in der Vergangenheit litt die Vergleichbarkeit der Kulturwirtschaftsberichte in erster Linie an der fehlenden Ver-

gleich barkeit der Statistiken. Die Länder fassten den Begriff der Kulturwirtschaft mal sehr eng und mal sehr weit, mal wurde das Kultursponsoring – das eigentlich mit dem erwerbswirtschaftlichen Kultursektor nichts zu tun – hinzugerechnet und mal konzentrierte sich ein Kulturwirtschaftsbericht vor allem auf den öffentlich-geförderten Kulturbetrieb.

Problematisch ist an der Mehrzahl der Kulturwirtschaftsberichte, dass sie die harte ökonomische Realität derer, die im Arbeitsmarkt Kultur arbeiten, zumeist ausblenden. Es werden zwar große Umsatzzahlen präsentiert, da die Daten stark aggregiert werden, Basisdaten zur Einkommenssituation im Arbeitsmarkt Kultur fehlen zumeist.

Arbeitsmarkt Kultur – Arbeitsmarkt Kulturwirtschaft

Der Arbeitsmarkt Kultur hat wie andere Teilarbeitsmärkte auch in den vergangenen Jahren einen tief greifenden Wandel erlebt. Der Gesamtarbeitsmarkt war zu Beginn der 80er Jahre des letzten Jahrhunderts stärker durch die abhängige Beschäftigung geprägt. Typische Gruppen an Selbständigen waren die Angehörigen der Freien Berufe, Handwerker, Landwirte und freiberufliche Künstler. Zur sozialen Absicherung der freiberuflichen Künstler trat im Jahr 1983 das Künstlersozialversicherungsgesetz in Kraft. Künstlerinnen und Künstler waren damit in das gesetzliche soziale Sicherungssystem eingebunden. Grundlage für diese Entscheidung war die Annahme der besonderen Schutzbedürftigkeit der Künstler, die vom Bundesverfassungsgericht in seinem Urteil vom 8.4.1987 bestätigt wurde.

In den vergangenen Jahren wurden sowohl von Seiten der Bundesregierung als auch der verschiedenen Länderregierungen sowie der *Bundesagentur für Arbeit* verschiedene Programme zur Förderung der Existenzgründung aufgelegt. Diese Programme richten sich an Existenzgründer aus den verschiedenen Branchen. Ziel dieser Strategie war und ist die Selbständigkeit zu fördern, um so der Arbeitslosigkeit zu begegnen. Insbesondere in der 15. Legislaturperiode des Deutschen Bundestags wurden verstärkte Instrumente zur Förderung der Selbständigkeit auf den Weg gebracht. Diese Politik war erfolgreich. Die Zahl der Selbständigen ist in den vergangenen Jahren angestiegen. Dieses gilt auch für den Kulturbereich. Der Arbeitsmarkt Kultur entwickelte sich zunehmend zu einem Arbeitsmarkt Kulturwirtschaft.

Im speziellen Arbeitsmarktsegment Kultur ist festzustellen, dass in den letzten 25 Jahren seit Bestehen der Künstlersozialversicherung über den engeren Kern der Künstlerinnen und Künstler hinaus Angehörige von immer Berufsgruppen ihre Arbeit selbständig und nicht mehr im klassischen Angestelltenverhältnis ausüben. Eine der Ursachen für die steigende Zahl an Selbständigen im Kulturbereich sind die sinkenden Kulturausgaben – speziell der Länder und Gemeinden. In den Jahren von 2001 bis 2005 sind die Kulturausgaben der Länder um 8,06 Prozent und die der Gemeinden um 2,19 Prozent gesunken.

Wirtschaftsbranche	2001 (in Euro)	2005 (in Euro)	Diff. in Euro	Diff. in %
Bund	1 038 535	1 018 209	– 20 326	– 1,96 %
Länder	3 638 245	3 345 113	– 293 132	– 8,06 %
Gemeinden	3 723 223	3 641 773	– 81 450	– 2,19 %

Eigene Berechnung nach: *Bundestagsdrucksache* 16/9193

Kultureinrichtungen werden zumeist von den Gemeinden oder den Ländern finanziert. Sinkende Kulturausgaben der Länder und Gemeinden bedeuten, dass weniger Mittel für Personalausgaben zur Verfügung stehen. Dieses hat zur Folge, dass die Zahl der abhängig Beschäftigten im Kulturbereich sinkt. In vielen Kultureinrichtungen ist es inzwischen üblich, statt mit Angestellten mit freiberuflich Tätigen zusammen zu arbeiten. Die Vergabe von Werk- oder Dienstleistungsverträgen gehört zum Alltagsgeschäft. Freiwerdende Stellen werden nicht wieder besetzt, sondern fallen vielfach weg. Zugleich steigen teilweise die Erwartungen an den Umfang und die Qualität der Arbeit in den betreffenden Kultureinrichtungen, so dass, um die Arbeit leisten zu können, mit Selbständigen zusammengearbeitet wird. Teilweise wird diese Form der Beschäftigung von den Kultureinrichtungen auch gesucht, um den strengen Vorgaben des Haushaltsrechts mit seinen einengenden Regelungen des Besserstellungsverbots sowie den tarifvertraglichen Festlegungen zu entgehen. Es besteht in der Zusammenarbeit mit Selbständigen, die Chance hochwertige Arbeit auch entsprechend der Leistung zu entlohnen und nicht an einen vorgegebenen Stellenplan gebunden zu sein.

Sehr anschaulich hat dieses der Präsident der *Stiftung Preußische Schlösser und Gärten* Hartmut Dorgerloh bei der Tagung des *Deutschen Kulturrates* »Kultur als Arbeitsfeld und Arbeitsmarkt für Geisteswissenschaftler« geschildert (Dorgerloh 2008). Neben den Chancen, die für Kultureinrichtungen bestehen, wenn sie mit befristet tätigen Mitarbeitern oder auch mit freiberuflich Tätigen zusammen arbeiten, da sie genau die Leistung »einkaufen« können, die sie brauchen, hat Dorgerloh auch die Schattenseiten für die Einrichtungen aufgezeigt. Der Wissenstransfer ist kaum möglich, wenn immer wieder mit neuen Personen zusammengearbeitet wird. Zusätzlich stellt sich das arbeitsrechtliche Problem der Scheinselbständigkeit.

Aber nicht nur in den Kultureinrichtungen auch in Unternehmen der Kulturwirtschaft wird intensiv mit Selbständigen zusammengearbeitet. In manchen Berufsfeldern hat sich die zuvor in einem abhängigen Beschäftigungsverhältnis ausgeübte Tätigkeit sukzessiv in eine Tätigkeit von Selbständigen entwickelt. Kulturwirtschaftliche Unternehmen können so rasch auf konjunkturelle Schwankungen reagieren und je nach Bedarf mit vielen oder aber wenigen Selbständigen zusammenarbeiten.

Die Einsparung von Personalkosten bei abhängig Beschäftigten ist ein Faktor, der zu einer steigenden Zahl an Selbständigen geführt hat. Ein weiterer ist, dass in zunehmendem Maße sehr spezielle Dienstleistungen beziehungsweise Tätigkeit abgefragt werden. Diese spezifischen Dienstleistungen können teilweise effizien-

ter und zielgerichteter von Selbständigen erbracht werden als von Angestellten mit einem breiten Aufgabengebiet und damit einem breiten Qualifikationsspektrum. Ein typisches Beispiel hierfür sind Lehrer an Musikschulen mit einem selten nachgefragten Fach.

Darüber hinaus ist festzuhalten, dass bei der finanziellen Unterstützung von Vereinen oder Verbänden durch die öffentliche Hand, das Instrument der institutionellen Förderung an Bedeutung verliert und die Projektfinanzierung wichtiger wird. Dieses hat zur Folge, dass in diesen Vereinen oder Verbänden entweder abhängig Beschäftigte befristet beschäftigt werden oder aber direkt mit Selbständigen zusammengearbeitet wird. Da gerade diese Form der Förderung in soziokulturellen Zentren, Kunstvereinen, Jugendkunstschulen und so weiter im Kulturbereich eine große Bedeutung haben, hat diese förderungspolitische Entscheidung ihrerseits Rückwirkungen auf den Arbeitsmarkt Kultur.

Des Weiteren dürfen die neuen Berufe im Kulturbereich, die beispielsweise im Bereich des Design entstanden sind, nicht unterschätzt werden. Auch hier hat die selbständige Tätigkeit eine herausragende Bedeutung.

Nicht vergessen werden darf schließlich, dass Teilbereiche des kulturellen Arbeitsmarktes speziell des Arbeitsmarktes Soziokultur in den achtziger und neunziger Jahren des letzten Jahrhunderts maßgeblich durch arbeitsmarktpolitische Instrumente finanziert wurden. Geradezu paradigmatisch sind hierfür die soziokulturellen Zentren, die zum einen auf ehrenamtlicher Arbeit aufbauen und zum anderen in ihrem hauptamtlichen Bereich sehr stark durch Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen oder Strukturanpassungsmaßnahmen gefördert wurden. In dem Moment, in dem diese arbeitsmarktpolitischen Maßnahmen von Seiten der *Bundesagentur für Arbeit* weniger eingesetzt werden, besteht die Notwendigkeit einer anderen Form der Zusammenarbeit mit hauptamtlich Tätigen. Max Fuchs hat die Soziokultur als paradigmatisches Beispiel für die Veränderung des Arbeitsmarktes für Geisteswissenschaftler in seinem Einführungsreferat anlässlich der Tagung des *Deutschen Kulturrates* »Kultur als Arbeitsfeld und Arbeitsmarkt für Geisteswissenschaftler« herausgestellt (Fuchs 2008).

Betrachtet man den Kernbereich der künstlerischen Berufe, die der Urheber also der Schriftsteller, der Maler, der Komponisten, Textdichter und so weiter so ist festzuhalten, dass ihr Arbeitsmarkt höchst prekär ist.

Es dauert oft Jahre – und manchen gelingt es auch nie – bis zum Beispiel ein bildender Künstler oder eine bildende Künstlerin auf dem Markt erfolgreich ist. Bis zumindest eine regionale oder gar bundesweite Bekanntheit erreicht wird. Die hohen Preise, die derzeit auf dem Markt mit Arbeiten von Norbert Bisky oder Neo Rauch erzielt werden, sind lediglich eine Momentaufnahme. Sie garantieren noch nicht, dass diese Werke auch in zehn Jahren entsprechende Preise erzielen und sie geben überhaupt nicht Auskunft über das durchschnittliche Einkommen der bildenden Künstlerinnen und Künstler. Das Durchschnittseinkommen der in der Berufsgruppe Bildende Kunst in der Künstlersozialkasse Versicherten betrug zum 1.1.2007 10 510 Euro im Jahr. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass in dieser Berufs-

gruppe auch Designer versichert sind, bei denen von einem höheren Jahreseinkommen als bei freiberuflichen Bildenden Künstlern ausgegangen werden kann.

Werden alle Berufsgruppen in der Künstlersozialkasse – also Wort, Bildende Kunst, Musik und Darstellende Kunst – betrachtet, so betrug das Jahresdurchschnittseinkommen zum 1.1.2007 11 094 Euro (Zimmermann/Schulz 2007). Nicht gerade ein Einkommen, das große Sprünge erlaubt. Im Gegenteil, wird in Betracht gezogen, dass die Mehrzahl der in der Künstlersozialkasse Versicherten eine akademische Ausbildung absolviert haben, wird deutlich, dass sie unterdurchschnittlich verdienen. In einigen Berufsgruppen und bei einigen Altersgruppen kann auch nach den Vorgaben des Armuts- und Reichtumsberichts der Bundesregierung davon gesprochen werden, dass in der Künstlersozialkasse Versicherte arm sind. So wird im Armuts- und Reichtumsbericht ein monatliches Nettoeinkommen eines Alleinverdieners mit 781 Euro definiert, das sind 60 Prozent des mittleren Einkommens. Hieraus errechnet sich ein Jahresdurchschnittsnettoeinkommen von 9 372 Euro.

Das Jahresdurchschnittseinkommen der in der Künstlersozialkasse Versicherten wird aus den Betriebseinnahmen, also Einnahmen aus künstlerischer Tätigkeit, Einnahmen aus urheberrechtlichen Vergütungen zum Beispiel über Verwertungsgesellschaften, Einnahmen aus einkommenssteuerpflichtigen Stipendien, abzüglich der Betriebsausgaben, also Aufwendungen für Betriebsmittel, Aufwendungen für Betriebsräume, Fahrtkosten, betrieblichen Versicherungen, Werbungskosten, Aufwendungen für Hilfskräfte, Abschreibungen, ermittelt. Die Sozialabgaben für Kranken-, Pflege- und Rentenversicherung werden von der Künstlersozialkasse anhand des gemeldeten Durchschnittseinkommens festgelegt. Allein das gemeldete Durchschnittseinkommen der in der Künstlersozialversicherung Versicherten liegt teilweise unter der Armutsgrenze des Armuts- und Reichtumsberichts.

So verdienen in der Altersgruppe bis 30 Jahre Bildende Künstler 7 920 Euro/Jahr, darstellende Künstler 7 055 Euro/Jahr und Musiker 7 504 Euro/Jahr. In der Altersgruppe zwischen 30 und 40 Jahren die Bildenden Künstler 8 911 Euro/Jahr, die Darstellenden Künstler 8 615 Euro/Jahr und die Musiker 8.529 Euro/Jahr. Erst in den darüber liegenden Altersgruppen 40 bis 50 Jahre, 50 bis 60 Jahre sowie über 60 Jahre erreichen die in der Künstlersozialkasse Versicherten ein höheres Einkommen. Werden von den gemeldeten Durchschnittseinkommen allerdings noch die Sozialabgaben sowie die Steuern abgezogen, so ist zu vermuten, dass auch in den letztgenannten Altersgruppen ein erheblicher Teil der Versicherten als arm bezeichnet werden kann.

Diese Daten unterstreichen die Bedeutung der Künstlersozialversicherung für die soziale Absicherung der Künstler. Künstler, die über die Künstlersozialkasse versichert sind, zahlen nur die Hälfte der Sozialabgaben (Kranken-, Pflege- und Rentenversicherung), die andere Hälfte wird zu 30 Prozent von den Verwertern künstlerischer Leistungen und zu 20 Prozent vom Bundeszuschuss aufgebracht. Ohne diese soziale Absicherung hätten freiberufliche Künstler und Publizisten sowie andere in Kulturberufen Tätige keine soziale Absicherung.

Trotz schlechten Verdienstes hohe Identifikation mit selbständiger Tätigkeit

Bemerkenswert ist, dass trotz des geringen Verdienstes freiberufliche Künstlerinnen und Künstler sich stark mit der freiberuflichen Tätigkeit identifizieren. Auskunft darüber gibt eine Studie der Universität Bonn aus dem im Jahr 2005, in der speziell die wirtschaftliche Situation freiberuflicher Künstlerinnen und Künstler untersucht wurde. Mit Unterstützung der Gewerkschaft *ver.di* und des *Deutschen Kulturrates* wurde eine empirische Untersuchung zum Haushaltseinkommen von Künstlerinnen und Künstlern durchgeführt (Dangel/Piorkowsky/Stamm 2006). Hier wurde erstmals der Ansatz gewählt, nicht allein das Einkommen der Künstler und Publizisten, sondern das gesamte Haushaltseinkommen zu untersuchen. Das heißt das Einkommen der Partner, Nebentätigkeiten außerhalb der künstlerischen oder publizistischen Tätigkeit sowie Unterstützungsleistungen von Eltern, Kindern und so weiter wurden mit einbezogen. Nach der Erhebung von soziodemografischen Merkmalen wurde Folgendes untersucht:

- der Gründungsprozess, das heißt welche Motive führten zur selbständigen Tätigkeit als Künstler oder Publizist; inwiefern erfolgte zuvor eine Beratung oder Information; soll die Selbständigkeit fortgeführt werden,
- die aktuelle Selbständigkeit, das heißt zeitlicher Umfang der Selbständigkeit, Zusammenarbeit mit Kollegen, Bemühungen um Förderung, Prioritäten der Selbständigkeit, Gründe für nicht-schöpferische Tätigkeit, Zukunftsperspektiven,
- die Unterstützung durch Familie beziehungsweise das soziale Netz, das heißt Haushaltsgröße, Haushaltseinkommen, Beitrag des Künstlereinkommens zum Haushaltseinkommen, Erwerbstätigkeit der Partner, Trennung von Haushaltsfinanzen und Unternehmen, Unterstützung durch unbezahlte Mitarbeit, Unterstützung durch Beratung, Finanzielle Unterstützung.

Werden die Gründungsmotive betrachtet, so fällt auf, dass in drei künstlerischen Sparten die Tätigkeit die Selbständigkeit erzwingt. Insbesondere gilt dieses für Bildende Künstlerinnen und Künstler, die zu 60,8 Prozent angeben, dass ihre Tätigkeit nur selbständig ausgeübt werden kann. Abgeschwächt gilt dieses ebenso für Literaten einschließlich der Übersetzer (51,8 Prozent) sowie Musikerinnen und Musiker (42,2 Prozent). Bei den Musikerinnen und Musiker spielt als weiteres Gründungsmotiv die Unabhängigkeit (41,4 Prozent) sowie die Verwirklichung einer Idee (38,4 Prozent) eine wichtige Rolle. Letztgenanntes Gründungsmotiv ist bei den Darstellenden Künstlerinnen und Künstlern in dieser Befragung mit 55,4 Prozent die Haupttriebfeder für die selbständige Tätigkeit. Ebenfalls gefolgt von der Unabhängigkeit. Eine relativ untergeordnete Rolle spielt die Sorge um den Verlust des Arbeitsplatzes. Das heißt viele selbständige Künstlerinnen und Künstler setzen von vorneherein auf die Selbständigkeit.

Gründungsmotive (Mehrfachnennung war möglich)

	Musik	Literatur	Bildende Kunst	Darstellende Kunst
Verwirklichung einer Idee	38,4%	44,6%	47,5%	55,4%
Keine andere Möglichkeit	24,2%	10,8%	13,3%	21,4%
Vereinbarkeit mit Familie	8,1%	17,3%	9,2%	7,1%
Ausweg aus berufl. Frust.	24,2%	27,3%	18,3%	21,4%
Tätigkeit erzwingt Selbstständigkeit	42,4%	51,8%	60,8%	37,5%
Unabhängigkeit	41,4%	46,8%	57,5%	44,6%
Befürchteter Arbeitsplatzverlust	8,1%	2,9%	5,8%	1,8%
Auftrag/Engagements	29,3%	42,4%	14,2%	26,8%
Ermutigung durch Dritte	39,4%	25,9%	37,5%	32,1%
Sonstiges	17,2%	13,7%	32,5%	25%

Quelle: Selbständige Künstlerinnen und Künstler in Deutschland, eigene Darstellung

Trotz des geringen Einkommens wollen die befragten freiberuflichen Künstlerinnen und Künstler nach wie vor selbständig bleiben. Viele wollen ihre Selbständigkeit ausbauen. In den künstlerischen Sparten, der Musik und der Darstellenden Kunst, in denen eine abhängige Beschäftigung auch üblich ist, wünschen sich jeweils rund ein Drittel der Befragten eine Festanstellung. Hervorzuheben ist, dass auch Bildende Künstlerinnen und Künstler sich zu 20 Prozent eine Festanstellung als künftige Form der Erwerbstätigkeit vorstellen können, obwohl gerade hier das Berufsfeld für Angestellte besonders klein ist.

Die Autoren der Studie – Caroline Dangel, Michael-Burkhart Piorkowsky und Thomas Stamm – betonen, dass es sich um eine Modellstudie handelt. Das große Verdienst liegt darin, ein Instrumentarium entwickelt zu haben, dass nunmehr für eine große repräsentative Untersuchung genutzt werden könnte. Von großer Bedeutung ist dabei, dass nicht allein der Künstler oder Publizist beziehungsweise sein Einkommen betrachtet wird, sondern der gesamte Haushalt in den Blick genommen wird.

Fazit

Der Arbeitsmarkt Kultur war schon immer und wird es in zunehmendem Maß ein Arbeitsmarkt der Selbständigen. Diese Selbständigen sind der kreative Kern der Kulturwirtschaft. Sie bilden zum großen Teil den Anfang der kulturwirtschaftlichen Wertschöpfungskette.

Soll die Kulturwirtschaft gestärkt werden, so darf dieser kreative Kern nicht aus dem Blick geraten. Alle Vermarktungsstrukturen nutzen nichts, wenn es nichts zu vermarkten gibt. Die Künstler sind diejenigen, die erst die Werke schaffen, die von anderen verwertet oder vermittelt werden. Es gilt daher, diesem kreati-

Vorstellung über künftige Erwerbstätigkeit (Mehrfachnennung möglich)

	Musik	Literatur	Bildende Kunst	Darstellende Kunst
Weiterhin selbstständig sein	79,6 %	97,8 %	90,8 %	80,4 %
Selbstständigkeit ausbauen	45,9 %	46,7 %	52,5 %	50,0 %
Festanstellung	28,6 %	3,7 %	20,0 %	32,1 %
Etwas anderes machen	11,2 %	4,4 %	9,2 %	8,9 %

Quelle: Selbständige Künstlerinnen und Künstler in Deutschland, eigene Darstellung

ven Kern der Kulturwirtschaft besondere Aufmerksamkeit zu schenken. Weiter muss die Gruppe der Selbständigen, die in Kultureinrichtungen freiberuflich arbeiten und nicht Mitglied in der Künstlersozialversicherung werden können, stärker in den Blick genommen werden. Die *Enquete-Kommission des Deutschen Bundestags »Kultur in Deutschland«* hat zu Recht der Bundesregierung den Prüfauftrag aufgegeben, für diese Berufsgruppen Modelle sozialer Sicherung entwickeln.

Literatur

Dangel, Caroline/Piorkowsky, Michael unter Mitarbeit von Thomas Stamm (2006): *Selbständige Künstlerinnen und Künstler – zwischen brotloser Kunst und freiem Unternehmertum*. Bonn: Vereinigte Dienstleistungsgewerkschaft ver.di, Berlin (hrsg. v. *Deutschen Kulturrat*, *Rheinische-Friedrich-Wilhelms-Universität*)

Deutscher Bundestag (2007): *Schlussbericht der Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland«, BT-Drucksache* 16/7000

Deutscher Bundestag (2007): »Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Christoph Waitz, Hans-Joachim Otto und der Fraktion der *FDP*: Kulturausgaben von Bund, Ländern und Gemeinden«, *Drucksache* 16/9193

Dorgerloh, Hartmut (2008): »Museen und Sammlungen – (k)ein Elfenbeinturm für Geisteswissenschaftler?«, in: Deutscher Kulturrat (Hrsg.): *Kultur als Arbeitsfeld und Arbeitsmarkt für Geisteswissenschaftler*, Berlin, S. 35–39

European Commission (2006): *The economy of Culture in Europe*, Brüssel

Fuchs, Max (2008): »Kultur als Arbeitsfeld und Arbeitsmarkt für Geisteswissenschaftler: Rahmenbedingungen und Ergebnisse«, in: Deutscher Kulturrat (Hrsg.): *Kultur als Arbeitsfeld und Arbeitsmarkt für Geisteswissenschaftler*, Berlin, S. 27–32

miz (2008): »Studierende in Studiengängen für Musikberufe an Musikhochschulen, Universitäten, Gesamthochschulen, Pädagogischen Hochschulen und Fachhochschulen im Wintersemester 2006/2007 nach 1. Studienfach, Frauenanteil und Ausländeranteil«, http://www.miz.org/intern/uploads/statistik10.pdf, Zugriff 20.5.2008

Warnke, Ingo H. (2008): »Breite Ausbildung als Chance – Germanisten als Generalisten des Arbeitsmarktes Kultur«, in: Deutscher Kulturrat (Hrsg.): *Kultur als Arbeitsfeld und Arbeitsmarkt für Geisteswissenschaftler*, Berlin, S. 129–135

Zimmermann, Olaf/Schulz, Gabriele (2002): *Traumberuf Künstler: Kreativität leben – finanzielle Sicherheit erreichen*, Nürnberg

Zimmermann, Olaf (2006): »Kulturberufe und Kulturwirtschaft – Gegensatz oder Symbiose?«, in: *ApuZ*, Heft 34-35 (2006)

Zimmermann, Olaf/Schulz, Gabriele (2007): *Künstlersozialversicherungsgesetz. Hintergründe und aktuelle Informationen*, Bonn: Bundesministerium für Arbeit und Soziales

Zimmermann, Olaf (2008): »Kultur als Arbeitsmarkt und Arbeitsfeld für Geisteswissenschaftler – Was bleibt? Was wird? Was ist zu tun?«, in: Deutscher Kulturrat (Hrsg.): *Kultur als Arbeitsfeld und Arbeitsmarkt für Geisteswissenschaftler*, Berlin, S. 165–172

Caroline Dangel

Artpreneurs – Selbstständige Künstlerinnen und Künstler als Produzenten ihrer eigenen Lebenslage

Zusammenfassung

In kaum einer anderen Berufsgruppe gibt es einen derart hohen Selbstständigenanteil wie in den Kultur- und Medienberufen. Es verwundert daher, wie wenig dieser Bereich bisher erforscht ist, besonders in Anbetracht der zahlreichen Hinweise in der Literatur auf die besonderen Formen der Selbstständigkeit im Kultur- und Medienbereich, die als zukunftsweisend für andere Berufe beschrieben werden.

In einer schriftlichen Befragung wurden die Existenzgründung und Selbstständigkeit von 417 Künstlerinnen und Künstlern, die Mitglied bei der *Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft ver.di* sind, erforscht. Die Analyse liefert gender- und spartenspezifische Erkenntnisse. Untersucht wurden der Gründungsprozess, die aktuelle Erwerbssituation, die Zukunftsperspektiven der Selbstständigen sowie die Lebens- und Einkommensverhältnisse. Besonderes Augenmerk galt den Erwerbskombinationen (Mehrfachtätigkeiten) sowie der Verknüpfung von Arbeit und Leben im Haushalts- und Familienkontext. Beim Vergleich der eigenen Ergebnisse mit Erkenntnissen aus anderen Analysen zeigen sich viele Parallelen. Außerdem können selbstständige Künstlerinnen und Künstler als Trendsetter im gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Strukturwandel verstanden werden. Allerdings sind sie hinsichtlich ihrer wirtschaftlichen Lage dennoch als Nachzügler einzuordnen.

Dieser Beitrag beinhaltet drei Teile: (1) Eine Einführung, (2) neben einer kurzen Darstellung des theoretischen Hintergrunds und der methodischen Vorgehensweise die Darstellung ausgewählter Ergebnisse einer eigenen Untersuchung und (3) die Formulierung der Perspektiven weiterer Forschung im Bereich Kunst und Kultur.

Einführung

Spätestens nach Vorlage des Abschlussberichtes der *Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland«* wäre zu erwarten gewesen, dass sich die Erkenntnislücke in Bezug auf die wirtschaftliche und soziale Lage der Künstlerinnen und Künstler schließt und die Aufarbeitung der Handlungsempfehlungen der *Enquete-Kommission* beginnen kann. Nach Durchsicht des Berichtes ist jedoch zu konstatieren: Es muss nachgefasst werden. Aus verschiedenen Gründen, die im Bericht nicht weiter genannt werden, war es nicht möglich gewesen, eine Neuauflage der vor 30 Jahren vorgelegten Künstler-Erhebung zu erarbeiten (Deutscher Bundestag 2007: 229). Nach vierjähriger intensiver Arbeit und mit den ihr zu Verfügung stehenden Mitteln hat die Enquete-Kommission zwar Erkenntnisse hervorgebracht, auf die aufzubauen ist; umfangreiche und vor allem repräsentative Untersuchungen, die sich mit den Arbeits- und Lebensverhältnissen von Künstlerinnen und Künstlern befassen, blieben jedoch aus. Es scheint daher angeraten, sich mittelfristig damit zu behelfen, die Ergebnisse der wenigen aktuellen Untersuchungen zusammenzutragen und für die Aufarbeitung der Handlungsempfehlungen der Enquete-Kommission heranzuziehen. Langfristig jedoch sind belastbare Untersuchungen zu dem Thema unerlässlich. Hieraus könnten nicht nur zukünftige Maßnahmen für Selbstständige aus dem Kultur- und Medienbereich, sondern auch wichtige Erkenntnisse für die Gruppe der Selbstständigen insgesamt abgeleitet werden.

Im Folgenden werden neben einer kurzen Darstellung des theoretischen Hintergrunds und der methodischen Vorgehensweise (siehe hierzu Dangel/Piorkowsky 2006) ausgewählte Ergebnisse einer eigenen Untersuchung dargestellt.

Ergebnisse aus der eigenen Untersuchung

Die Untersuchung »Selbstständige Künstlerinnen und Künstler in Deutschland – zwischen brotloser Kunst und freiem Unternehmertum« ist eingebettet in das Forschungsprogramm »Haushalts-Unternehmens-Komplexe« (siehe hierzu Piorkowsky 2002, Statistisches Bundesamt 2003). Es ermöglicht den hinreichenden Einbezug des mikrosozialen Umfeldes zur Erforschung von Gründungs- und Entwicklungsprozessen freiberuflich oder gewerblich geführter Klein- und Kleinstbetriebe.

Die Analyse aus dem Jahr 2006 liefert sparten- und genderspezifische Erkenntnisse zu (1) Gründungsprozessen, (2) der aktuellen Situation der Selbstständigkeit, (3) Perspektiven für die Zukunft, und (4) zu persönlichen und haushaltsbezogenen Einkommenskombinationen.

Als Befragungseinheiten für die schriftliche Erhebung wurden selbstständige Künstlerinnen und Künstler der Fachgruppen Musik, Literatur, Bildende Kunst und Darstellende Kunst in der *Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft ver.di* herangezogen. In die Analyse gingen insgesamt 417 Fragebögen ein.

Im Folgenden werden ausgewählte Ergebnisse dargestellt. Der Schwerpunkt liegt auf der Darstellung der Erwerbsverläufe und Erwerbskombinationen.

Ausbildung

Die formalen Ausbildungsabschlüsse der Künstlerinnen und Künstler sind insgesamt überdurchschnittlich hoch. Einen Hochschul- beziehungsweise Fachhochschulabschluss haben rund 65 Prozent in den Fachgruppen Bildende Kunst und Darstellende Kunst und gut 80 Prozent in den Fachgruppen Musik und Literatur.

Tabelle 1: Künstlerinnen und Künstler mit (Fach-) Hochschulabschluss

Künstlerinnen und Künstler mit (Fach-) Hochschulabschluss – nach Fachbereichen	
Musik	82 %
Literatur	80 %
Bildende Kunst	69 %
Darstellende Kunst	66 %

Quelle: Eigene Erhebung

Berufliche Ausbildungen wurden alternativ oder ergänzend vor allem in den Fachgruppen Bildende Kunst und Darstellende Kunst (51 Prozent beziehungsweise 39 Prozent), aber auch in den Fachgruppen Musik und Literatur (20 Prozent beziehungsweise 19 Prozent) abgeschlossen (*Tabelle 2)*.

In der Fachgruppe Darstellende Kunst werden vergleichsweise häufig Schauspielschulen besucht, und in der Fachgruppe Bildende Kunst werden häufig Ausbildungen in handwerklichen beziehungsweise gestalterischen Berufen absolviert. Die Künstlerinnen haben tendenziell etwas häufiger als die Künstler einen Hochschulabschluss, außer im Bereich Darstellende Kunst.

Tabelle 2: Künstlerinnen und Künstler mit beruflicher Ausbildung

Künstlerinnen und Künstler mit beruflicher Ausbildung – nach Fachbereichen	
Musik	20 %
Literatur	19 %
Bildende Kunst	51 %
Darstellende Kunst	39 %

Quelle: Eigene Erhebung

Gründungsprozess

Übergänge in die Selbstständigkeit werden ganz überwiegend nach dem Studium oder aus einer abhängigen Beschäftigung vollzogen. Hinsichtlich der Tätigkeiten vor der Selbstständigkeit zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den Fachgrup-

pen: Aus einer Erwerbstätigkeit heraus selbstständig wurden zwei Drittel der Darstellenden Künstlerinnen und Künstler sowie der Schriftstellerinnen und Schriftsteller beziehungsweise Literarischen Übersetzerinnen und Übersetzer. Von den Bildenden Künstlerinnen und Künstlern war etwa die Hälfte bereits vor der Selbstständigkeit erwerbstätig, bei den Musikerinnen und Musikern war es etwa ein Drittel. Rund 35 Prozent (Musik und Literatur) beziehungsweise 50 Prozent (Bildende Kunst und Darstellende Kunst) übten ihre früheren Tätigkeiten noch eine Zeit lang neben der Selbstständigkeit aus. Im Bereich Literatur war dies auch noch zum Befragungszeitpunkt in erheblichem Umfang der Fall (22 Prozent).

Die Betrachtung der *Gründungsmotive* lenkt den Blick auf die subjektive Einschätzung des Stellenwertes der künstlerischen Selbstständigkeit – neben den objektiven erwerbsstatistischen Kategorien. Insgesamt zeigt sich in allen vier Fachgruppen, dass drei eng verbundene Motive den Hauptantrieb für die Selbstständigkeit im Bereich Kunst und Kultur darstellen: (1) die Verwirklichung einer künstlerischen Idee, die (2) nur in selbstständiger Tätigkeit und (3) in künstlerischer Unabhängigkeit möglich ist (*Abbildung 1*).

In der Fachgruppe Bildende Kunst spielt die Ausübung in selbstständiger Tätigkeit eine besonders große Rolle, weil es nur wenige Tätigkeitsfelder für Bildende Künstlerinnen und Künstler in abhängiger Beschäftigung gibt. In allen vier Fachgruppen zeigt sich außerdem, dass ein erstes Engagement oder ein erster Auftrag sowie die Ermutigung aus dem persönlichen Umfeld eine starke motivierende Wirkung für den Entschluss zur Selbstständigkeit haben. Dies dürfte insbesondere für Zugänge zur künstlerischen Selbstständigkeit im Zu- und Nebenerwerb oder für Übergänge in den Haupterwerb ausschlaggebend sein (*siehe Abbildung 1*).

Aktuelle Erwerbssituation

In Bezug auf die aktuelle Erwerbssituation waren Erkenntnisse über Erwerbskombinationen von besonderem Belang.

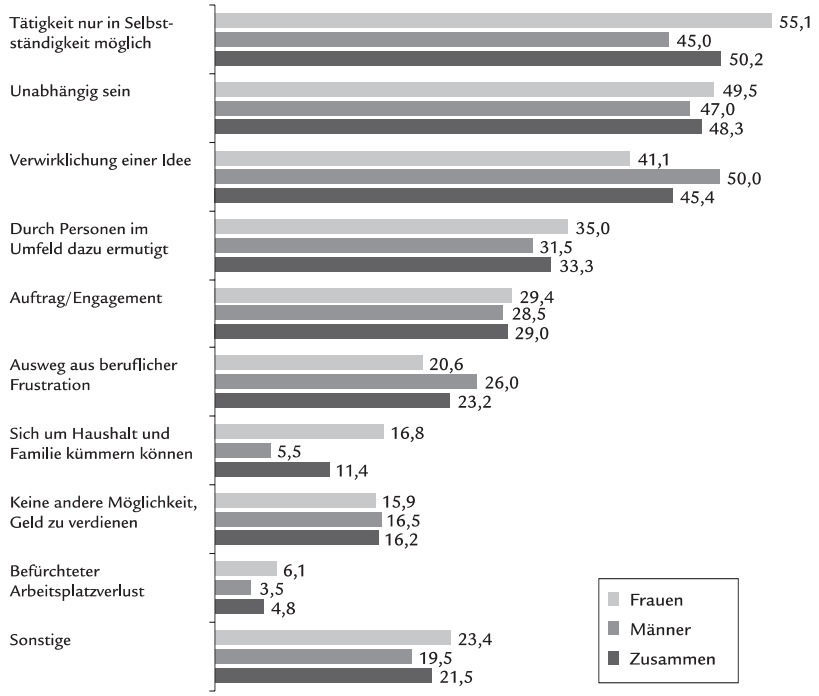
Weitere Erwerbstätigkeiten üben rund 41 Prozent zur Zeit der Erhebung aus. In der Fachgruppe Musik finden wir bei über einem Drittel der Befragten weitere Erwerbstätigkeiten, in der Fachgruppe Bildende Kunst bei 39 Prozent, in der Fachgruppe Literatur bei 45 Prozent und bei knapp der Hälfte in der Fachgruppe Darstellende Kunst.

Tabelle 3: Ausübung weiterer Erwerbstätigkeiten

Ausübung weiterer Erwerbstätigkeiten	
Musik	48 %
Literatur	45 %
Bildende Kunst	39 %
Darstellende Kunst	35 %

Quelle: Eigene Erhebung

Abbildung 1: Gründungsmotive der Künstlerinnen und Künstler
(Mehrfachnennungen möglich; N = 417; in Prozent)



Quelle: Eigene Erhebung

Die oberste *Priorität* in der Wichtigkeitsskala der Selbstständigen im Bereich Kunst und Kultur hat die schöpferische Freiheit. Bei den Bildenden Künstlerinnen und Künstlern ist dies am stärksten ausgeprägt. An zweiter Stelle steht in der Fachgruppe Literatur die freie Zeiteinteilung und in den anderen Fachgruppen der Wunsch, von der Kunst leben zu können. Die geringste Priorität hat in allen vier Fachgruppen die »persönliche Anerkennung«.

Genderspezifische Unterschiede sind insgesamt nur gering und uneinheitlich ausgeprägt. Erwähnenswert erscheint hier, dass Frauen und Männer gleichermaßen ideelle und materielle Prioritäten nennen.

Hinsichtlich der *Erfüllung der Prioritäten* zeigt sich bei allen Fachgruppen, dass dem Wunsch nach schöpferischer Freiheit ein sehr hoher Grad an Erfüllung zugesprochen wird. In der Fachgruppe Literatur trifft dies auch auf die freie Zeiteinteilung zu. Die größte Diskrepanz zwischen Wunsch und Wirklichkeit zeigt sich bei allen vier Fachgruppen hinsichtlich der Hoffnung, von der Kunst leben zu können. Am stärksten kommt dies in der Fachgruppe Literatur zum Ausdruck.

Diese Diskrepanz hinsichtlich des Einkommenswunsches und der Einkommenswirklichkeit gilt für Frauen etwas ausgeprägter als für Männer in den Fachgruppen Musik und Literatur. Ansonsten zeigen sich keine erheblichen genderspezifischen Unterschiede.

Die hier zusammengefassten Ergebnisse decken sich mit der Analyse der *Erwartungen* vor der Selbstständigkeit einerseits, die ebenfalls klar eine dominante dreifache Hoffnung zum Ausdruck bringen, nämlich (1) künstlerische Selbstverwirklichung, (2) finanzielles Einkommen und (3) persönliche Anerkennung, und der wahrgenommenen Realisierung andererseits: Die künstlerische Selbstständigkeit ist demnach zufrieden stellend im ideellen Bereich und nicht zufrieden stellend im materiellen Bereich. Allerdings ist vielen Befragten auch künstlerische Nachhaltigkeit wichtig, und auch diesbezüglich zeigen sich viele Befragte desillusioniert.

Vorstellungen über die zukünftige Erwerbstätigkeit

Weiterhin selbstständig sein will die ganz überwiegende Mehrheit der Künstlerinnen und Künstler, rund die Hälfte will die Selbstständigkeit noch ausbauen. In den Fachgruppen Musik und Darstellende Kunst wollen 80 Prozent weiterhin selbstständig sein, 46 Prozent beziehungsweise 50 Prozent wollen die Selbstständigkeit ausbauen. In der Fachgruppe Bildende Kunst sind es 91 Prozent und 53 Prozent und in der Fachgruppe Literatur 98 Prozent und 47 Prozent.

Erwerbstätigkeit des Partners / der Partnerin

Zum Haushaltseinkommen tragen außer dem Einkommen der Befragten auch die Einkommen der Partnerinnen und Partner bei, die ganz überwiegend erwerbstätig sind (*Tabelle 4*). In der Fachgruppe Literatur sind es 73 Prozent der Partnerinnen oder Partner, in der Fachgruppe Darstellende Kunst 79 Prozent, in der Fachgruppe Bildende Kunst 82 Prozent und in der Fachgruppe Musik 90 Prozent zusammen. Außer in der Fachgruppe Darstellende Kunst sind es tendenziell eher die Künstlerinnen, die erwerbstätige Partner haben als umgekehrt.

Tabelle 4: Erwerbstätigkeit der Partner/innen

Partner/in zur Zeit erwerbstätig	Frauen		Männer		Zusammen	
	Zahl	%	Zahl	%	Zahl	%
Nein	20	15,0	32	24,2	52	19,6
Ja	113	85,0	100	75,8	213	80,4
insgesamt	133	100,0	132	100,0	265	100,0

Quelle: Eigene Erhebung

Im Folgenden werden die Perspektiven weitere Forschung im Bereich Kunst und Kultur formuliert.

Perspektiven weiterer Forschung im Bereich Kunst und Kultur

Die Auswertung der eigenen Befragung von selbstständigen Künstlerinnen und Künstlern in den Sparten Musik, Literatur, Bildende Kunst und Darstellende Kunst sowie der Vergleich der Ergebnisse mit Erkenntnissen aus anderen Analysen legen folgende Vermutung nahe: Die Existenzgründungen und Entwicklungsverläufe selbstständiger Erwerbstätigkeit im Bereich Kunst und Kultur vollziehen sich in einer Art und Weise, die dem Trend des wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Strukturwandels vorauseilt oder ihm zumindest voranschreitet (siehe hierzu auch Gottschall/Schnell 2000, Haak 1999, Haak 2006, Landtag Nordrhein-Westfalen 2003, Röbke 2000, Söndermann 2004, SozialKulturProjekte e. V. 2002, Thurn 1985).

Dies gilt insbesondere für die vergleichsweise geringen genderspezifischen Differenzierungen, für die persönlichen und partnerschaftlichen Einkommenskombinationen im Haushaltszusammenhang und für die enge Verzahnung von »Arbeit und Leben«. Selbstständige Künstlerinnen und Künstler wirken somit nicht nur durch ihre Kunst, sondern auch in ihrer Unternehmerinnen- und Unternehmerrolle als Modernisierungsavantgarde.

Die Analyse insbesondere der Selbstständigkeit von Künstlerinnen und Künstlern und den sich dort entwickelnden Einkommenskombinationen und Haushalts-Unternehmens-Verknüpfungen könnte eine modellhafte, paradigmatische Funktion zukommen, wenn es darum geht, die individuellen Lebensverhältnisse und die Beziehungen zu den sozialen Umsystemen, insbesondere auch zu den Systemen der sozialen Sicherung, zu verstehen und zu gestalten.

Weitere Untersuchungen zur Verbreiterung und Vertiefung des empirischen Wissens über diesen Bereich sind deshalb wünschenswert. Viel versprechend klingt in diesem Zusammenhang eine geplante Untersuchung des *Fonds Darstellende Künste* zu den Auswirkungen der wirtschaftlichen, sozialen und arbeitsrechtlichen Rahmenbedingungen auf den Schaffensprozess und auf die Lebensbedingungen von professionell tätigen Theater- und Tanzschaffenden in Deutschland. Es ist zu wünschen, dass mit dieser sowie mit weiteren Untersuchungen der erforderliche Beitrag zur Aufklärung der Arbeits- und Lebensverhältnisse von freischaffenden Künstlerinnen und Künstlern erbracht wird.

Literatur

Deutscher Bundestag (2007): *Schlussbericht der Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland«*, Berlin: *Bundestags-Drucksache* 16/7000 vom 11.12.2007

Dangel, Caroline./Piorkowsky, Michael (2006): *Künstlerinnen und Künstler in Deutschland – zwischen brotloser Kunst und freiem Unternehmertum?*, Bonn/Berlin (Hrsg.: *Deutscher Kulturrat, Rheinische Friedrich-Wilhelms- Universität Bonn, Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft ver.di*)

Gottschall, Karin/Schnell, Christiane (2000): »›Alleindienstleister‹ in Kulturberufen zwischen neuer Selbständigkeit und alten Abhängigkeiten«, in: *WSI-Mitteilungen, Heft 12/2000, S. 804–810*

Haak, Carroll/Schmid, Günther (1999): »Arbeitsmärkte für Künstler und Publizisten – Modelle einer zukünftigen Arbeitswelt?«, Berlin: *WZB Arbeitspapier*

Haak, Carroll (2006): »Von Künstlern lernen: Mehrfachbeschäftigung, Bildung und Einkommen auf den Arbeitsmärkten von Künstlern«, Berlin: *WZB Arbeitspapier*

Landtag Nordrhein-Westfalen (2003): »Große Anfrage der Fraktion der *CDU*: Wirtschaftliche und soziale Entwicklung der künstlerischen Berufe und des Kunstbetriebes in Nordrhein-Westfalen«, Düsseldorf: *Landtags-Drucksache* 13/4691 v. 27.11.2003

Piorkowsky, Michael (2002): »Die Evolution von Unternehmen im Haushalts- und Familienkontext – Grundgedanken einer Theorie sozioökonomischer Hybridsysteme«, in: *ZfB. Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, Ergänzungsheft 5/2002

Röbke, Thomas (2000): *Kunst und Arbeit. Künstler zwischen Autonomie und sozialer Unsicherheit*, Essen (Kultur in der Diskussion, Bd. 7)

Söndermann, Michael (2004): »Kulturberufe. Statistisches Kurzportrait zu den erwerbstätigen Künstlern, Publizisten, Designern, Architekten und verwandten Berufen im Kulturmarkt in Deutschland 1995–2003«, Bonn: ARKStat

SozialKulturProjekte e. V. (2002): *Analyse der sozialen und wirtschaftlichen Lage von Künstlerinnen und Künstlern in Sachsen-Anhalt. Bericht*, Merseburg

Statistisches Bundesamt (2003): *Existenzgründungen im Kontext der Arbeits- und Lebensverhältnisse in Deutschland. Eine Strukturanalyse von Mikrozensusergebnissen. Projektbericht und Tabellenband*. Vorgelegt vom *Statistischen Bundesamt*, erstellt in Kooperation mit der *Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität* Bonn, Professur für Haushalts- und Konsumökonomik, Bonn

Thurn, Hans-Peter (1985): *Künstler in der Gesellschaft. Ergebnisse einer Befragung unter Bildenden Künstlern in Düsseldorf und Umgebung*. Opladen

Birgit Mandel

Die Neuen Kulturunternehmer – Prekariat oder Vorreiter und Visionäre eines sich wandelnden Kulturbetriebs?

Berufseinstieg und -wirklichkeit der Absolventen von Kulturstudiengängen

War in den achtziger Jahren die von der *Bundesanstalt für Arbeit* ermöglichte ABM-Stelle (Arbeitsbeschaffungsmaßnahme) häufig der Einstieg in den Kultur-Beruf mit der Chance, daraus eine feste Stelle im gemeinnützigen Kultursektor schaffen zu können, so wurde in den neunziger Jahren die temporäre Beschäftigung in parallelen Projekten zur zentralen Beschäftigungsform für Berufsanfänger. In einer Absolventenstudie der *Hildesheimer Kulturwissenschaften* aus dem Jahr 2000 übten knapp 50 Prozent der Befragten mindestens zwei Tätigkeiten parallel aus (Mandel 2000). – Da es sich bei den *Hildesheimer Kulturwissenschaften* um den ältesten und größten interdisziplinären, für ein breites Berufsfeld qualifizierenden Kulturstudiengang in Deutschland handelt, der inzwischen gut 3 000 Absolventen hervorgebracht hat, können die Ergebnisse durchaus Indiz sein für generelle Trends der Berufsrealität von Kulturschaffenden.

In diesem Ergebnis kommt zum Ausdruck, dass auf dem Kultur-Arbeitsmarkt Teilzeitstellen, befristete Arbeitsverträge und häufig wechselnde Auftraggeber und Projektarbeit üblich sind. Dies gilt in besonderem Maße für den Bereich der künstlerischen Produktion. Von denjenigen, die dort ihre hauptberufliche Tätigkeit ansiedeln, hat die Mehrheit mindestens noch einen weiteren Job.

Für den Kultursektor sind solche von Unsicherheit gekennzeichneten Arbeitsverhältnisse jedoch schon lange eher Normalität als in anderen Sektoren und die Absolventen von Kulturstudiengängen dürften darauf mental vorbereitet sein.[1]

1 In einer Studie des *Wissenschaftszentrums Berlin* werden Kulturschaffende dann auch als »Vorreiter der neuen Arbeitsgesellschaft« bezeichnet, Haak/Schmidt/Wissenschaftszentrum Berlin 1999.

Zugleich zeigte sich nämlich, dass nur drei Prozent der befragten Absolventen nicht in Lohn und Brot sind und gut 70 Prozent Tätigkeiten ausüben, die ihrem Studium direkt entsprechen, was deutlich macht, dass sie sich mit dieser Form der Berufstätigkeit, jenseits der Normalbiografie offensichtlich arrangiert haben.

Zu einem erfolgreichen Einstieg in den Arbeitsmarkt, der bei 80 Prozent weniger als ein Jahr dauerte und bei knapp der Hälfte unmittelbar nach dem Studium gelang, trugen nach Angaben der Befragten vor allem Empfehlungen von Bekannten und vorangegangene Praktika sowie der hohe Projekt- und Praxisanteil des Studiums bei. Die überwiegende Mehrheit aller Befragten waren, über die drei Pflichtpraktika des Studiengangs hinaus, zudem bereits während ihres Studiums nebenbei berufspraktisch im Kultursektor tätig. Der Übergang vom Studium in den Beruf wird insofern weniger als Hürde erlebt, sondern vollzieht sich eher fließend. Als entscheidendes Einstellungs-Kriterium auch für Berufsanfänger nannten die Befragten »berufspraktische Erfahrungen«, gefolgt von »guten Kontakten« und »überzeugender Persönlichkeit«. Da Stellen im Kulturbereich häufig gar nicht ausgeschrieben werden, sind vielfältige Beziehungen und Kontakte für die Stellensuche von wesentlicher Bedeutung. 75 Prozent aller Befragten sind in Großstädten tätig, was damit zusammenhängt, dass hier auch die meisten Kultur- und Medieneinrichtungen konzentriert sind.

Die Mehrheit der Absolventen hat sich nach dem Studium systematisch weitergebildet, am häufigsten in den Bereichen Datenverarbeitung, Sprachen und Betriebswirtschaftslehre, was auf die Bereitschaft zu lebenslangem Lernen und eine hohe Flexibilität hinweist, die für den Kulturarbeitsmarkt besonders notwendig ist.

Vergleicht man die Art der Arbeitsverhältnisse der Absolventen von Anfang der neunziger Jahre bis heute, so ist auffällig, dass der Anteil der im öffentlichen Kultursektor Tätigen sowie der Anteil der fest Angestellten kontinuierlich zurückgegangen ist zugunsten von Tätigkeiten in der Kulturwirtschaft und selbstständiger Beschäftigung. Das entspricht dem generellen Trend auf dem Kulturarbeitsmarkt.

Die Zahl der Beschäftigten auf dem Kulturarbeitsmarkt ist seit den siebziger Jahren weit überdurchschnittlich gestiegen. Zwischen 1995 und 2003 hat die Anzahl der im Kultursektor Tätigen um 31 Prozent zugenommen, während im gleichen Zeitraum die Erwerbstätigkeit in Deutschland insgesamt stagnierte, so zeigte die letzte umfassende Kulturberufsstudie von 2003 (Söndermann 2004). Die Gesamtzahl der Erwerbstätigen in Kulturberufen im engeren Sinne, das heißt in künstlerischen Berufen, in publizistischen Berufen, als Lehrer für musische Fächer, als Architekt und in sonstigen Kulturberufen, betrug in Deutschland im Jahr 2003 780 000 Personen. Nimmt man auch die Medienberufe dazu, so sind es sogar knapp eine Million. Dies entspricht einem Anteil von 2,2 Prozent an der gesamten erwerbstätigen Bevölkerung.[2] Die Nachfrage nach »Kulturarbeitern« ist also kontinuierlich steigend.

2 Zum Vergleich: Innerhalb Europas haben nur die skandinavischen Länder mit etwa 2,5 Prozent einen etwas höheren Anteil an Kulturberufen an der Gesamtbeschäftigung.

Die Wachstumsdynamik in den Kulturberufen ist wesentlich auf das starke Wachstum der Selbstständigen unter den Erwerbstätigen in Kulturberufen zurückzuführen. (Söndermann 2004) Zwischen 2001 und 2005 sind rund 10 000 Kulturunternehmen in Deutschland neu entstanden. Dabei handelt es sich weniger um »Global player«, etwa der Filmwirtschaft, der Popmusikbranche und des Verlagswesens, sondern vor allem um kleine und Kleinst-Unternehmen. (Söndermann 2005)

Mit dem Risiko leben, viele nennen es »Prekariat« und fragen sich, wie Menschen es auf Dauer aushalten können, unter solch unsicheren Arbeitbedingungen zu existieren, lebenslänglich zu Flexibilität und Mobilität gezwungen.

Viele der selbständig Tätigen sind jedoch durchaus zufrieden mit ihrer Situation – so zeigen mehrere Studien über kleine Kulturunternehmer – denn sie bietet Freiheit, Selbstbestimmtheit, Unabhängigkeit. (Leadbeater/Oakley 1999, Kräuter 2002, Mandel 2007) Dem steht die Unzufriedenheit vieler unkündbarer Mitarbeiter in größeren Institutionen gegenüber, vor allem im öffentlichen Kulturbetrieb, wo über Mobbing, schlechte Führungsstile von Vorgesetzten, mangelnde Möglichkeit, eigene Ideen zu entfalten und Anerkennung zu bekommen, geklagt wird. »Etwas Besseres als die Festanstellung finden wir allemal«, so startet die Website zum Buch »Wir nennen es Arbeit«, in dem die Autoren Holm Friebe und Sascha Lobo (2004) die Vorteile der freiberuflich tätigen, vor allem die Vernetzungsmöglichkeiten des Internets nutzenden »digitalen Boheme« propagieren.

»Das Leben als unabhängiger Kulturunternehmer ist weder Nirvana noch ein Rezept, um Geld zu machen. Es kann Wahlmöglichkeiten, Autonomie und Befriedigung bieten, aber es bedeutet ebenso permanente Unsicherheit und Veränderungen. Viele junge Leute empfinden diesen Tausch: Autonomie gegen Unsicherheit attraktiver als für eine große, unpersönliche Organisation zu arbeiten. Die ›unabhängigen Kulturunternehmer‹ entwickeln ihre Karriere als ein Portfolio von Projekten, Kontakten und Fähigkeiten, ein Ansatz, der zunehmend wichtiger auch für andere Sektoren der Wirtschaft werden dürfte«, so resümiert eine britische Studie über Mikro-Kulturunternehmer. (Leadbeater/Oakley 1999: 1)

Notwendig ist also eine differenzierte Betrachtungsweise, die die vielen Selbständigen und Kultur-Mikrounternehmer weder als »Prekariat« bemitleidet noch als »digitale Boheme« verherrlicht.

»Ökonomisierung und Kulturalisierung« – Gründe für das Wachstum der kleinen Kulturunternehmen

Die Ökonomisierung und zugleich Professionalisierung des Kultursektors, der Mangel an Festanstellungen bei gleichzeitig hohem Bedarf an professionellen Dienstleistungen, eröffnet neue Möglichkeiten für selbständige Tätigkeiten.

Diese neuen Aufgaben verlangen häufig ein spezielles Know-how, das in Unternehmen und Institutionen bislang nicht vorhanden war oder nicht dauerhaft vorgehalten werden kann und erfordern neue Strukturen. »Um neue Service-Qualitäten zu erreichen, benötigt man andere Organisationsstrukturen, andere

Anforderungs- und Tätigkeitsportfolios und andere Motivations- und Kommunikationspotenziale.« (Priddat 2002: 157) Der öffentliche Kultursektor baut Stellen ab und lagert bestimmte Dienstleistungen aus, die private Kulturwirtschaft wächst, befördert auch durch die zunehmende Aufmerksamkeit, Wertschätzung und Unterstützung der *creative industries* durch Wirtschafts- und Kulturpolitik in Deutschland.

Marktchancen für neue Kulturunternehmen entstehen auch dadurch, dass kulturelle Dienstleistungen zunehmend von anderen Sektoren, über den Kulturbereich hinaus, nachgefragt werden. Künstlerische Innovationen und kulturelle Kompetenz werden immer mehr zu Schlüsselqualifikationen, die für unterschiedliche wirtschaftliche und gesellschaftliche Tätigkeitsfelder von Bedeutung sind.

Nicht zuletzt sind es auch die Absolventen der vielen, seit Anfang der achtziger Jahre neu entstandenen Kultur-Studiengänge, die eigeninitiativ Nischen und Marktlücken auftun und neue Bedarfe schaffen, um ihre erworbenen Fähigkeiten auf dem Markt zu platzieren.

Die neuen Kulturunternehmer, ihre Motive, Strategien und Visionen

Was weiß man über die neuen Kleinst- und Kleinunternehmer, welche Art von Dienstleistungen bieten sie an, was sind ihre Ziele und Visionen, welche Strategien helfen ihnen zum Erfolg und wo sehen sie die zentralen Probleme ihrer Tätigkeit?

Eine Studie, die vom Institut für Kulturpolitik der *Universität Hildesheim* unter Leitung der Autorin 2006 durchgeführt wurde, ging der Frage nach, was die vor allem in den letzten zehn Jahren neu gegründeten kleinen Kulturunternehmen auszeichnet und wo sie sich selbst verorten zwischen Kultur und Wirtschaft.[3] (Mandel 2007)

Nischen, Marktlücken, Innovationen – Betätigungsfelder und Geschäftsideen der Neuen Kulturunternehmen

Die in die Befragung einbezogenen Kulturunternehmen bieten künstlerisch beziehungsweise kulturell gestaltende, Kultur vermittelnde, Kultur managende und Kultur beratende Dienstleistungen an, arbeiten oftmals in interdisziplinären Zusammenhängen und an Schnittstellen zwischen Kunst und anderen gesellschaftlichen Sphären wie Wissenschaft oder Wirtschaft.

Die Arbeitsfelder der befragten Kulturunternehmer liegen vor allem in folgenden Bereichen:

- Full Service Kulturmanagement: von der Beratung über die Mittelakquise, Marketing und Public Relations bis zur organisatorischen Abwicklung von Projekten und Veranstaltungen;

3 Im April und Mai 2006 wurden 230 kleine Kulturunternehmen in Deutschland angeschrieben, wovon 83 einen auswertbaren Fragebogen zurückgeschickt haben.

- Kultur-Eventmanagement: die Konzeption, Organisation und Durchführung von künstlerisch-gestalteten Events für die unterschiedlichen Anlässe;
- Kulturtourismus: von Themenreisen, Reisen zu spezifischen künstlerischen Genres bis zu Stadtführungen;
- Vermittlung zwischen Kunst und Wirtschaft, Kultursponsoring;
- Coaching und Unternehmensberatung mit künstlerischen Mitteln, Unternehmenstheater;
- weitere häufig auftauchende Geschäftsfelder sind: Künstlermanagement, Ausstellungsgestaltung und Ausstellungsmanagement, Museumspädagogik, kulturpädagogische Angebote für Kindergärten und Schulen, New Media Services und Mediengestaltung für Kulturinstitutionen.

Streben nach Unabhängigkeit und Selbstverwirklichung – Auslöser und Motive für die Unternehmensgründung

Als Grund für die Selbständigkeit wird an erster Stelle das Motiv genannt, als eigener Chef selbstbestimmt eigene Ideen verwirklichen und flexibel arbeiten zu können, was auf eine hohe inhaltliche Motivation der Unternehmer verweist, gefolgt von dem Motiv, eine gute Geschäftsidee umsetzen zu wollen. Erst an letzter Stelle wird die Flucht aus der Arbeitslosigkeit genannt.

Unternehmer ohne Kapital – der Start in die Selbständigkeit

Knapp die Hälfte der Befragten hatte ihre Idee bereits während des Studiums entwickelt und erste Aufträge zum Beispiel als Folge von Kontakten während eines Praktikums ausgeführt. Der Schritt zum Unternehmer war häufig keine bewusste, strategische Entscheidung, sondern hat sich ergeben.

Kulturunternehmen entwickelten sich oftmals auch aus dem dritten gemeinnützigen Sektor heraus. Alternative gemeinnützige Einrichtungen mit hohem Anteil an ehrenamtlicher Tätigkeit sind häufig Experimentierraum für Unternehmungen, die sich im weiteren Verlauf professionalisieren und marktfähig werden. Die Mehrheit der befragten Unternehmen benötigte weniger als 5000 Euro Startkapital, konnte also mit relativ geringem finanziellen Risiko starten.

Misst man den Erfolg der Kulturunternehmen am Faktor Umsatz und Gewinn, so ist dieser eher niedrig einzustufen. Der Mittelwert des jährlichen Umsatzes der in der Untersuchung Befragten liegt zwischen 100 000 und 200 000 Euro. In einer anderen Untersuchung von Kräuter lagen die erzielten Jahresgewinne der Befragten im Schnitt nur bei rund 25 000 DM (ca. 13 000 Euro) und entsprechen damit den Zahlen der Künstlersozialkasse (Kräuter 2002: 169).

Die meisten Unternehmen arbeiten ohne fest Angestellte, können also auch unter dem Aspekt des Mitarbeiterwachstums keine Erfolge verbuchen. Dennoch betrachten sich die befragten Kulturunternehmer mehrheitlich als erfolgreich. Nicht der finanzielle Erfolg, sondern die Realisierung eigener Ideen steht an erster

Stelle bei der Messung des Erfolgs, so auch das Ergebnis der Studie von Kräuter. Für die Definition von Erfolg spielten in hohem Maße Aspekte der Arbeitszufriedenheit und Selbstverwirklichung eine Rolle. (Ebd.: 179)

Mehrheitlich gehen die Befragten von einer positiven Entwicklung ihres Unternehmens in der Zukunft aus. 61 Prozent schätzen die Chancen für die zukünftige Entwicklung ihres Unternehmens als gut ein, 31 Prozent sogar als sehr gut. Eher skeptisch sind nur acht Prozent der Befragten. (Mandel 2007)

Small companies – large networks. Vernetzung als Struktur-, Akquise- und Marketingfaktor

Neue Kulturunternehmer sind Netzwerkunternehmer, deren Potenzial in vielfältigen Kontakten und Kooperationsbeziehungen besteht. Statt feste Mitarbeiter einzustellen, verfügen die meisten über ein großes Netz potenzieller Mitarbeiter und Partner, die sie je nach Auftrag aktivieren. Das macht die Unternehmen besonders flexibel und hält das Unternehmensrisiko gering, verhindert jedoch auch die Expansion und die Etablierung fester zusätzlicher Arbeitsplätze.

Netzwerkarbeit dient nicht nur der Kooperation und dem fachlichen Austausch mit anderen Selbständigen, sondern sie ist darüber hinaus zentrales Marketing- und Akquiseinstrument der Unternehmen im Kulturbereich. »Das einsame Genie gibt es nicht in modernen Kreativ-Industrien. Es ist für Kulturunternehmer unmöglich, isoliert zu arbeiten. Ihre Qualifikationen und Talente entwickeln sich in Auseinandersetzung mit und durch Unterstützung gemeinschaftlicher Tätigkeiten in kreativen Milieus.« (Leadbeater/Oakley 1999: 34)

Ein anregendes Umfeld, das die Möglichkeit gibt, sich auf informellem Wege zusammenzuschließen mit anderen, die ähnliche Interessen verfolgen, ist die Basis für die Entwicklung neuer Kulturunternehmen. Darum entstehen diese fast immer in größeren Städten, oftmals in Vierteln, in denen viele junge, alternative Einrichtungen einschließlich einer lebendigen Kneipenszene zusammenkommen. Sehr förderlich ist die Existenz von Medienunternehmen, Buch-, Film- und Musikwirtschaft sowie eine breite öffentliche Kulturlandschaft, weil diese potenzielle Auftraggeber für ausgelagerte Dienstleistungen sind. Städte mit Universitäten bieten einen besonders guten Rahmen, weil sie viele junge hochgebildete Menschen zusammenbringen, die während ihres Studiums noch relativ unverbindlich und ohne größeres Risiko erste Unternehmungen in Teams starten können.

Solche kreativen Milieus sind offensichtlich in bestimmten Städten, wie etwa Berlin und Hamburg, und in bestimmten Regionen, wie etwa dem Ruhrgebiet sehr viel stärker anzutreffen als in anderen. In Berlin liegt der Anteil der Kulturberufe deutschlandweit mit ca. 11 Prozent im Vergleich zum Bundesdurchschnitt von 2,2 Prozent am höchsten. 8,4 Prozent aller Berliner Kulturarbeitsplätze sind in der Kulturwirtschaft. Mehr als 50 Prozent aller Kulturwirtschaftsunternehmen in Berlin sind Ein-Personen-Unternehmen, die in besonderer Weise auf ein kreatives Umfeld und lokale Netzwerkstrukturen angewiesen sind. (Kulturwirtschaftsbe-

richt Berlin/Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen in Berlin/Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur Berlin 2005) Kulturunternehmen siedeln sich vor allem an solchen Orten an, die Spielräume bieten, deren Nutzung noch nicht fest definiert ist.

Das Unternehmen als Lebensprojekt – Verwischen der Grenze zwischen Arbeit und Leben

Die Grenzen zwischen Arbeit und privatem Leben sind fließend, das gilt für fast alle Kulturberufe, insbesondere jedoch für die kleinen Kulturunternehmer. Oftmals vermischen sich Beruf und Privatleben auch räumlich, wenn sich das Büro aus Kostenersparnisgründen in der eigenen Wohnung befindet. Einen geregelten Feierabend gibt es nicht, und häufig sind private Termine zugleich auch Netzwerktreffen für die unternehmerische Tätigkeit.

Die Arbeit als Kulturunternehmer wird offensichtlich nicht nur als eine Tätigkeit zum Geldverdienen, sondern als Lebens-Projekt begriffen. Ähnlich wie der Beruf des Künstlers kann auch der des Kulturunternehmers zur Berufung mit zum Teil obsessiven Zügen werden, vor allem wenn die Realisierung eigener Visionen im Vordergrund steht.

Die Unternehmerpersönlichkeit – Qualifikationen, Kompetenzen und mentale Voraussetzungen

Neue Kulturunternehmer arbeiten mit geringem finanziellen und hohem kreativen Kapital, so wurde in der Befragung deutlich. Sie haben eine hohe inhaltliche Motivation und eine hohe Arbeitsethik. Ihre Motivation und ihr Ehrgeiz bestehen eher in der Verwirklichung von Ideen als in der Expansion, was sich auf den finanziellen Ertrag negativ auswirkt. »Cultural entrepreneurs believe in ›small is beautiful‹«, so das Ergebnis einer britischen Studie. Ihre Unternehmen seien im allgemeinen klein und unterfinanziert. 80 Prozent der dort Befragten unterhielten Mikro-Unternehmen oder sehr kleine Firmen mit maximal fünf Mitarbeitern, zeigten keine Ambitionen für eine Vergrößerung und waren mit ihrem niedrigen Verdienst zufrieden. In der Studie wurde bei den befragten Kulturunternehmern eine ambivalente Haltung zu Markt und Geld festgestellt, die die Autoren als »non-materialistic« charakterisieren. (Leadbeater/Oakley 1999: 23)

Kräuter kommt in ihrer Studie zu dem Schluss, dass es für Unternehmer im Kulturbereich sinnvoll wäre, nicht nur ideelle Erfolgsfaktoren anzusetzen, sondern stärker auch für eine angemessene finanzielle Entlohnung ihrer Leistungen einzutreten: »Erst eine angemessene Synthese von Markt und Kunst im eigenen beruflichen Alltag schafft die Voraussetzung für eine stärkere Anerkennung des Berufes ›Künstler und Publizist‹ im öffentlichen Bewusstsein. Die Entwicklung einer solchen Grundhaltung bildet die Basis für die Durchsetzung einer angemessenen Entlohnung künstlerischer und publizistischer Leistungen. Ein Verlust der

künstlerischen Identität ist dabei nicht zu erwarten. … Künstler und Publizisten sind aufgefordert, sich der gesamtgesellschaftlichen Bedeutung ihrer Tätigkeit stärker bewusst zu sein und dies auch offensiv nach außen zu vertreten.« (Kräuter 2002: 183)

Die mangelnde Definition als nicht nur inhaltlich, sondern auch wirtschaftlich arbeitendes Unternehmen und die fehlende Konsequenz in Bezug auf das Marketing und hier vor allem auch die Preisgestaltung werden als die größten Fallstricke der Kulturunternehmer erkannt.

Erfolg von Kulturunternehmen, so lässt sich auf der anderen Seite anhand der Ergebnisse der verschiedenen Studien festhalten, hängt, neben einem großen Netzwerk an potenziellen Partnern und Kunden und einer innovativen, profilierten Geschäftsidee, vor allem von einer nach innen und außen überzeugenden und überzeugten Unternehmerpersönlichkeit ab (u. a. Konrad 2005).

Als entscheidende persönliche Kompetenzen werden genannt: Risikobereitschaft, Flexibilität, mentale und physische Mobilität, Kommunikationsfähigkeit, Teamfähigkeit, Durchsetzungsfähigkeit, Durchhaltevermögen, Kreativität, hohe Motivation und hohe Arbeitsethik, Leidenschaft und Begeisterung für das eigene Unternehmensportfolio. Hinzu kommen müsse ein strategisches, strukturiertes Vorgehen auf der Basis kulturmanagerialer und betriebwirtschaftlicher Kenntnisse (Mandel 2007). Unternehmer sind Trendscouts, Überzeugungskünstler, Menschenmit Risikobereitschaft.

Deutlich wird an dieser Auflistung, dass nicht alle für eine Existenz als Kulturunternehmer geeignet sind. Dennoch ist die Fähigkeit zum unternehmerischen Denken zugleich auch eine Schlüsselkompetenz, über die alle zukünftigen Kulturschaffenden, auch diejenigen, die angestellt tätig sein werden, verfügen sollten. Denn unternehmerisch denken heißt: Verantwortung übernehmen, effizient und zugleich ganzheitlich und nachhaltig zu agieren. Es beinhaltet die Fähigkeit neue Kontexte zur Verankerung von Kunst und Kultur zu sehen und proaktiv zu gestalten. Diese Fähigkeiten sind auch für den öffentlichen Kultursektor von zentraler Bedeutung, um seiner Marginalisierung entgegenzusteuern.

Die Verantwortung der Kultur-Studiengänge

»Universities are the intellectual hubs of the creative economy. Universities are attracting the best and brightest people of the society, they are the Ellis Islands of the creative age.« Universitäten sind Brutstätten für Innovationen, so konstatiert Richard Florida in seinem Bestseller über die *creative class*. Und tatsächlich zeigen auch die Studien über Kulturunternehmen, dass sich diese häufig aus universitären studentischen Projekten heraus entwickelt haben.

Wie können Kultur-Studiengänge aktiv dazu beitragen, ihre Absolventen auf ein Leben in der expandierenden Kulturwirtschaft vorzubereiten?

Ein Studium ist keine Berufsausbildung und ein Kulturstudium ist es noch weniger, denn auf dem akademisch geprägten Kulturarbeitsmarkt gibt es so gut

wie keine festen Berufsbilder. Ein Kulturstudium kann neben wissenschaftlichen Grundlagen Schlüsselkompetenzen vermitteln, mit deren Hilfe die unterschiedlichsten beruflichen Aufgaben und neuen Herausforderungen bewältigt werden können. Darüber hinaus sollte ein Studium vor allem Freiräume bieten für die Entwicklung und kreative Umsetzung eigener Ideen und im besten Falle auch für die Erprobung von Strategien künstlerischen Denkens und Handelns. Das ist vermutlich die wesentliche Vorbereitung der Studierenden auf unternehmerisches Agieren im oben formulierten Sinne und geht über die Einrichtung von *career centern*, die kurzfristig »tools« zur Unternehmensgründung vermitteln, hinaus. Freiräume zu schaffen beziehungsweise zu erhalten, etwa durch Lehrformen, in denen die Studierenden stärker in die Verantwortung genommen werden, wie Projektarbeit und Lehr-Forschungsprojekte, ist besonders angesichts der Umwandlung der Studiengänge auf Bachelor und Master, die tendenziell auf eine stärkere Verschulung hinauslaufen, notwendig.

Darüber hinaus können die Studiengänge dazu beitragen, Netzwerke und Kooperationen für ihre Studierenden und Absolventen zu schaffen, indem sie selbst sich in vielfältige aktuelle Diskussionen, Arbeits- und Forschungszusammenhänge einbringen und sich als mit-verantwortliche Akteure für kulturpolitische Entwicklungen begreifen.

Das Potenzial der Neuen Kulturunternehmer für kulturpolitische Entwicklungen

Künstlerische Innovationen und kulturelle Kompetenz werden immer mehr zu Schlüsselqualifikationen, die in unterschiedlichen gesellschaftlichen Tätigkeitsfeldern nachgefragt sind. Kulturunternehmer sind Moderatoren zwischen Kunst, Wirtschaft und Gesellschaft und befördern die Ausweitung der Einflusssphäre von Kunst und Kultur in die Gesellschaft. Sie tragen zur »Verflüssigung« der Grenzen zwischen den Sektoren bei. Das macht die Kulturunternehmer auch als kulturpolitischen Faktor relevant und sollte die Kulturpolitik herausfordern, sie als gewichtige Akteure eines gemeinschaftlichen kulturellen Lebens in den Blick zu nehmen:

- Neue Kulturunternehmer schaffen eigeninitiativ Arbeitsplätze.
- Neue Kulturunternehmen unterstützen oder erweitern das Kulturangebot einer Stadt beziehungsweise Region und tragen zur Stadtentwicklung bei.
- Neue Kulturunternehmer erkennen Trends und Marktlücken und kompensieren mit ihren Angeboten Defizite des öffentlichen Kulturbetriebs.
- Neue Kulturunternehmer tragen zur Professionalisierung des Kulturbetriebs bei.
- Neue Kultur-Unternehmer vergrößern den Einflussbereich von Kunst und Kultur in die Gesellschaft hinein, sie erweitern den Markt und die Aufmerksamkeit für Kultur.

In den Befragungen der »Neuen Kulturunternehmer« wurden vor allem folgende Bedürfnisse nach Unterstützung durch öffentliche (Kultur-)Politik genannt:

- Kleine Unternehmen bei der Vergabe öffentlicher Aufträge berücksichtigen,
- Stipendien ausschreiben, Existenzgründungszuschüsse unabhängig von Arbeitslosenansprüchen gewährleisten,
- Informations-, Fortbildungs- und Netzwerkplattformen speziell für Kulturunternehmer anbieten.
- Vor allem aber geht es den »Neuen Kulturunternehmern« um die Anerkennung als Kulturschaffende, die nicht nur ein ökonomischer Faktor sind, sondern einen wertvollen Beitrag leisten für das kulturelle Leben in Deutschland.

Die neuen Kulturunternehmer als Leitbild für die perspektivische Entwicklung des Kultursektors und der Kulturarbeit

Der niederländische Kulturmanager Giep Hagoort prognostiziert für die Zukunft des Kulturbetriebs eine Ablösung der Sektoren öffentlich, gemeinnützig und privat, der klassischen Kunstsparten ebenso wie der traditionellen Kulturorganisationen durch interdisziplinäre, multimediale, multikulturelle misch-finanzierte Kulturformen. Die Unterschiede zwischen Hoch- und Populärkultur, öffentlichem Kulturbetrieb und Kulturwirtschaft würden damit verschwinden. (Hagoort 2001: 216) Er entwirft als Zukunftsszenario für einem globalisierten Kulturmarkt die Organisationsform »Interkultureller Netzwerke«, in denen der neue Typus des *cultural entrepreneurs* verantwortlich in wechselnden Teams interdisziplinär sowohl in Bezug auf Kunstformen wie auch in Bezug auf unterschiedliche gesellschaftliche und soziale Sphären vernetzend und vermittelnd tätig ist.

Die Fähigkeit, eigene Kreativität und Kompetenz in wechselnde Teams einzubringen, sich zu vernetzen mit Partnern aus unterschiedlichen Gesellschaftsbereichen und Kunst in neue Kontexte einzubringen, würde dann zur zentralen Kompetenz von Kulturschaffenden, eine Form von Arbeit, die schon jetzt von vielen Mikro-Kulturunternehmern praktiziert wird.

Gesellschaftliches und kulturpolitisches Leitziel zukünftiger Entwicklungen des Kultursektors könnte die vor allem von Adrienne Goehler in die Debatte eingebrachte Vision einer Kulturgesellschaft sein, in der künstlerische Arbeit Katalysatorfunktion hat, um die Kreativität und Gestaltungsfähigkeit möglichst vieler Bürgerinnen und Bürger einzubeziehen (Mandel 2008). »Kulturgesellschaft meint einen Entwurf, der nicht nur auf die überschaubare Gruppe derjenigen rekurriert, denen Kultur ihr Lebensmittel ist, sondern sie begreift Kultur als Matrix für Kreativität und diese als allgemein menschliches Vermögen. ... Kulturgesellschaft ist gestaltende Verantwortung«, so Adrienne Göhler in ihrem Buch *Verflüssigungen*: »Selbstverantwortung, Vertrauen, Hingabe, Eigeninitiative, immer wieder anfangen, experimentieren, ausprobieren, verwerfen. Das sind elementare Arbeit- und Denkweisen, die die Künste motivieren.« (Göhler 2006: 60)

Kulturschaffende, die sich im oben genannten Sinne als Kulturunternehmer begreifen, könnten Motoren einer solchen Kulturgesellschaft sein: »Agenten kultureller Wandlungsprozesse«, so die Einschätzung der *Unesco* zur Bedeutung unternehmerisch tätiger Kulturschaffender: »*Cultural entrepreneurs* open up a local space to new practices, transform local cultures and act as agents of cultural change.« (Unesco 2006)

Literatur

Castells, Manuel (2001): *Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft*, Band 1: *Das Informationszeitalter*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Friebe, Holm/Lobo, Sascha (2006): *Wir nennen es Arbeit*, München: Heyne

Goehler, Adrienne (2006): *Verflüssigungen. Wege und Umwege in die Kulturgesellschaft*, Frankfurt am Main/ New York: Campus Verlag

Haak, Caroll/Schmidt, Günther, Wissenschaftszentrum Berlin (Hrsg.) (1999): *Arbeitsmärkte für Künstler und Publizisten – Modelle einer zukünftigen Arbeitswelt?*, Berlin: WZB, Querschnittsgruppe Arbeit und Ökologie

Hagoort, Giep (2001): *Art Management. Entrepreneurial Style*, Utrecht/Delft: Eburon Publishers

Koepke, Hans (Hrsg.) (2004): *Gründungspotenziale von Geistes-, Kultur- und Sozialwissenschaftlern. Stand und Perspektiven.* Beiträge im Rahmen des Wuppertaler Fachkongresses vom 13. Mai 2004, Stuttgart: Fraunhofer IRB-Verlag

Konrad, Elmar (Hrsg.) (2006): *Unternehmertum und Führungsverhalten im Kulturbereich*, Münster: Waxmann

Konrad, Elmar (2005): »Erfolgsfaktor Gründerperson, Erklärungsansätze für erfolgreiches unternehmerisches Verhalten«, in: Konrad, Elmar (Hrsg.): *Aspekte erfolgreicher Unternehmensgründungen*, Münster: Wasmann

Kräuter, Maria (2002): *Existenzgründung in Kultur- und Medienberufen*, Köln: Stiftung zur Förderung der Wissenschaftlichen Forschung über das Wesen und die Bedeutung der freien Berufe, Ludwig-Sievers-Stiftung

Kulturpolitische Gesellschaft (Hrsg.) (2003): *Kultur. Kunst. Arbeit. Perspektiven eines neuen Transfers*, Essen (Projektdokumentation Nr. 60)

Leadbeater, Charles/Oakley, Kate (1999): *The Independents. Britain's new cultural entrepreneurs*, London: Demos

Mandel, Birgit (2008): *Audience Development, Kulturmanagement, Kulturelle Bildung. Konzeptionen und Handlungsfelder der Kulturvermittlung*, München: Kopaed

Mandel, Birgit (2007): *Die neuen Kulturunternehmer. Ihre Motive, Visionen und Erfolgsstrategien*, Bielefeld: transcript

Mandel, Birgit (2002): *Lust auf Kultur. Karrierewege in das Berufsfeld Kulturvermittlung*, Nürnberg: Bildung-und-Wissen-Verlag

Mandel, Birgit (2000): *Ergebnisse einer Befragung zu Ausbildung, Berufseinstieg und Berufstätigkeit von Absolventen des Studiengangs Kulturwissenschaften und ästhetische Praxis (vormals Kulturpädagogik) der Universität Hildesheim*, Hildesheim: Universität Hildesheim, Institut für Kulturpolitik

Pientak, Eda/Sieben, Gerda/Timmenberg, Vera (2002): *Neue Dienstleistungen und Kultur*, Köln/ Lohmar: Eul

Roddick, Dame (2003): »The Grassroots Entrepreneur«, in: Elbaek, Uffe/Kaospiloten, International School of New Business and Social Intervention (Hrsg.): *Kaospiloten A – Z*, Aarhus: Kaos Communication

Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen in Berlin/Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur Berlin (2005): *Kulturwirtschaft in Berlin, Entwicklung und Potenziale*, Berlin

Söndermann, Michael (2004): *Kulturberufe. Statistisches Kurzporträt zu den erwerbstätigen Künstlern, Publizisten, Designern, Architekten und verwandten Berufen im Kulturberufemarkt in Deutschland 1995–2003*, Bonn: Arbeitskreis Kulturstatistik

Unesco (2006): http://portal.unesco.org/culture (Zur Bedeutung der Kulturwirtschaft)

Helene Kleine

Entlegene Provinzen – kreative Regionen

Die Debatten über Ressourcen und Potenziale der Kreativ- beziehungsweise Kulturwirtschaft konzentrieren sich auf die Metropolen. Sie folgen hier Richard Florida, der die *creative class* als die prägende »Klasse« des 21. Jahrhunderts porträtiert und in den *creative cities* verortet. Bei genauer Betrachtung aktualisiert Florida dabei den amerikanischen Traum der frei und selbstständig handelnden unternehmerischen Persönlichkeit, dynamisiert durch das weltumspannende Netz der *just in time* verfügbaren Informationen. Die *creative city* scheint hingegen am Idealtypus der europäischen Stadt und der Vorstellung von Urbanität durch Dichte, Differenz und Chancengleichheit orientiert zu sein.

Berlin – die Zukunftsmetropole der Republik – ist heute wieder ein *place to be*, mit allen Potenzialen einer kreativen und zukunftsfähigen Stadt. Berlin am Anfang des 21. Jahrhunderts ist etwas Besonderes: Eine 40 Jahre lang geteilte und 28 Jahre radikal halbierte Stadt, die die preußisch deutsche Geschichte repräsentiert und als deutsch deutsche Stadt zwei entgegengesetzte, feindliche Systeme symbolisierte. Berlin ist Schauplatz des Systembruchs, der Aufstände und der friedlichen Revolution. Berlin ist der konkrete Ort, wo es gilt, die losen Enden der Systeme wieder zusammen zu führen und mit den europäischen Metropolen gleichzuziehen. Hier lebt eine offene, neu gemischte Bevölkerung von Zugezogenen und Eingesessenen, es gibt kaum abgeschottete Eliten, wer da ist, gehört dazu.

Hochschulen und Forschungseinrichtungen, die unüberschaubaren Facetten kulturellen und künstlerischen Handelns machen die Stadt zu einem Magneten für Studenten, Forscher, Künstler und Touristen aus aller Welt.

Der Ausspruch des Regierenden Bürgermeisters, die Stadt sei »arm, aber sexy« zielt auf das jugendlich bohèmienhafte der Kreativen. Es ist leicht, in Berlin mit wenig Geld aber vielen Freunden zu leben. Je mehr sich die Situation konsolidiert, die Brachen gentrifiziert, die A-Standorte entwickelt sein werden, um so schwieriger wird es jedoch für die Bohèmiens werden, mit viel Arbeit und wenig Lohn

durchzukommen. Für einige und wohl nicht wenige Jahre wird Berlin aber noch ein preisgünstiger Ort gerade für Künstler und Kulturarbeiter sein.

Die Wirtschafts- und Förderpolitik des Landes hat die Kreativ- und Kulturszene als Zukunftsbranche identifiziert und überlässt großzügig Räume und Flächen für kreative Arbeit. Sie ist jedoch noch nicht ausreichend auf die Besonderheiten des Umgangs mit »kulturellem Kapital« und dessen Transformation in ökonomischen Erfolg eingestellt.

Das Feld der Akteure in der Kulturwirtschaft ist gerade in Berlin unüberschaubar und heterogen. Einschlägige Studien (vgl. zum Beispiel Michael Söndermann) verweisen auf die erhebliche Diskrepanz der Markt-, Wettbewerbs- und Einkommenschancen zwischen den »Großen«, vor allem im IT- gestützten Medien-, Musik- und Werbebereich, und den Kleinstunternehmen und Freiberuflern. Diese sind entweder »Zulieferer« für die Großen ohne ausreichend am Gewinn beteiligt zu sein oder/und Produzenten wie Konsumenten im Mikro-Milieu der Szene. Ihre Anzahl steigt, die Nachfrage nach ihren Angeboten kommt jedoch nicht nach und ist instabil.

Im öffentlichen Dienst wurde das hauptamtliche Personal reduziert, auch wiederkehrende Kernaufgaben werden durch befristet angestelltes Personal wahrgenommen oder nach außen vergeben. Praktikanten, auch mit Diplom, sind gern gesehen, aber nur kurzfristig beschäftigt und unterbezahlt (orientiert man sich an Einstiegsgehältern für den gehobenen öffentlichen Dienst). Bei den durch die öffentliche Hand mitfinanzierten frei-gemeinnützigen Trägern hat die Unterfinanzierung Tradition. Entsprechend schmal sind die Gehälter beziehungsweise die Honorare. Unbefristete Vollzeitstellen sind rar, befristete Teilzeitverträge beziehungsweise Arbeit auf Honorarbasis die Regel.

Bei der überwiegenden Anzahl der privatwirtschaftlichen Anbieter sieht die Situation nicht anders aus. Für viele von ihnen scheint die Gewinnerzielung und -maximierung, also klassisches unternehmerisches Handeln, nicht im Vordergrund zu stehen. Gerade das macht ihre Anziehungskraft und ihre Innovationsfähigkeit aus (vgl. Kleine 2007: 58 f.).

So sind die Arbeitsbedingungen der Kulturakteure durchaus riskant und unzureichend sozial abgesichert. Trotzdem zieht es gerade die Jungen in die Hauptstadt. Eine Befragung der Absolventen der Diplomjahrgänge 2002–2006 des Studiengangs »Kulturarbeit« der *Fachhochschule Potsdam* (2007) ergab, dass über 60 Prozent nach Berlin beziehungsweise in den »engeren Verflechtungsraum« im direkten Einzugsbereich der Metropole gehen. Die Untersuchung belegt auch, dass mehr als 30 Prozent selbstständig beziehungsweise freiberuflich arbeiten, weitere 10 Prozent planen, dies zu tun. Knapp ein Drittel ist befristet beschäftigt. Die erzielten Einkommen beziehungsweise Gewinne liegen bei über 40 Prozent unter dem Einstiegs-Einkommen für FH-Absolventen (gehobener öffentlicher Dienst).

Die meisten haben den Eindruck »eigentlich immer« zu arbeiten. Auch rechnen sie damit, dies bis jenseits des gesetzlichen Rentenalters zu tun. Die Risiken von Krankheit, Unfall, Arbeitsunfähigkeit und Alter werden verdrängt. Sie müssen es

wohl auch. Die niedrigen Einkommen oder Gewinne lassen eine geringe Altersversorgung erwarten und ermöglichen kaum Spielraum für private Vorsorge. Die hohe »Zufriedenheitsquote« (65,9 Prozent) scheint aber die »riskanten Freiheiten« wett zu machen.

Wie sieht die Situation jenseits der Hauptstadt im Land Brandenburg aus?

Brandenburg ist durch erhebliche räumliche Disparitäten gekennzeichnet. Der engere Verflechtungsraum um Berlin und Potsdam ist wachstumsstark und profitiert von der Ansiedlung internationaler Unternehmen, den sich verbessernden Verkehrsbedingungen und der Schönheit der Kulturlandschaft. Die Wachstumsstärke zeigt sich auch in der räumlichen Verteilung der Kulturwirtschaft. Sie ist, darauf verweist eine Landtagsdebatte zur Lage der Kulturwirtschaft in Brandenburg, eher auf die wirtschaftlichen und kulturellen Zentren des Landes konzentriert (Landtag Brandenburg 2007: 20).

Der »äußere Entwicklungsraum«, 80 bis 100 Kilometer von der Metropolregion entfernt, leidet hingegen unter Abwanderung, Überalterung und Unterjüngung. Die Dörfer sind entfunktionalisiert, die Landwirtschaft braucht immer weniger Bauern und Landarbeiter, die technischen Infrastrukturen sind unterausgelastet, die sozialen Infrastrukturen werden mangels Masse beziehungsweise Nachfrage zurückgefahren.

In den Klein- und Mittelstädten sowie den Landkreisen ist das »Kulturpersonal« reduziert, zum Beispiel in den Bibliotheken und Archiven im Zeitraum von 2000 bis 2006 auf 85 Prozent des Ausgangswertes (vgl. Landtag Brandenburg 2007: 24). Amts- oder Bereichsleiter, die ausschließlich für Kultur zuständig sind, gibt es nicht. Das belegt die Tendenz, Stellenpläne auszudünnen und Arbeiten extern zu vergeben.

Trotzdem zieht es etwa 15 Prozent der Absolventen der Kulturarbeit in diesen »äußeren Entwicklungsraum« beziehungsweise die »entlegenen Provinzen«. Kreative und zukunftsorientierte Kulturarbeit ist hier an andere Voraussetzungen geknüpft und an anderen Zielen orientiert als in der Metropole: Entsprechende kulturpolitische Impulse »von oben« gehören dazu, so die vom Land initiierten regional bezogenen Kulturentwicklungskonzeptionen und die Landesmittel, die via *Kulturland Brandenburg e. V.* themen- und projektbezogen verausgabt werden.

Dass das Interesse an Kunst und Kultur groß ist, belegen die Besucherzahlen bei den Veranstaltungen im Rahmen von zum Beispiel *Kulturland Brandenburg e. V.*, den »Kulturfesten im Land Brandenburg« oder den Aktivitäten des *Fördervereins Alte Kirchen*.

Auch verstetigen sich trotz sinkender Bevölkerungszahl die Schülerzahlen an den brandenburgischen Musikschulen, die Zahl der professionellen freien Theater hat sich seit 2002 von 13 auf 17 erhöht (vgl. Landtag Brandenburg 2007: 13, 16). Es geht also nicht nur um »Kulturkonsum«, sondern auch um musische Bildung und eigene Aktivitäten.

Auf einem Workshop »kulturwirtschaft auf dem Lande« im *Haus der brandurgisch-preußischen Geschichte* am 1.2.2008 in Potsdam wurde von Kulturarbeitern die Arbeit »in der Provinz« skizziert:

Dazu einige Beispiele

Die Galerie am Maschinenhaus

Im Landkreis Märkisch-Oder-Land entstand die *Galerie am Maschinenhaus*. Sie gehört zu einem Hotel unmittelbar an der Oder. Der Plan des Hoteliers, sie »nebenher« zu betreiben, ging nicht auf. Eine mit den Gegebenheiten des Landstrichs vertraute Keramikerin übernahm sie und gibt ihr Profil und Funktion: »Wir haben im Oderbruch viele bestaunenswerte Dinge oder einmalige Bedingungen: Unsere besondere Beziehung zum Wasser, die jahrhundertelange Erfahrung mit Zuwanderung aus aller Herren Länder, unsere Loose-Höfe unter dem weiten, meist blauen Oderbruchhimmel. ... Heute möchte ich mit meiner Galerie den zahlreichen guten und akademisch ausgebildeten Künstlern der Oderbruchregion eine ständige Plattform bieten, aber auch interessante Partner von außen einladen ... Ein Thema ist die unmittelbar vorbeifließende Oder und ihr trennendes und verbindendes, ja bestimmendes Wesen an diesem Ort.« (Heinrich 2008)

Die Galerie wirft noch keinen Gewinn ab. Sie funktioniert nur im kooperativen Gefüge der Partner und Freunde und aufgrund der geringen materiellen Ansprüche der Galeristin. Sie arbeitet daran, das privat basierte Netzwerk von kulturellen und gastronomischen Angeboten zu stabilisieren, um ein Informationssystem aufzubauen, »das die potenziellen Gäste vor und während ihres Besuches erreicht«. Das Netzwerk reicht von privaten und öffentlich geförderten Anbietern, vom *Theater am Rand* über das *Landfrauen Café Groß-Neuendorf* bis zum Keramiker.

Die Galerie greift die Tradition des Landstrichs auf. Das Oderbruch war zu DDR-Zeiten ein Rückzugsort für Künstler, die nur dort ihre Vorstellungen von freier Kunst und nicht reglementiertem Leben realisieren konnten. Durch ihre Kooperationsangebote verstärkt die Galeristin die einzelnen künstlerischen Arbeitsansätze, und bietet Raum und Anlass für Selbstverständigung und die Entwicklung eines neuen Selbstwertgefühls für die Künstler und Bewohner. Sie macht das Oderbruch in der Verbindung von Natur und Kultur anziehend für Besucher und Gäste. Eine Galerie an diesem Ort kann sich nicht auf ein »Kunst-Kulturpublikum« verlassen. Es sind Rad- und Wandertouristen aus der Region, dem Berliner Raum, aus Ostdeutschland und Polen, die die Orte entlang des Flusses besuchen. Dazu gehören Ältere, aber auch junge Familien mit Kindern. Sie müssen auf besondere Weise angesprochen und gewonnen werden. Mit der weiteren Öffnung der deutsch-polnischen Grenze erweitert sich der Einzugswinkel »von 180 Grad auf 360 Grad«. Nach rein ökonomischen Kriterien der Kulturwirtschaft wäre die Galerie entweder eine vernachlässigbare Größe oder ein nicht zu kalkulierendes Risiko: In Bezug auf die Entwicklung der Mikroregion ist sie, im Gefüge der Kooperationspart-

ner, ein Gewinn, der öffentliche Aufmerksamkeit, Wertschätzung und Unterstützung verdient.

Vom Oderbruch zum Schwielowsee: »Wege für ein zeitgemäßes Museum in Ferch«:

Am Schwielowsee, etwa 70 Kilometer westlich von Berlin im Landkreis Potsdam-Mittelmark, hat sich 2001 ein Verein mit dem Ziel gegründet, die Werke der Künstler der *Havelländischen Malerkolonie* in Ausstellungen und Publikationen erfahrbar zu machen und zu diesem Zweck ein Museum zu gründen. (Karl Hagemeister (1843–1933) ist die herausragende Persönlichkeit im Kreis der Künstler, die die Havellandschaft in ihrem *Œuvre* aufgriffen.) Ein rekonstruiertes Kossätenhaus in der kleinen Gemeinde wird im Sommer 2008 Sitz des Museums werden. »Der Verein besteht derzeit aus 30–35 Mitgliedern im höheren Alterssegment, die vorrangig in der Region leben oder lebten. Sie sind keine Spezialisten aus der Museums- oder Kulturarbeit, sondern engagierte Bürgerinnen und Bürger, die etwas für ihre Region tun möchten. Sie alle arbeiten nach dem Ausscheiden aus der Erwerbsarbeit ehrenamtlich für den Verein«, so Stefanie Krentz, eine Kulturarbeiterin, die sich mit der Agentur *art for public* nach dem Studium selbstständig gemacht hat. Als Auftragnehmerin steht Frau Krentz auf der Auftraggeberseite eine für den ländliche Region typische Personalkonstellation gegenüber: »... die Personalstrukturen auf Auftraggeberseite (sind) gering ausdifferenziert, da die Häuser über wenig Personal verfügen. Das heißt, dass es stets den direkten Kontakt zu der Führungsperson – dem (vermeintlichen) Entscheider – gibt.« (Vgl. Heinrich 2008)

In den ländlichen Gemeinden stehen die Kulturarbeiter damit in der Regel in ganz anderen personellen Kontexten als in der Metropole: Die Akteure in Politik und Verwaltung sind in ihren Kompetenzen gering ausdifferenziert, also im besten Fall engagierte Generalisten. Oft fehlt es aber sowohl an Sach- wie an Fachkenntnis. Die externen Kulturarbeiter müssen sich daher gerade die ortsbezogene Sachkenntnis rasch aneignen und in ihr fachliches Können integrieren. Der direkte Kontakt mit der Führungs- und Entscheiderebene erfordert hohe und sensible Kommunikationskompetenz.

Die ehrenamtlich Aktiven haben in der Regel intensive Sachkenntnis, zum Beispiel bezogen auf die Geschichte und die örtlichen Spezifika. Hier müssen die Jungen ihre aktuellen Fachkenntnisse so einbringen, dass die Älteren sich nicht übergangen fühlen. Dies eröffnet aber die Chance, das Beharrungsvermögen der Älteren mit aktuellen Strömungen zu verbinden.

Die Neue Bühne Senftenberg

Die Kohlereviere des Ostens, während der DDR-Zeit über das Maß hinaus expandiert und extrem umweltbelastend, erlebten nach '89 im Zeitraffer das Ende der Schwerindustrie.

Die *Neue Bühne Senftenberg*, ein Theater in einer Stadt mit 28 000 Einwohnern, liegt mitten in einem Bergbaugebiet im Landkreis Oberspreewald-Lausitz. Die

Region tut sich schwer mit dem Umbruch. Arbeitslosigkeit und Abwanderung scheinen unausweichlich. Mit *Vattenfall*, *BASF*, *LMBV*, *Vestas* und der Kommune als Arbeitgeber gibt es jedoch einen langsamen Wandel hin zu einer klein- und mittelständischen Wirtschaftsstruktur.

Auch das Theater ist mit 85 Beschäftigten ein wichtiger Arbeitgeber. Das von den Sowjets gegründete *Theater der Bergarbeiter*, von dem aus Frank Castorf, Dieter Schroth, Annekathrin Bürger den Sprung nach Berlin wagten, musste nach der Wende den Personalbestand um mehr als die Hälfte reduzieren. Trotzdem gab es kein »Hängen im Schacht«. Die künstlerische Arbeit konzentrierte sich zunächst auf Kinder und Jugendliche, Schulpartnerschaften wurden aufgebaut, Lehrer erhielten die Möglichkeit der Weiterbildung, Programme wurden am Lehrplan orientiert, Kindern und Jugendlichen eine Alternative und ein Kontrast zu ihrem Alltag eröffnet.

Die *Neue Bühne* ist in dieser Region mehr und anderes als ein in sich gekehrtes Provinztheater. Sie ist ein Ort für Bildung. Sie ist der Ort des gesellschaftlichen Lebens. Bei den Premieren treffen sich Bürgermeister und Landrat, Landtagsabgeordnete und Firmenchefs mit dem Stammpublikum. Die Bühne ist Initiator und Mittelpunkt von »Senftenberg liest«, einem Projekt, bei dem die Einwohner angeregt werden, über einen bestimmten Zeitraum ein bestimmtes Buch zu lesen und sich darüber, zum Beispiel mit dem Intendanten im Theater, auszutauschen. Sie bietet Raum für Feiern zum 8. März, zum 1. Mai und zum Barbaratag. Zur »Gala der Talente« werden Menschen aus der Region, die eine besondere Begabung, egal welche, haben, auf die Bühne gebeten und vom Bürgermeister und dem Intendanten vorgestellt.

Natürlich wird auch Theater gespielt: Beim »Glück-auf-Fest«, mit dem die Spielzeit 07/08 eröffnet wurde, wurde »Faust I« und »Faust II« dargeboten, von 16 Uhr bis 2 Uhr nachts, nicht nur im Theater, sondern in der Sparkasse, der Fachhochschule, dem Schloss – und am Ex-Tagebau Großräschen. Vier perfekt organisierte Bustransfers, Brotzeiten, Büffets und Sekt zum Ausklang gehörten dazu.

Die Integrationskraft der Bühne zeigt sich bei solchen Kraftakten, aber auch an der Anzahl der Sponsoren (120), und der Art des Sponsorings: Räume, Gebäude, Gerüste, Bühnenbauten, Requisiten, Strom, Stroh, Wasser, Erde, Essen und Getränke. Auch daraus erklärt sich, dass ein Absolvent der Kulturarbeit lieber an der *Neuen Bühne* Verwaltungschef wurde, anstatt als gut bezahlter Mitarbeiter bei einem Theater im Südwesten Deutschlands zu bleiben.

Die ländliche Kulturszene, das zeigen die Beispiele, lebt weniger von Wettbewerb und Konkurrenz, sondern eher von Kooperation und gemeinsamen Interessen. Akteure vor Ort sind häufig Ältere (Frauen) nach der Phase der Erwerbsarbeit oder des politischen Engagements. Durch die Zusammenarbeit mit Kulturarbeitern um die 30 ergibt sich ein wichtiger intergenerationeller Austausch. Die gemeinde- und dorfbezogene Arbeit erhält nicht nur fachliche Impulse, sondern auch externe Anregungen aus einem jungen Blickwinkel.

Träger der Kulturarbeit auf dem Lande sind oft Heimatvereine, die Vereinigung der Landfrauen und andere Traditionsvereine. Dieses sind Gruppierungen, die auf junge, urban und international geprägte Kulturarbeiter zunächst keine große Anziehungskraft ausüben. Diese Zusammenschlüsse und Initiativen arbeiten jedoch an einem neuen Heimatbegriff, der die Auseinandersetzung mit der Geschichte und den Zusammenhalt im Dorf fördert.

Diese »Reparatur des Heimatbegriffs« (Dieter Hölterhoff) in aufklärerischer Absicht ist umso notwendiger, als NPDler beziehungsweise Rechte auf dem Lande den Begriff symbolisch, ideologisch und praktisch durch »tätige Hilfe« besetzen. So hat eine emanzipatorische, proaktive, auf Aushandlungs- und Verständigungsprozesse abzielende Kulturarbeit neben der kulturellen eine herausragende gesellschaftliche und politische Funktion.

Vom Kulturarbeiter/Kulturvermittler fordert die Arbeit ein hohes Maß an Toleranz, Geduld und Konzentration. Sie sind an urbane Um- und Lebenswelten gewöhnt und tauschen nun die Dichte der Stadt mit der Weite und Leere des Landes. Der Fülle und Vielfalt an Begegnungen, Kontakten, Anregungen und Ablenkungen, potenziellem Publikum und möglichem Kunden steht die kleine Zahl erst zu gewinnender Kooperationspartner und »Abnehmer« kultureller Leistungen gegenüber. Die Frage, was ein Erfolg sei, lässt sich kaum an Besucher- und Nutzerzahlen messen.

Die Kulturarbeit auf dem Lande würde durch eine gezielte ressort- und länderübergreifende Politik erleichtert: Politiken und Förderprogramme aus dem Kultur- und aus benachbarten Ressorts sind zu wenig aufeinander und mit der jeweiligen kommunalen Ebene abgestimmt. Notwendig ist eine auf Dauer angelegte, auch administrative Zusammenarbeit zwischen »Metropole und Provinz«, mit dem Ziel, die Arbeits-, Ausstellungs- und Auftrittsmöglichkeiten für Kulturakteure in Brandenburg wie in Berlin zu verbessern.

Auf der operativen Ebene könnte das so aussehen: Künstlern und Kulturakteuren aus der Metropole werden aufgelassene Höfe, Vorwerke und andere Immobilien zur Verfügung gestellt. Die Gebäude verwahrlosen und verfallen nicht weiter, sondern behalten und/oder steigern ihren Wert. Die Künstler verpflichten sich als Gegenleistung an regionalen Entwicklungsplänen mit zu arbeiten, Kinder und Alte einzubeziehen und sich inhaltlich und organisatorisch an Kultur- und Kunstveranstaltungen zu beteiligen.

Die Landkreise sowie die Länder Berlin und Brandenburg eröffnen Ausstellungs- und Auftrittsmöglichkeiten in den brandenburgischen Städten und Berlin, dies generiert Publikum und Kaufinteresse für zugezogene und eingesessene Künstler und Kulturakteure. Länderübergreifende Fonds werden zur Finanzierung aufgelegt, Kulturarbeiter als Vermittler und Organisatoren gewonnen. Das würde die »Peuplierungstradition« Berlin-Brandenburg wieder aufnehmen, und Kultur in neuer Weise in der Gesellschaft verankern.

Literatur

Heinrich, Katrin (2008): »Kulturarbeit auf dem Lande« (Manuskript zum Workshop am 1.2.2008 in Potsdam)

Kleine, Helene (2007): »Kulturarbeit als Beruf«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV/2007), S. 58–59

Kreuz, Stefanie (2008): Manuskript zum Workshop »kulturarbeit auf dem Lande« am 1.2.2008 in Potsdam

Landtag Brandenburg (2007): »Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage der Fraktion der *SPD* und der *CDU* zur Signifikanz und den Potentialen der Kulturwirtschaft in Brandenburg«, in: *Landtags-Drucksache* 4/4872

Elmar D. Konrad

Unternehmertum in der Kulturarbeit

Konzept Kulturunternehmertum – Eine Einleitung

In Zeiten sinkender beziehungsweise unsicherer Steuereinnahmen contra steigender Ausgaben öffentlicher Kultureinrichtungen sind Kommunen immer mehr auf private Eigeninitiativen sowie qualitativ hochwertige, strukturell effektive und kosteneffiziente Aktivitäten innerhalb der Kulturinstitutionen – also insgesamt auf mehr unternehmerische Aktionen – angewiesen. Diese Tendenzen sollten auch in der Entwicklung einer neuen Kulturmanagementtheorie deutlich werden. Nach Bendixen sollte eine gute Theorie des Kulturmanagements den Graben, der zwischen traditioneller Wirtschaft – also gewinn- und nachfrageorientiert – und traditionellem Kulturbereich – also kameralistisch geführt und idealem Kulturbegriff verpflichtet – existiert, aufarbeiten (Bendixen 1996). Betrachtet man die mehr ökonomischen Komponenten der Kulturarbeit, so fällt auf, dass, obwohl der weitaus größte Teil des erwirtschafteten Umsatzes im privatwirtschaftlichen Kultursektor erbracht wird (vgl. Throsby 2001), die kulturmanagementtheoretischen Ansätze sich bis vor Kurzem fast ausschließlich an öffentliche Kulturbetriebe richteten. Erst jetzt tritt immer mehr die Kultur- und Kreativwirtschaft im Bewusstsein von Politik und Gesellschaft in den Vordergrund (vgl. hierzu den Abschlussbericht der *Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland«* 2007).

Die privatwirtschaftlich betriebenen Kultureinrichtungen folgen meist anderen inhaltlichen Zielsetzungen als die öffentlichen Kulturinstitutionen, wodurch die daraus folgenden Programmentscheidungen auch andere Konturen haben. Dennoch oder gerade deshalb brauchen auch diese funktionierende Instrumentarien der Organisationsführung, des Marketings und Controllings. Theorien und Konstrukte des Managements für Kunst und Kultur sollten also all jene Instrumentarien umfassen, welche die kommunikativen, technologischen, organisatorischen, sozialen, rechtlichen und wirtschaftlichen Aufgaben effektiv und effizient zu lösen vermögen. Die daraus folgende Vielfältigkeit und Unterschiedlichkeit der Aufgaben führt dazu, dass nicht von einem einheitlichen Berufsfeld eines Kul-

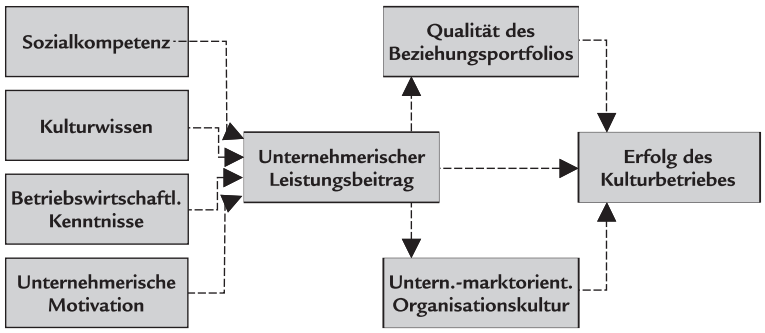
turmanagers gesprochen werden kann (vgl. Heinrichs 1999). Vielmehr muss immer stärker von Kulturunternehmern gesprochen werden.

Kulturunternehmertum – Ein Modell

In den verschiedenen Ansätzen und Theorien der Ökonomie werden zum Teil sehr unterschiedliche Auffassungen von der Rolle des Unternehmers und des Unternehmerischen vertreten. Stevenson und Jarillo (1990: 23) definieren Unternehmertum als einen Prozess »... by which individuals – either on their own or inside organization – pursue opportunities without regard to the resources they currently control.« Nach Bygrave und Hofer (1991) ist ein Unternehmer somit jemand, der Chancen und Gelegenheiten erkennt und sich eine passende Organisation aufbaut, um diese zu nutzen. Gerade diese Formulierung eignet sich auch sehr gut für Kulturschaffende und Künstler. Um die von Bygrave und Hofer beziehungsweise Stevenson und Jarillo erwähnten Prozesse und Organisationsstrukturen mit ihren Chancen und Risiken erfolgreich im Kultursektor zu bewältigen, sind viele Faktoren notwendig. Das nachfolgend beschriebene und auf Konrad (2000) basierende Modell Kulturunternehmertum erläutert die direkten und indirekten Einflussfaktoren. Das Modell wurde mit all seinen Wirkungsgraden mit den Methoden von Korrelations- und Regressionsanalysen an einer bundesweiten Studie geprüft (*siehe Abbildung*).

Direkte Erfolgswirkung – vom Kulturunternehmer beeinflussbare Faktoren
Beziehungsportfolio: Unter einem Beziehungsportfolio wird ein umfangreiches und ausbalanciertes Set guter persönlicher Beziehungen verstanden, dem die für die Kulturbetriebe wichtigen Personen, Organisationen und Drittparteien angehören, die über relevante Ressourcen, wie finanzielle Mittel, Informationen, Macht und Kontakte verfügen. Eine Person, die im Besitz eines derartigen personenbezogenen Beziehungsportfolios ist, kann für ihre Aktionen, Projekte und Tätigkeiten wichtige Akteure über organisationale Grenzen hinweg effizient suchen, zusammenbringen und beeinflussen (vgl. Sydow 1992). Gute persönliche Beziehungen zu wichtigen Personen und Partnern des Kulturbereichs, wie Entscheidungsträger in der Kulturverwaltung, Kulturredakteure, Sponsoren etc., helfen dabei, diese in eine gewünschte Richtung zu bewegen und deren Unterstützung zu erlangen (Walter 1998). Die Qualität eines personengebundenen Beziehungsportfolios begründet sich im Wesentlichen aus der Art und Pflege der Ressourcen der jeweiligen Partner und dem Charakter der persönlichen Beziehungen zu diesen Akteuren (Walter 1998: 91 ff.). Die in einem Geflecht sozialer Beziehungen agierenden zentralen Akteure können die für sie selbst und die für ihre direkten und indirekten Netzwerkpartner relevanten Ressourcen kontrollieren. Das bedeutet, dass sie Zugang zu wichtigen Ressourcen haben und diese anderen eröffnen, aber auch versperren können (Ibarra 1993: 472 ff.). Die durch das Beziehungsportfolio erschlossenen Ressourcen, wie zum Beispiel die Gewährung von öffentlichen Fördermitteln, Finanzierungen durch Sponsoring, Publikumszuwachs durch multi-

Modell Kulturunternehmertum



Quelle: Konrad 2000: 164–165

plikative Medienreaktionen, wirken sich direkt auf den wirtschaftlichen Erfolg, aber auch auf den Bekanntheits- und Etablierungsgrad eines Kulturbetriebs aus.

- Mit zunehmender Qualität des Beziehungsportfolios des Kulturunternehmers steigt der Erfolg seines Kulturbetriebs!

Organisationskultur: Neben diesen genannten Einflüssen müssen selbstverständlich auch die Ausprägung und das Leistungsverhalten des Kulturbetriebs als Ganzes hinzukommen. Eine Ausprägung hin zu einer unternehmerisch-marktorientierten Organisationskultur ist dabei Erfolg versprechend. Bei privatwirtschaftlichen Kulturbetrieben steht durch ihre besondere Ausprägung, zum Beispiel der Größe und Rechtsformen, die Organisationskultur in einem sehr starken Zusammenhang mit dem Kulturunternehmer selbst. Erstens werden die Aufgaben innerhalb des Kulturbetriebs intensiver und somit effektiver durchgeführt und zweitens sind die Bereitschaft und die Fähigkeit zum Erkennen und Nutzen von Marktpotenzialen im Kulturbereich vorhanden. Zur Übernahme einer solchen Verantwortung bedarf es eines unternehmerischen Denkens auf allen Ebenen oder, im Fall eines gleichberechtigten Teams, bei allen Beteiligten. Die Ausrichtung zu Innovation, Marktchancen, Unternehmertum und Risikobereitschaft, gekoppelt mit dem Willen zu Leistung und Erfolg als messbare Ziele, erhöhen die sozialen Qualifikationen der Mitarbeiter, indem Informationen ständig, spontan und gewollt sowie umfassend ausgetauscht werden. Weiterentwicklung und Zielerreichung sind zentrale Elemente der unternehmerisch-marktorientierten Organisationskultur eines Kulturbetriebs, in welchen ebenso als wichtige Aspekte des Kulturmanagements gerade für Kulturschaffende vermittelt werden sollte.

- Je unternehmerischer und marktorientierter die Organisationskultur ausgeprägt ist, umso höher fällt der Erfolg des Kulturbetriebs aus!

Unternehmerischer Leistungsbeitrag: Die persönlichen Verhaltensweisen sowie die spezifischen unternehmerischen Haltungen und Einstellungen sind wichtige Wirkungsvariablen auf den Unternehmenserfolg. Wie die Arbeiten von Slevin und Covin (1995) zeigen, herrscht eine ausgeprägte Unternehmerhaltung in Richtung Initiative und Proaktivität, Marktorientierung und Wachstumsdenken bei erfolgreichen Unternehmern vor. Auch ein unternehmensorientierter Führungsstil und ein aus kalkulierbarem Herausforderungsdenken sich entwickelndes Risikoverhalten können als direkte Einflussgrößen auf den Erfolg beschrieben werden. Bei Kulturbetrieben lassen sich durch die Ausprägung des Unternehmertums ihrer leitenden Personen als ein Qualitätsmerkmal des persönlichen strategischen Hndelns direkte wirtschaftliche Erfolge nachweisen. Ein weiterer Erfolgsfaktor aus den unternehmerischen Leistungsbeiträgen lässt sich zum einen aus der ualität und Flexibilität von Managementkonzepten sowie dem Ausmaß und der Qualität des eigenen Ressourceneinsatzes und deren effizienter Nutzung, also den reinen funktionalen Pflichten und Aufgaben innerhalb des Kulturbetriebs, erklären.

Ein Kulturunternehmer ist mit einem Pool von verschiedenen Aufgaben und Pflichten innerhalb seines Betriebs konfrontiert, deren Funktionen, ob sporadisch oder permanent, verfahrens- oder verhaltensorientiert sein können (Staehle 1989: 52 ff.). Aus der effizienten und effektiven Erfüllung der funktionalen und planungsrelevanten Aufgaben erfolgt in einem Kulturbetrieb der reibungslose Ablauf zum Beispiel des Veranstaltungsprogramms, was direkt auf den wirtschaftlichen Erfolg wirkt. Netzwerkspezifische und beziehungsspezifische Tätigkeiten und Aktionen sind gerade im Hinblick auf Problemlösungsbedürfnisse und Problemlösungspotenziale herausragende Leistungsbeiträge bezüglich des Betriebserfolgs. Durch die geeignete Anbahnung und Pflege von persönlichen Beziehungen zu Meinungsführern und Entscheidungsträgern im Kulturbereich erhält man wichtige Informationen. Durch einen solchen Informationsvorsprung kann auf Probleme und Aufgaben schneller und effektiver reagiert werden. Außerdem überwindet der Aufbau eines Beziehungsnetzwerkes zu potenten Partnern ernstzunehmende Barrieren, indem notwendige Ressourcen erschlossen und Unterstützung gewonnen werden können (Ritter 1998: 52 ff.). Eine intensive Ausübung der beziehungsspezifischen Funktionen im Kulturbereich, die als strategische Zusammenarbeit und Interaktion in einem Netz von Akteuren angesehen werden müssen, erhöht die Effizienz der Ressourcenausbeute. Um für diese strategischen Überlegungen relevante und potente Partner des Kulturbereichs in einem gut ausgeprägten Beziehungsportfolio zu haben, sind entsprechende Aktivitäten des Beziehungs- und Netzwerkmanagements notwendig. Somit haben die Aktivitäten zur Pflege und Anbahnung von persönlichen Beziehungen, gekoppelt mit den Aktivitäten des Gestaltens von Netzwerken, direkten Einfluss auf die Qualität des persönlichen Beziehungsportfolios des Kulturunternehmers. Die Erkenntnisse über den Beziehungspromotor (Walter 1998) machen den Einfluss dieser Aktivitäten auf das Beziehungsgeflecht deutlich, wenn man das persönliche strategische Ver-

halten und die sich daraus ergebenden unternehmerischen Leistungsbeiträge des Kulturunternehmers als Promotorenverhalten ansieht.

Neben den rein beziehungs- und netzwerkspezifischen Aktivitäten haben auch die organisatorischen und funktionalen Pflichten und Aufgaben und der unternehmerische Handlungsbeitrag einen Einfluss auf die Qualität des Beziehungsportfolios. Aus Sicht des Entrepreneurships kann die unternehmerisch-marktorientierte Organisationskultur etwa »going into business« (Lumkin/Dess 1996: 136) bedeuten, was nicht unbedingt heißt, ein neues Unternehmen zu schaffen, sondern es kann sich auch um den Neueintritt in einen existierenden Markt oder neuen Markt handeln. Die wesentliche damit verbundene Frage bezieht sich auf den Strategieinhalt und die Strategieform. Gerade das Vorhandensein unternehmerischer Handlungsbeiträge kann als Hilfe angesehen werden, die unternehmerisch-marktorientierte Organisationskultur bei den Mitarbeitern zu verankern und somit dynamisch-unternehmerisches sowie wettbewerbs- und leistungsorientiertes Verhalten zu fördern. Für die auch im Kulturbereich innovativen und risikobehafteten Marktorientierungsstrategien wirken die vom Kulturunternehmer eingebrachten unternehmerischen und proaktiven Leistungsbeiträge direkt auf die unternehmerisch-marktorientierte Organisationskultur des Kulturbetriebs.

- Je stärker die unternehmerischen Elemente im Leistungsbeitrag des Kulturunternehmers ausgeprägt sind, umso größer und nachhaltiger ist der Erfolg des Kulturbetriebs!
- Je stärker die unternehmerischen Elemente im Leistungsbeitrag des Kulturunternehmers ausgeprägt sind, umso besser ist die Qualität des Beziehungsportfolios!
- Mit zunehmendem unternehmerischem Leistungsbeitrag des Kulturunternehmers steigt die Ausprägung der unternehmerisch-marktorientierten Organisationskultur des Kulturbetriebs!

Indirekte Erfolgswirkung – den Kulturunternehmer beeinflussende Faktoren

Sozialkompetenz: Neben diesen direkten und aktiven Wirkungen ist zudem nachweisbar, dass die unternehmerischen Aktivitäten durch weitere Faktoren einer betreffenden Person positiv beeinflusst werden (vgl. Gemünden/Konrad 2000). Gute persönliche Beziehungen zu den für Kulturbetriebe relevanten Partnern herzustellen, ist nicht selbstverständlich. Sozialkompetenz wie zum Beispiel Kommunikationsfähigkeit, Kontaktfreudigkeit, Einfühlungsvermögen, Koordinationsfähigkeit und Flexibilität helfen Kulturunternehmern dabei, angemessen und geschickt mit den Partnern umzugehen und damit persönliche Beziehungen zu den Akteuren zu entwickeln (vgl. Goleman 1999, Walter 1998: 118f .). Da es in der Realität oft sehr schwer ist, die Komplexität einer Situation sowie deren verschiedene Handlungsweisen, ihre Konsequenzen und ihre Wahrscheinlichkeiten voll zu erfassen, wird zur Verringerung der Komplexität oft auf normierte Verhaltensregeln und Alltagswissen zurückgegriffen. Beispielsweise müssen politische und verwal-

tungstechnische Aspekte der Kulturarbeit zwecks einer effizienten Kulturpolitik mit den Kulturbetrieben koordiniert und abgestimmt werden. Für die Gestaltung des Beziehungsportfolios sowie dem Agieren innerhalb des persönlichen Netzwerkes sind die Qualitäten der unterschiedlichen Ausmaße der sozialen Kompetenz (vgl. hierzu auch die Bemerkungen von Greif 1994: 312 ff.), der Empathie, der Kontaktfreudigkeit und der Koordinationsfähigkeit eine wichtige Voraussetzung. Auch innerhalb der Organisation des Kulturbetriebs ist das Vorhandensein einer starken Sozialkompetenz entscheidend, indem die Belange der Mitarbeiter, der Partner und Kunden bewusst werden und mit funktionalen Aktivitäten entsprechend reagiert werden kann.

- Je stärker die Sozialkompetenz des Kulturunternehmers ausgeprägt ist, umso positiver wirkt sich dies auf den unternehmerischen Leistungsbeitrag des Kulturunternehmers aus!

Kulturwissen: Im Bereich der Gründungsaktivitäten ist das Vorhandensein von Fachkenntnissen und Branchenerfahrung dahingehend sehr relevant, dass sich durch spezifisches Wissen die Zugangsbarrieren zu einem Markt verringern und sich die Überlebenswahrscheinlichkeit von neugegründeten Unternehmen erhöht (Brüderl/Preisendörfer/Ziegler 1996: 128). Im Kulturbereich ist Branchenerfahrungen nicht so eindeutig fassbar, jedoch ist besonders für die Informationsbeschaffung und effektiven Strategieplanung dieses Wissen sehr von Vorteil. Kenntnisse über den Kulturbereich, sei es nun durch theoretische Aneignung oder durch in der Praxis erlebte Erfahrungen, erleichtert das Erkennen von wichtigen Personen und das Zurechtfinden innerhalb des Kulturbereichs, was sich wiederum direkt auf die beziehungsspezifischen Leistungsbeiträge des Kulturunternehmers positiv auswirkt. Zum anderen sind Personen, welche ein hohes Wissen bezüglich der Kultur und der allgemeinen Kulturszene besitzen sowie erlebte Erfahrung in der Kulturpraxis als Fachkompetenz vorweisen können, attraktive Partner für weitere Akteure im Kultursektor. Durch diese Art von Fachkompetenz und Branchenwissen werden Personen für andere Personenkreise in diesem Bereich attraktiver und werden dadurch eher aufgesucht. Dies erleichtert die Anbahnung und Pflege von Beziehungen zu wichtigen Personen im Kulturbereich, was sich wiederum direkt in die Teilkonstrukte Pflege und Gestaltung von persönlichen Beziehungen und Netzwerken positiv ausdrückt. Durch Kulturwissen entsteht auch eine gewisse Sicherheit in strategischen Entscheidungsprozessen, wodurch die proaktiven und risikobehafteten Aktionen begünstigt werden, also die unternehmerische Handlungsorientierung gefördert wird.

- Je höher das Kulturwissen des Kulturunternehmers ausgeprägt ist, umso positiver wirkt sich dies auf den unternehmerischen Leistungsbeitrag des Kulturunternehmers aus!

Betriebswirtschaftliche Kenntnisse: Das Vorhandensein von organisatorischen Fähigkeiten und Kompetenzen in führungsorientierten Aufgaben sowie von betriebswirtschaftlichem Wissen muss als Voraussetzung für eine effektive und effiziente Netzwerkbehandlung betrachtet werden und wirkt somit, wenn diese als betriebswirtschaftliche Kenntnisse zusammengefasst werden, direkt auf die netzwerkspezifischen und operativen Leistungsbeiträge des Kulturunternehmers (Ritter 1998: 81–92). Marketingpolitisches Wissen, Erfahrungen in der Öffentlichkeitsarbeit aber auch Wissen um die rechtlichen und finanziellen Aspekte erleichtern das Erkennen von Problemen und somit von Problemlösungen durch Partner und Netzwerke. Zum anderen erleichtert das Vorhandensein von betriebswirtschaftlichem Wissen das Erfüllen der funktionalen und operativen Aufgaben und Pflichten innerhalb des Kulturbetriebs, indem Fehler vermieden werden und somit die Aufgaben mit geringerem Aufwand effizienter und effektiver bewältigt werden können (Staehle 1989: 52 f.). Vor allem die persönlichen Zielvorstellungen der Unternehmer sowie die Strategien ihres Unternehmens hängen stark mit dem Wissen um deren Realisation zusammen. Aus dem persönlichen Ziel, zum Beispiel dem Publikum und der Öffentlichkeit ein Forum für ein gutes und neuartiges Kulturangebot zu sein, also ein innovatives Produkt innerhalb des Kulturbereichs zu präsentieren, entsteht eine Strategie, ein gutes Kulturprogramm zu entwickeln und zu ermöglichen. Das kommunale und regionale Umfeld bestimmt und definiert ebenso Voraussetzungen und Bedingungen für den privatwirtschaftlichen Kulturbetrieb beziehungsweise für den neugegründete Kulturbetrieb, auf welche die Strategie und die Managementkonzepte einer Kulturunternehmung ausgerichtet sein sollten. Durch betriebswirtschaftliche Kenntnisse entsteht somit eine Sicherheit in strategischen Entscheidungsprozessen, wodurch die proaktiven und risikobehafteten Aktionen begünstigt werden, also die unternehmerische Handlungsorientierung gefördert wird.

- Je größer die betriebswirtschaftlichen Kenntnisse des Kulturunternehmers sind, umso positiver wirkt sich dies auf den unternehmerischen Leistungsbeitrag des Kulturunternehmers aus!

Unternehmerische Motivation: In der Entrepreneurshipforschung eignet sich das Erklärungskonstrukt der Motivation nicht unbedingt dafür, einen direkten Bezug zum Erfolg einer Unternehmung herzustellen. Vielmehr liegt in dem Begriff der Motivation der Erklärungsansatz, warum jemand etwas tut und eventuell wie intensiv, wie beharrlich oder wie oft jemand etwas tut. Motivation eignet sich daher als Teilerklärungskonstrukt für Aktivitäten und Handlungsweisen. Eine wesentliche Voraussetzung für unternehmerisches Handeln ist der Wille zur Leistung. Diese Leistungsmotivation, basierend auf den Vorstellungen von McClelland (1965) kann mit dem Streben nach effizienter Leistung beschrieben werden. Hochmotivierte Menschen bevorzugen zwar hohe, aber erreichbare Ziele und klammern unrealistische Ziele aus. So ist die Erreichung ausgeglichener bis hoher Ziele weit-

gehend vom Einsatz, Risikobewusstsein sowie von der eigenen Tüchtigkeit und weniger von äußeren Umständen abhängig, also mehr den prozessorientierten Aktivitätsvariablen. Geld ist hierbei nicht Motivation des Handelns, sondern als Maßstab der eigenen Leistungsbeurteilung bezüglich der Leistungsbeiträge zu verstehen (vgl. hierzu Klandt 1990: 90 f.). Des Weiteren sind Autonomiestreben, der Wunsch nach Selbstverwirklichung sowie Selbstversorgung sehr bedeutende Motive für den Entschluss sich selbständig zu machen beziehungsweise unternehmerisch zu handeln, also selbstverantwortlich zu agieren (vgl. Baldegger 1988). Klassische Unternehmermotive, wie die Leistungsmotivation, Autonomiestreben, Selbstverwirklichung und Machtstreben liefern somit einen Erklärungsbeitrag für die spezifischen Aktivitäten eines Kulturunternehmers (Rauch/Frese 1998: 12 ff.). Entscheiden und Handeln unter unsicheren Bedingungen und bei einem hohen Wettbewerbsdruck setzt eine gewisse Risikobereitschaft voraus.

- Je ausgeprägter die unternehmerische Motivation des Kulturunternehmers ist, umso positiver wirkt sich dies auf den unternehmerischen Leistungsbeitrag des Kulturunternehmers aus!

Unternehmertum und Kultur – Ein Fazit

Aus der ermittelten zentralen Bedeutung von unternehmerischer Kompetenz in der Kulturarbeit muss sich daher eine methodische Umsetzung und institutionelle Implementierung von unternehmerischen Studien- oder Trainingsprogrammen in der künstlerischen und kulturwissenschaftlichen Ausbildung und auch in der Kulturmanagementlehre entwickeln. In der Tat ist eine hohe Ausprägung von unternehmerischen Verhalten und unternehmerischen Fähigkeiten eine zentrale Schlüsselkompetenz für Erfolg in kulturellen Tätigkeitsfeldern und für künstlerische Arbeit. Für die berufliche Entwicklung im heutigen Kultursektor bestehen hier also ein immenser Bedarf und ein großes Bedürfnis nach diesen Schlüsselqualifikationen. Dies sollte deshalb in der Ausbildung von Künstlern und Kulturschaffenden zum Ausdruck kommen, indem unternehmerische Schlüsselqualifikationen vermehrt vermittelt werden sollten. Die Implementierung von begleitenden Ausbildungszielen solcher Schlüsselkompetenzen innerhalb der künstlerischen Ausbildung ist eine wichtige Voraussetzung für Erfolg innerhalb des Spannungsfeldes von Kunst und Kommerz. Dies müsste auch in der Entwicklung einer neuen Kulturmanagementtheorie deutlich zum Ausdruck kommen, denn ohne Künstler und Kulturschaffende, welche als Kulturunternehmer etwas aufbauen und erfolgreich tätigt sind, besteht auch kein Bedarf am Berufstand der Kulturmanager – denn erst kommt der Kulturunternehmer, dann der Kulturmanager (vgl. Konrad 2006). Erste Tendenzen hinsichtlich dieser Betrachtung von Unternehmertum beziehungsweise im Kulturmanagement sind mittlerweile zu erkennen (vgl. Colbert 2006, Hausmann 2007, Klein 2007, Mandel 2007).

Literatur

Baldegger, U. (1988): *Die Motivation der Gründer gewerblicher Produktionsunternehmungen*, Zürich (Dissertation Uni St. Gallen)

Bendixen, P. (1996): »Kulturmanagementtheorie«, in: Fischer, M./Rauhe, H./Wiesand, J. W. (Hrsg.): *Kulturmanagement in Europa*, Bonn, S. 50–61

Brüderl, J./Preisendörfer, P./Ziegler, R. (1996): *Der Erfolg neugegründeter Betriebe: eine empirische Studie zu Chancen und Risiken von Unternehmensgründungen*, Berlin: Duncker & Humblodt

Bygrave, W. D./Hofer, C. W. (1991): »Theorizing about Entrepreneurship«, in: *Entrepreneurship Theory and Practice*, Waco, S. 13–22

Colbert, F. (2006): »Unternehmertum und Führung im Marketing von Kunst und Kultur«, in: Konrad, E. D. (Hrsg.): *Unternehmertum und Führungsverhalten im Kulturbereich*, Münster: Waxmann Verlag, S. 189–204

Deutscher Bundestag (2007): *Schlussbericht der Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland«, Drucksache* 16/7000

Gemünden, H. G./Konrad, E. D. (2000): »Unternehmerisches Verhalten als bedeutender Erfolgsfaktor von technologieorientierten Unternehmensgründungen«, in: *Die Unternehmung. Schweizerische Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis*, Heft 4/2000, S. 247–272

Goleman, D. (1999): »Emotionale Intelligenz – zum Führen unerlässlich. Warum Manager Gefühle wahrnehmen und klug handhaben müssen?«, in: *Harvard Business Manager*, Heft 3/1999, S. 27–36

Greif, S. (1994): »Soziale Kompetenzen«, in: Frey, D./Greif, S. (Hrsg.): *Sozialpsychologie*, Weinheim: Beltz (Psychologie Verlags Union), S. 312–320

Hausmann, A. (2007): »Im Spannungsfeld zwischen künstlerischem Schaffen und Unternehmertum: Künstler als Gründer«, in: *Zeitschrift für KMU und Entrepreneurship* (ZfKE), Heft 4/2007, S. 219–242

Heinrichs, W. (1999): *Kommunales Kulturmanagement – Rahmenbedingungen, Praxisfelder, Managementmethoden*, Baden-Baden: Nomos

Ibarra, H. (1993): »Network Centrality, Power and Innovation Involvement: Determinants of Technical and Administrative Roles«, in: *Academy of Management Journal*, S. 471–501

Klandt, H. (1990): »Das Leistungsmotiv und verwandte Konzepte als wichtige Einflussfaktoren der unternehmerischen Aktivität«, in: Szyperski, N./Roth, P. (Hrsg.): *Entrepreneurship – Innovative Unternehmensgründung als Aufgabe*, Stuttgart, S. 88–96

Klein, A. (2007): *Der exzellente Kulturbetrieb*, Wiesbaden: VS Verlag

Konrad, E. D. (2000): *Kultur-Unternehmer. Kompetenzen – Leistungsbeiträge – Erfolgswirkungen*, Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag

Konrad, E. D. (2006): »Erst kommt der Kultur-Unternehmer dann der Kultur-Manager – Betrachtung am Beispiel privater Kulturveranstaltungsbetriebe«, in: Konrad, E. D. (Hrsg.): *Unternehmertum und Führungsverhalten im Kulturbereich*, Münster: Waxmann Verlag, S. 29–50

Lumkin, G. T./Dess, G. G. (1996): »Claryfying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance«, in: *Journal of Management Review*, S. 135–172

Mandel, B. (2007): *Die neuen Kulturunternehmer. Ihre Motive, Visionen und Erfolgsstrategien*, Bielefeld: Transcript

McClelland, D. C. (1965): »Achievement and Entrepreneurship. A Longitudinal Study«, in: *Journal of Personality and Psychology*, Heft 4/1965, S. 389–392

Rauch, A./Frese, M. (1998): »Was wissen wir über die Psychologie erfolgreichen Unternehmertums?«, in: Frese, M. (Hrsg.): *Erfolgreiche Unternehmensgründer*, Göttingen: Hogrefe Verlag, S. 5–34

Ritter, T. (1998): *Innovationserfolg durch Netzwerkkompetenz: Effektives Management von Unternehmensnetzwerken*, Wiesbaden: Gabler Verlag

Slevin, D. P./Covin, J. G. (1995): »Entrepreneurship as Firm Behavior: A Research Model«, in: *Advance in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 2/181, S. 175–224

Staehle, W. H. (1989): *Funktionen des Managements: Eine Einführung in einzelwissenschaftliche und gesamtwissenschaftliche Probleme der Unternehmensführung*, Stuttgart

Stevenson, W./Jarillo, C. (1990): »A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management«, in: *Strategic Management Journal*, S. 17–27

Sydow, J. (1992): *Strategische Netzwerke: Evolution und Organisation*, Wiesbaden: Gabler Verlag

Throsby, D. (2001): *Economics and Cultur*, Cambridge: Cambridge University Press

Walter, A. (1998): *Der Beziehungspromotor – Ein personaler Gestaltungsansatz für erfolgreiches Relationship Marketing*, Wiesbaden: Gabler Verlag

Bertram Abel

Erfahrungen bei der Existenzgründung und Existenzsicherung kulturwirtschaftlicher Betriebe und Schlussfolgerungen für die regionale Wirtschafts- und Kulturpolitik

Bewährte Kategorien ohne Erfolg

Vermittelt durch Untersuchungen zur volkswirtschaftlichen Bedeutung der Kulturwirtschaft setzt sich in der Wirtschaftspolitik immer mehr die Erkenntnis durch, dass man es hier mit einem Sektor zu tun hat, der bedeutend ist und in seiner Entwicklung aktiv begleitet werden soll.

Zwischen Kulturwirtschaft und Wirtschaftsförderung bestand bis auf einzelne Untersektoren (Film, Design) bislang keine enge Beziehung. Beide wissen wenig voneinander und können sich aus wechselseitiger Unkenntnis nicht gegenseitig bereichern. Die lokale Kulturpolitik kennt die Akteure des Sektors besser und unterhält bereits vielerlei Arbeitskontakte etwa mittels Projektförderungen.

Auf der Seite der Wirtschaftspolitik, aber auch auf der Seite der Kulturwirtschaft bestehen Unsicherheiten, ob die bereitgestellten und in anderen Wirtschaftsbereichen bewährten Instrumente auch für kulturwirtschaftliche Betriebe passend sind. Um Unsicherheiten zu reduzieren und Annäherungen zwischen beiden zu ermöglichen, werden im Folgenden ausgewählte Charakteristika kulturwirtschaftlicher Betriebe beschrieben und Handlungsansätze aufgezeigt.

Bewährte Kategorien der Wirtschaftsförderung lassen sich auf die Kulturwirtschaft nicht Erfolg bringend übertragen oder nur unzureichend anwenden. Das liegt unter anderem daran, dass auf kommunaler und regionaler Ebene den Akteuren der Wirtschaftsförderung oft keine Gesprächspartner aus kulturwirtschaftlichen Betrieben zur Verfügung stehen, um deren Interessen zu artikulieren und zu erläutern.

Erfahrungen aus der Gründungsförderung und der Beratung für diesen Sektor zeigen, dass es trotzdem möglich ist, Voraussetzungen für einen angemessenen und förderliche Kommunikation zu schaffen. Da die Kulturwirtschaft allerdings nicht eindeutig zu umschreiben ist und nicht nur als einheitliche Zielgruppe zusammengefasst werden kann, lassen sich keine generellen Aussagen treffen oder eindeutige Handlungsempfehlungen geben. Es ist erforderlich, als Wirtschaftsförderer Erfahrungen zu sammeln, um mehr Verständnis für diesen Wirtschaftsbereich aufbringen zu können.

In der Kulturwirtschaft sind unterschiedliche Erscheinungsformen und Existenzformen anzutreffen. Diese Unterschiedlichkeit wahrzunehmen, ist eine wichtige Voraussetzung, einen problemadäquaten Zugang zu entwickeln.

Künstlerorientierte und unternehmensorientierte Selbstständigkeit

Typisch für Betriebe der Kulturwirtschaft sind ihre kleinbetriebliche Struktur sowie das weite Feld freiberuflicher Künstlerinnen und Künstler. Das betrifft sowohl ihre künstlerische Tätigkeit als auch ihr eigenes Selbstverständnis.

Anhand struktureller Unterschiede in der Gestaltung der selbstständigen Existenz lassen sich zwei Bereiche der Kulturwirtschaft sinnvoll unterscheiden: die künstlerorientierte und die unternehmensorientierte Selbstständigkeit. Beide arbeiten innerhalb einer eher kleinteilig organisierten Kulturwirtschaft.

Was mit den beiden Bereichen der Kulturwirtschaft gemeint ist, wird im Folgenden erläutert. Einige Besonderheiten kulturwirtschaftlicher Erscheinungsformen werden erheblich verkürzt dargestellt. Auch Mischformen, Abweichungen und Übergänge können und sollen mit dieser Darstellung nicht berücksichtigt werden. Für Akteure der Wirtschaftsförderung kann eine solche Betrachtungsweise dennoch eine erste Einordnung sein und die Entwicklung von Handlungsansätzen erleichtern.

Unternehmen der eigenen Arbeitskraft

Künstlerorientierte Selbstständige sind Unternehmerinnen und Unternehmer der eigenen Arbeitskraft. Im Mittelpunkt steht ihr Wunsch, ihre sie individuell prägende und bestimmende Kunstausrichtung und die durch Ausbildung geformte künstlerische Kompetenz in verschiedenen Formen umzusetzen und in ihren Möglichkeiten weiter zu entwickeln. Die eigene Biografie wird primär als Künstlerbiografie gesehen, nicht als Erwerbsbiografie.

Bei der künstlerorientierten Selbstständigkeit ist die Person mit ihren kreativen Fähigkeiten das, was am Markt immer wieder von neuem verwertet werden soll. Die eigene Zeit wird aufgeteilt in Kapazitäten für die Nutzung unterschiedlicher Plattformen, um Tätigkeiten und Jobs nachzugehen. Die Profile sind unterschiedlich. Die Tätigkeiten und Jobs ergeben sich aus diversen Kontakten, günstigen Gelegenheiten und persönlichen Netzwerken. Hinzu kommen bei verschiedenen Kunstsparten zum Beispiel Bewerbungen auf Stipendien.

Künstlerorientierte Selbstständige sind einerseits Selbstvermarkter und andererseits sind sie abhängig von Leistungsbeurteilungen Dritter, beispielsweise vom Urteil der Kuratoren, Galeristen, Intendanten oder Regisseure. Sie sind häufig in mehrere Arbeitszusammenhänge parallel involviert und befinden sich damit ständig im Rollenwechsel. Eingebunden in unterschiedliche Arbeitsverhältnisse, sei es in freier Arbeit, in Mitarbeit und abhängiger Beschäftigung, müssen sie unterschiedliche Perspektiven gleichzeitig einnehmen.

Projekttreue und Standorttreue stellen sich dadurch eher nicht ein. Die stets notwendige Offenheit für neue Projekte führt dazu, dass aufgebaute Erwerbsstrukturen nur von vorübergehender Stabilität sind. Mit Projekten, Projektbezügen und Einkommensquellen wird eher jongliert, als dass Strukturen entstehen, die von Dauer sind. Eine Bindung an Strukturen wird deshalb eher vermieden. Investitionen werden deshalb kaum getätigt.

Ein herkömmliches Kostenmanagement kann nicht angewendet werden. Ein Investitionsverhalten ist nicht planbar. Die liquide Situation ist häufig angespannt. Die Suche nach nächsten Beschäftigungsmöglichkeiten ist oft dem Krisenmanagement zur Sicherung der Liquidität geschuldet. Nicht zu verhindernde finanzielle Engpässe werden nicht selten durch Aufnahme von Privatdarlehen oder durch starke Einschränkungen im eigenen Lebensstandard überbrückt. Banken spielen in der Finanzierung in aller Regel keine Rolle.

Künstlerorientierte Selbstständige sind in der Regel Einzelkämpferinnen und -kämpfer. Die konstruktive Bewältigung der jeweiligen Mehrfachanforderungen und deren Veränderung setzt ein beachtliches Maß an Managementkönnen voraus.

Der Schritt in die Selbstständigkeit wird nicht als Existenzgründung begriffen, sondern eher als Realisieren einer pragmatischen Voraussetzung, um die Lebenshaltungskosten im Bereich der Sozialversicherungsbeiträge gering halten zu können. Die Aufnahme in die Künstlersozialkasse markiert den Schritt in den Status der Selbstständigkeit.

Die folgenden Beispiele zeigen einen Ausschnitt der Bandbreite an Existenzformen künstlerorientierter Selbstständigkeit in der Kulturwirtschaft:

- Der Discjockey, der beim Rundfunk eine Sendung betreut, Kritiken für ein Fachmagazin schreibt, bei Clubs auftritt und ein Label zum Programm berät.
- Die bildende Künstlerin, die an Ausstellungen teilnimmt, Kreativkurse gibt, in Museen Führungen macht und Büros in der Inneneinrichtung unterstützt.
- Der Tänzer, der in einem freien Ensemble engagiert ist, in einem Krankenhaus Tanztherapie anbietet und in einem kleinen Theater in der Requisite mitwirkt.

Unternehmen mit klarer Ausrichtung

Unternehmensorientierte Selbstständigkeit ist der andere in der Kulturwirtschaft anzutreffende Typus von Existenzsicherungsstrategie. Unternehmensorientierte Selbstständige sind Unternehmerinnen und Unternehmer mit klarer Ausrichtung. Für einen bestimmten Markt erzeugen sie nachhaltig ein Produkt oder erbringen eine Dienstleistung. Zwar geht es auch hier – sonst wäre ein solches Un-

nehmen nicht der Kulturwirtschaft zuzurechnen – um das Schaffen oder das Geschaffene von Kreativem, doch ist diese Form der Selbstständigkeit dienstleistungsorientiert und richtet sich an den Bedürfnissen von Zielgruppen aus.

Diese unternehmensorientierte Form der Selbstständigkeit lebt von der Ausrichtung auf einen Markt, der funktioniert, dessen Spielregeln vertraut sind und an dem Erlöse erwirtschaftet werden können. Es gibt eine klare strategische Ausrichtung und die Konzentration auf einige wenige Geschäftsfelder. Es gibt auch einen Standort und Räumlichkeiten. Die Geschäftstätigkeit selbst kann sich auf einen überregionalen oder auch internationalen Aktionsradius erstrecken.

Qualitätsstandards und Marktziele sollen in einigen Jahren erreicht, dann gehalten und vielleicht auch in speziellen Bereichen ausgebaut werden. Die Unternehmen sind in der Regel inhabergeführt und von der Rechtsform her Personengesellschaften. Es ist ein Management gefordert, das mit Plangrößen arbeitet und überprüfbare Schrittfolgen entwickelt. Zu Kostenstrukturen und Investitionen können Aussagen gemacht werden.

Gleichwohl zwingt die oft hohe Abhängigkeit von projektbezogenen Aufträgen dazu, die Strukturen flexibel und anpassungsfähig zu halten. Die Fixkostenstruktur und das Investitionsverhalten solcher Unternehmen werden deshalb bewusst elastisch gehalten. Die Organisation wird schlank und flexibel gehalten. Deshalb wird Personal eher projektbezogen über Werkverträge gebunden beziehungsweise im Rahmen von geringfügigen Beschäftigungsverhältnissen angestellt, als dass es zu regulären Beschäftigungsverhältnissen in nennenswertem Umfang kommt.

Die unternehmensorientierten Selbstständigen sind in ihrer Branche gut vernetzt. Das Marketing erfolgt oft nach klassischen Mustern der Bewerbung des Produktes und der Dienstleistung. Betriebliches Finanzmanagement und privates Liquiditätsmanagement sind getrennte Bereiche. Bankenfinanzierung kann im Einzelfall eine Rolle spielen.

Die Inhaberinnen und Inhaber der unternehmensorientierten Selbstständigkeit in der Kulturwirtschaft definieren sich zur Zeit ihrer Gründung nicht als Existenzgründer, da die Installation des neuen Unternehmens meistens in einem fließenden Übergang aus vorherigen anderen Formen der Selbstständigkeit vorgenommen wird.

Die folgenden Beispiele unternehmensorientierter Selbstständigkeit in der Kulturwirtschaft verdeutlichen zum einen deren im Vergleich zu künstlerorientierten Unternehmen klarere Ausrichtung, zum anderen aber ebenso deren künstlerische und kreative Vielfalt und Ausrichtung:

- eine Agentur für Zeichentrickfilme in der Werbung,
- ein Varietétheater ohne feste Spielstätte,
- eine Künstleragentur zur Vermittlung von Musikern für TV-Auftritte,
- ein Artconsultbüro als Spezialausstatter für Kreuzfahrtschiffe.

Verzahnung beider Existenzformen

Die persönliche sehr gute Kenntnis eines spezifischen Segmentes kreativer Produktion sowie das Gespür für Entwicklungen, Engpässe und Lösungen hierfür bilden oft den Ausgangspunkt für die Geschäftsidee im Sinne einer unternehmensorientierten Selbstständigkeit.

So entwickeln sich zum Beispiel bildende Künstlerinnen und Künstler zum Artconsulting weiter. Musikerinnen und Musiker wachsen in den Bereich der Künstlervermittlung hinein oder betreiben ein Tonstudio. Kunstwissenschaftlerinnen und Kunstwissenschaftler zieht es zur Verlagstätigkeit. Choreografinnen und Choreografen sowie Regiefachleute bewegen sich hin zu Anbietern multimedialer Performances.

Zielgruppengerechte Akzentuierungen der Wirtschaftsförderung

Aufbau von Dialogstrukturen

Obwohl viele Merkmale zumindest der unternehmensorientierten Selbstständigen in der Kulturwirtschaft weitgehend mit denen innovativer Unternehmen anderer Wirtschaftsbereiche übereinstimmen, bestehen Unsicherheiten, wie Wirtschaftsförderer sich auf diese einstellen können.

Die Branchen der Kulturwirtschaft sind aufgeteilt in viele Teilbereiche mit sehr speziellen Abläufen und Notwendigkeiten im Hinblick auf Geschäftsorganisation, Personalwesen und Finanzierung. Finanzierungshilfen, sei es im Kredit-, im Bürgschafts- oder im Personalbereich, werden im Vordergrund stehen. Allerdings sollten Programme eine Elastizität aufweisen, um dem branchenbedingten Veränderungsdruck in den Planungen dieser Kulturbetriebe gerecht werden zu können.

Die Bereitstellung von Flächen spielt dagegen kaum eine Rolle, da die Unternehmen nicht flächenintensiv sind. Dennoch sollten die Möglichkeiten, die insbesondere Gründerzentren bieten, herausgestellt werden.

Der Aufbau von Dialogstrukturen ist dazu sehr bedeutsam. Wirtschaftsförderer sind Partner nicht nur für Betriebe, sondern auch für offene Prozesse. Im Gespräch mit Inhaberinnen und Inhabern kulturwirtschaftlicher Unternehmen kann eine Kommunikation entstehen, in der Wirtschaftsförderung als Partner und Katalysator für Prozesse geschätzt wird.

Wirtschaftsförderung kann danach fragen, wie gemeinsame Interessen so befördert werden können, dass auch der Standort Nutzen hat und propagiert wird. Der Zugang zu branchenbezogenen und interdisziplinären Austauschprogrammen und zu Plattformen, die Kontakte zu wissenschaftlichen Einrichtungen, bürgerschaftlichen Initiativen, Stiftungen, Projektgruppen, Unternehmen, Stadtplanern und Architekten, Medienvertretern und Tourismusakteuren schaffen, kann vermittelt und so erleichtert werden.

Starke Partner und funktionierende Netzwerke sind wichtig, um für eine Region Visionen zu entwickeln, Projekte anzustoßen und Prozesse zu befördern. Solche Prozesse können Kulturwirtschaftsbetriebe mit ihrem Fundus an kreativen Ausdrucks- und Identifizierungsangeboten entscheidend bereichern.

Professionalisierung durch Veranstaltungs- und Vernetzungsangebote

Für künstlerorientierte Selbstständige ergeben sich andere Ansatzpunkte einer engagierten Wirtschaftsförderung. Ein wichtiges Handlungsfeld für diese Form der Selbstständigkeit kann die Ausrichtung von Veranstaltungen mit Fachleuten sein, die gezielt fachliche und methodische Hinweise zur Professionalisierung geben. Künstlerinnen und Künstler sind mit einer Vielzahl von wichtigen Aspekten konfrontiert, die sie sich jeweils kurzfristig alleine nicht optimal erschließen können.

Zu folgenden Themen sind Hinweise und Unterstützungsangebote für die zunehmende Professionalisierung dieser Zielgruppe besonders relevant:

- Preisbildung und Verhandlungsführung,
- Projekt- und Zeitmanagement,
- Selbstvermarktung und Networking,
- Versicherungen und Recht,
- Buchführung und Finanzen.

Als weiteres Handlungsfeld sei die Förderung von Kommunikationsfähigkeit und Vernetzung innerhalb der Zielgruppe genannt. Durch regelmäßig veranstaltete offene Foren oder einen Jour fixe kann der Erfahrungsaustausch gefördert werden.

Stärkung in Richtung Dienstleistungsorientierung

Der Raum, aus dem heraus unternehmensorientierte Selbstständigkeit in der Kulturwirtschaft wächst, sind Stipendienstätten, Ausstellungsräume, soziokulturelle Zentren, Clubs und Foren, aber auch das Umfeld von Hochschulen, Museen, Theatern, Stadtentwicklungsprojekten, gemeinnützigen Projekten, bürgerschaftlichen Initiativen, Sponsoring-Aktivitäten, Events und Festivals sowie Agenturen, Büros, Studios und Ateliers. In solchen Räumen werden neue Ausdrucksweisen sondiert, Techniken getestet, Fähigkeiten erprobt, Teams gebildet, Netzwerke gesponnen und Perspektiven diskutiert.

Die Beteiligung in solchen Zusammenhängen vor Ort kann der entscheidende Auslöser dafür sein, dass Künstlerinnen und Künstler Erfahrungen aus Projekten oder Betätigungen zum Kristallisationspunkt für eine Neuausrichtung machen. Neue Produkt- oder Dienstleistungsideen werden geformt und zu intelligenten Ansätzen verdichtet. Zielgruppen werden eventuell schon in den Blick genommen.

Gleichwohl tun sich Künstlerinnen und Künstler schwer, sich als Unternehmerinnen und Unternehmer zu begreifen, ökonomische Kategorien zu berücksichtigen, in betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen zu denken oder gezielt Marketing für die eigenen Dienstleistungen zu betreiben. Wirtschaftsförderung kann hier ansetzen und entsprechende Prozesse qualifiziert unterstützen.

Eine zeitlich überschaubare und begrenzte Teilnahme an Seminaren, Workshops und Zirkeln kann beispielsweise eine geeignete Plattform bilden, um derartige Prozesse zu moderieren, zu begleiten und zu verstärken und auf diese Weise Akteure in ihren unternehmerischen Qualifikationen, auch in ihrem betriebswirtschaftlichen Verständnis zu qualifizieren.

Ergänzung von Wirtschafts- und Kulturpolitik

Wirtschaftspolitik und Kulturpolitik haben unterschiedliche Aufgaben. In der Unterstützung der Kulturwirtschaft können sich Akteure der Wirtschafts- und der Kulturförderung sinnvoll ergänzen. Gerade auf der kommunalen und der regionalen Ebene können die unterschiedlichen Erfahrungshintergründe und Ressourcen konstruktiv miteinander verknüpft werden.

In den lokalen Institutionen der Kulturpolitik kennt man die am Ort aktiven Künstlerinnen und Künstler. Man weiß von den Kristallisationspunkten für neue Entwicklungen, aber auch von den Hemmnissen auf dem Weg in die Stabilisierung. Adressaten können identifiziert und Bedarfe können eingehend erfragt werden. Zielgruppenspezifische Angebote können im persönlichen Gespräch gezielt beworben werden. Akteure der Wirtschaftspolitik können auf dieser Grundlage passgenau zielgruppenspezifische Maßnahmen auflegen und entsprechende Fördermittel zur Subventionierung der Angebote einbinden.

Schwerpunktbereiche einer Kooperation von lokaler Wirtschafts- und Kulturpolitik für kulturwirtschaftliche Betriebe können sein:

- Veranstaltungen zur Professionalisierung,
- Foren zur Vernetzung,
- Workshops als Plattformen für Geschäftsfeldentwicklung,
- Zielgruppengerechte Information zu Förderprogrammen,
- Individuelle Betreuung von Unternehmen.

Auf diese Weise begleiten und fördern Wirtschafts- und Kulturpolitik in projektgebundenen Kooperationen Künstlerinnen und Künstler wirkungsvoll auf dem Weg in die Professionalisierung. Die Unterstützung von Existenzgründung und -sicherung kulturwirtschaftlicher Unternehmen betreiben sie gemeinsam erfolgreich.

Corinna Vosse

Neue Steuerungsformen kultureller Infrastrukturentwicklung

Die Beschäftigung mit ästhetischen und symbolischen Prozessen steht immer auch im Kontext ökonomischer Rahmenbedingungen und Mechanismen. Veränderungen der Relation zwischen Kultur und Wirtschaft ergehen jedoch nicht nur in Abhängigkeit von Veränderungen einzelner Parameter dieser gesellschaftlichen Bereiche. Sie entstehen vielmehr auch im Kontext ihrer politischen Wahrnehmung. Das Interesse an Kultur als Politikfeld verlagert sich seit jüngerem zusehends auf messbare ökonomische Entwicklungen in als Kulturwirtschaft zusammengefassten Tätigkeitsfeldern. Kritiker sehen darin die Gefahr einer Beschränkung von Kulturpolitik auf die Optimierung marktförmiger Vermittlungsprozesse von Kulturprodukten. Damit verbunden warnen sie vor dem Verlust der gesellschaftlichen Funktion von Kultur als Sphäre der Sinnproduktion jenseits von Verwertungsdruck.

Im Unterschied zum Topos der »Instrumentalisierung von Kultur«, der noch vor wenigen Jahren den Diskurs um Kultur und Ökonomie geprägt hat, signalisiert der Begriff »Kulturwirtschaft« eine aktive Stellung der Träger von Prozessen ästhetischer und symbolischer Produktion in der ökonomischen Sphäre. Kulturwirtschaft als Topos thematisiert, noch vor der Frage der Verwertbarkeit, Werte, die im Kulturbereich entstehen. Über diesen Zugang stellt sich die Frage nach Voraussetzungen und Strategien, auf deren Basis solche Werte generiert werden. In der empirischen Erforschung kulturpolitischer Prozesse ist diesen Aspekten bisher wenig Aufmerksamkeit zuteil geworden. Auf der Basis dieser Überlegungen geht der vorliegende Beitrag der Frage nach, unter welchen Umständen, durch welche Akteure und mit welchen Strategien es angesichts eines sich wandelnden Verständnisses öffentlicher Aufgaben zur Entwicklung kultureller Infrastruktur in der Stadt kommt.

Empirischer Ansatzpunkt der zugrunde liegenden Studie sind das Handeln und Zusammenwirken unterschiedlicher Akteurskonstellationen beim Aufbau kultureller Infrastruktur in der Stadt. Um diese Prozesse untersuchen zu kön-

nen, wurden Fallbeispiele ausgewählt, in denen die Vorhaltung spezifischer Infrastruktur verfolgt und auch erreicht wurde. Im Zentrum der Untersuchung stehen somit nicht bestimmte Strukturen, die formal als zuständig für städtische kulturelle Infrastruktur gelten. Fokussiert wird das kooperative Handeln heterogener Akteure, die kulturpolitische Prozesse initiieren und vorantreiben. Der Untersuchungsansatz integriert durch diesen Zugang eine Governance-Perspektive in die empirische Untersuchung städtischer Kulturpolitik. (Siehe Benz 2004) Ein zweiter theoretischer Bezugspunkt der Untersuchung ist der akteurzentrierte Institutionalismus. (Siehe Mayntz/Scharpf 1995, Scharpf 2006) Förderprogramme, Politikziele, Etatposten und andere institutionelle Strukturen städtischer Kulturpolitik werden als ermöglichende oder behindernde Einflussgröße des Akteurhandelns berücksichtigt. Die Bedeutung ökonomischer Handlungsorientierungen und Funktionsmechanismen für die Verfolgung kulturpolitischer Ziele wird im Folgenden anhand von zwei Falluntersuchungen umrissen.

Die Initiierung des Projekts *Musikfabrik ORWO-Haus* in Berlin-Marzahn stellt sich zunächst als Prozess dar, der von Solidarität getragen ist. Hintergrund ist die Kündigung der bestehenden Einzelmietverträge durch die bundeseigene Treuhandliegenschaftsgesellschaft. Die betroffenen Musiker wollen ihre Proberäume behalten und das Haus zum öffentlich zugänglichen Musikprobenhaus ausbauen. Kernziel des Projekts ist die Bereitstellung von möglichst niedrigpreisigen Proberäumen insbesondere für junge Musikschaffende.

Ausschlaggebend für die weitere Entwicklung sind Kooperationen mit öffentlichen Akteuren. Das Zustandekommen dieser Kooperationen hängt von einzelnen politisch-administrativen Entscheidungsträgern ab, die mit dem Vorhaben sympathisieren. Verfasste politische Vorgaben spielen keine unmittelbare Rolle im Entscheidungsprozess. Weder existiert ein ausgewiesener Schwerpunkt der Bezirks- oder Landespolitik auf der Förderung von Musikschaffen noch wird ein faktischer Mangel an Musikprobenräumen als Grund für die eingegangenen Kooperationen angeführt. Was in Stellungnahmen und Entscheidungen der verantwortlichen öffentlichen Akteure anklingt, ist eine Wahrnehmung von Potenzialen des ORWO-Hauses als Kulturwirtschaftsunternehmen. Kooperationsentscheidungen werden in Abhängigkeit davon getroffen, ob das Projekt als wirtschaftlich tragfähig erscheint.

Der laufende Betrieb des *ORWO-Hauses* stützt sich auf Mieteinnahmen aus der Proberaumvermietung. Die Betriebsorganisation beruht somit auf marktförmigen Abstimmungsformen, jedoch ist nicht Gewinnmaximierung, sondern Kostenminimierung das ausschlaggebende Entscheidungskriterium und Geld nicht das einzige Medium. Der zu erwartende ökonomische Verdrängungsprozess wird von solidarischen Werten eingedämmt, nämlich dem politischen Anspruch, »erschwingliche« Proberäume anzubieten. Die innerbetriebliche Organisation ist auf die Ressourcenausstattung der Nutzer ausgerichtet, zum Beispiel können sie zur Kompensation fehlender Finanzmittel Arbeitsleistungen einbringen. Leitungsaufgaben werden von teils wechselnden Akteuren ehrenamtlich erbracht und nicht auf die Preise umgelegt.

Allerdings sind der Kauf zu finanzieren und einige Investitionen zu tätigen, um Proberäume in der angestrebten Qualität und Preislage bereitstellen zu können. Finanzielle Ressourcen bleiben somit Voraussetzung, um die kulturpolitischen Kernziele realisieren zu können. Zum Teil werden diese von privaten Akteuren aufgebracht. Ein größerer Teil wird von der *Stiftung Deutsche Klassenlotterie Berlin* bereitgestellt. Auch in dieser Kooperationsentscheidung haben verfasste Entscheidungskriterien keinen unmittelbaren Einfluss genommen. Die Kriterien zur Vergabe der sogenannten Lottomittel sind sehr allgemein und bieten keine politische Orientierung.

Die Entstehung des zentrumsnah in Berlin-Friedrichshain gelegenen Produktions- und Veranstaltungsortes *Radialsystem V* basiert zunächst auf dem Zusammentreffen von unternehmerischen Initiativen mit dem Betriebskonzept von professionellen Kulturakteuren. Trotz fehlender ökonomischer Rentabilität kommen Kooperationen zwischen Unternehmern und Kulturakteuren zustande. Das kann mit dem Interesse der Wirtschaftsakteure erklärt werden, an der Gründung eines Kulturprojekts teilzuhaben. Sowohl der planende Architekt als auch der Investor setzten eine finanzielle Gewinnerwartung aus. Anders als beim Sponsoring bleiben die Wirtschaftsakteure als an der Entstehung eines Erfolg versprechenden Kulturbetriebs maßgeblich Beteiligte für die Öffentlichkeit unsichtbar. Einen unmittelbaren Nutzen bietet das *Radialsystem* für sie als professionelles Referenzprojekt, da ihr Kooperationsbeitrag in ihre wirtschaftlichen Handlungsfelder eingebettet ist: Bauplanung und Immobilienentwicklung.

Investitionen in die Innenausstattung des Gebäudes werden wie im Fall *ORWO-Haus* mit Lottomitteln finanziert. Mit Aufnahme des Kulturbetriebs gewinnen Kooperationen mit weiteren öffentlichen Stellen an Bedeutung. Sie bieten aus Sicht der Betreiber Handlungsspielräume für die Kulturproduktion und -präsentation. Die Vorhaltung der kulturellen Infrastruktur ist mittelfristig auf der Basis erwirtschafteter Umsätze geplant. Die Produktion von kulturellen Inhalten wird demgegenüber langfristig im Kontext öffentlicher Förderungen gesehen. Dafür existieren kulturpolitische Instrumente, wie der *Hauptstadtkulturfonds*. Das *Radialsystem* bietet gute Voraussetzungen, um die allgemeinen Förderziele dieses Programms abzudecken, die in erster Linie auf die Sichtbarkeit der entstehenden Kulturprojekte abstellen (vgl. www.berlin.de/hauptstadtkulturfonds). Als Kulturveranstaltungsort hat das *Radialsystem* in kurzer Zeit einen ausgezeichneten Ruf erworben. Die von der offiziellen Politik im Rahmen der Projektförderung angestrebten Standorteffekte finden dort folglich gute Realisierungsbedingungen.

Die Entstehung des *Radialsystems* steht im direkten Bezug zu privatwirtschaftlichen Investitionen in eine Immobilie. Mit diesen Investitionen ist ein ökonomischer Rahmen für die folgende Nutzung gesteckt. Konkret sind dies erhebliche Sockelkosten, deren Deckung nicht allein aus der Verfolgung der kulturellen Ziele erreicht wird. Die Projektkonzeption ist folglich von Anbeginn auch an unternehmerischen Strategien orientiert. Auf diese Ausgangslage ist die zweigleisige Organisationsstruktur des *Radialsystems* als Stiftung und als GmbH abgestimmt. Neben der

Ausbildung eines kulturellen Profils mit Alleinstellungscharakter wird das Projekt als innovatives Wirtschaftsunternehmen inszeniert. Gleichzeitig bleibt unübersehbar, dass von der *Radial GmbH* keine ökonomische Rendite zu erwarten ist.

II Anhand dieser Ergebnisse wird die strategische Bedeutung der Darstellung und Anerkennung der Vorhaben als »Unternehmen« für die Umsetzung der Projektziele deutlich. Gleichzeitig hängt das Zustandekommen der identifizierten Kooperationen davon ab, dass die Vorhaben als gemeinnützig und sinnstiftend wahrgenommen werden. Aufseiten der Kooperationspartner und Unterstützer besteht die Erwartung, dass die Projekte in ökonomisch tragfähiger Form kulturelle Mehrwerte generieren. Derweil zeigt sich an den Betriebsabläufen, dass Kostendeckung unter Beibehaltung der kulturpolitischen Ziele nicht erreicht wird.

Die Betreiber des *ORWO-Hauses* lösen diesen Widerspruch scheinbar auf, indem sie Arbeitsleistungen, mit denen die betrieblichen Abläufe gewährleistet werden, unbezahlt leisten und nicht als Aufwendungen veranschlagen. Nach außen wird das *ORWO-Haus* als Kulturwirtschaftsunternehmen dargestellt und wahrgenommen. Dabei deutet sich schon bei flüchtiger Betrachtung von Kosten und Umsätzen an, dass der kulturpolitische Anspruch, für junge Musiker erschwinglichen Probenraum bereitzustellen, nicht unter Anrechnung der anfallenden Kosten, das heißt nicht unter ökonomischen Prämissen realisiert werden kann. Die auf der Basis gemeinschaftlicher Funktionsweisen erbrachten Leistungen, so wird deutlich, werden aus der Perspektive ökonomischer Rentabilität weitgehend unsichtbar. Unberücksichtigt bleibt in diesem Zuge auch, welche Bedingungen erfüllt sein müssen, um diese Form der Leistungserbringung mobilisieren zu können. Die Erbringung unbezahlter Arbeit erscheint als Frage des individuellen Konsumverzichts.

Die Betreiber des *Radialsystems* verfolgen eine andere Strategie. Sie streben an, ungedeckte Kosten aus der Verfolgung der kulturpolitischen Ziele mit gewinnträchtigen Aktivitäten abzudecken. Das erfordert, dass sie neben den Anforderungen, die der Kulturbetrieb stellt, in ausreichendem Maße einnahmeträchtige Aufträge akquirieren und ausführen müssen. Zwei traditionell getrennt gedachte Bereiche, die Ausfüllung von kulturellen Zielen und die Generierung von Gewinnen, werden hier in einer Organisation verfolgt. Das Konzept basiert auf der Idee, ökonomische Verluste des Kulturbetriebs mit marktgängigen Angeboten zu kompensieren, deren Marktwert durch den Kulturbetrieb aufgewertet wird. Insofern ist der Kulturbetrieb Teil der Gesamtrentabilität des *Radialsystems*. Die Aktivitäten des *Radialsystems* sind auf zahlungskräftige Wirtschaftsunternehmen sowie auf Kulturproduzenten und -nachfrager konzentriert. Der Erfolg dieser Strategie hängt davon ab, inwieweit es gelingt, die Interessen dieser Konstellationen auf unterschiedlichen Kommunikationswegen anzusprechen und mit unterschiedlichen Kooperationsangeboten abzudecken. Mit dieser Strategie wird eine hochgradige Verzahnung der Bereiche Kultur und Wirtschaft verfolgt, mit dem Ziel, die Basis für eine »win-win-Situation« zu schaffen.

Deutlich wird, dass kulturpolitische Prozesse in beiden Fällen maßgeblich unter Berücksichtigung ökonomischer Funktionsweisen zustande kommen. (Siehe Schimank 2007) Die Inaussichtstellung wirtschaftlicher Tragfähigkeit ist Voraussetzung für das Zustandekommen von Kooperationen. Somit bestätigen sich in der empirischen Untersuchung theoretische Überlegungen, dass Inhalte an politischer Überzeugungskraft einbüßen und Effizienz an Bedeutung als politisches Entscheidungskriterium gewinnt. (Siehe Power 1994, Sanderson 2006) Dadurch entsteht für die handelnden Akteure ein bestimmter Druck, ökonomische Funktionsprinzipien zu berücksichtigen. Folglich ist, um kulturpolitisch handeln zu können, eine überdurchschnittliche Ausstattung mit spezifischen Handlungskompetenzen erforderlich. Voraussetzung ist die Fähigkeit zur Antizipation und Adaption ökonomischer Handlungsorientierungen und Funktionsweisen.

III

Unter diesen Umständen erscheint es naheliegend, dass sich kulturpolitische Prozesse zunehmend auf Maßnahmen zur Professionalisierung von Kulturproduktion konzentrieren. Professionalisierung meint in diesem Zusammenhang eine Ausrichtung kultureller Funktionsweisen an ökonomischen Funktionslogiken. In der Folge wäre ein politisch unterstütztes Aufgehen von kulturellen Prozessen in Verwertungszusammenhängen denkbar. Aus kulturpolitischer Sicht wären somit, wie eingangs bemerkt, gesellschaftswichtige Funktionen von Kultur gefährdet.

Dem ist entgegenzusetzen, dass die Wirkungsmacht ökonomischer Funktionsweisen möglicherweise nicht so dominant ist, wie mit diesen Annahmen impliziert. Die Untersuchungsergebnisse erlauben folgende Interpretation der Entwicklung des Verhältnisses von Kultur und Wirtschaft: Die Strategien der Schlüsselakteure zur Schaffung kollektiver Handlungsfähigkeit zur Beförderung kultureller Infrastrukturentwicklung beziehen sich zwar auf ökonomische Funktionsmechanismen. Das bedeutet aber nicht zwangsläufig, dass die kulturpolitischen Inhalte in den ökonomischen Funktionsmechanismen aufgehen. Die untersuchten Prozesse können vielmehr dahingehend interpretiert werden, dass diese Mechanismen von den Schlüsselakteuren benutzt und verändert werden, um kulturelle Entwicklungsvorhaben umzusetzen. Die Betreiber des *ORWO-Hauses* suggerieren ökonomische Tragfähigkeit, um den Verhandlungspartnern das nötige Vertrauen zu vermitteln. Die Akteure des *Radialsystems* kapitalisieren den symbolischen Wert von Kultur und benutzen ihn als Tauschwert zur Realisierung kulturpolitischer Ziele.

Anhand der Ergebnisse dieser Untersuchung kann eine Politikstrategie beschrieben werden, die im Kern darauf abzielt, kulturellen Prozessen eine Art Tauschwert zu verschaffen. Das Medium dieser Strategie sind nicht warenförmige Kulturprodukte, sondern langfristig realisierbare und nicht-monetäre Gewinne, erzielbar auf der Basis gesellschaftlicher Funktionen von Kultur. Zugrunde gelegt wird eine Ausdehnung des Verständnisses von wirtschaftlichem Tausch. Dieses ausgedehnte Verständnis von Tausch besagt, dass es einen Tauschwert gibt beziehungsweise geben wird, jedoch ist nicht im Vorhinein gesichert, wem dieser Wert zugute kommt.

Möglich ist, dass er sich erst jenseits des von den Akteuren zugrunde gelegten Zeithorizonts realisiert oder dass er seine Wertigkeit woanders entfaltet.

Um vor dieser Prämisse zu einer Abstimmung zu gelangen, ist eine Perspektive erforderlich, die Aspekte ökonomischer Handlungslogiken und solidarische Orientierungen vereint. Erforderlich ist sowohl die Fähigkeit, Gewinne zu antizipieren und sichtbar zu machen, als auch die Bereitschaft zugunsten anderer auf einen Nutzen zu verzichten. Die Wirksamkeit dieser Strategie basiert darauf, realisierbare Wertzuwächse zu benennen, um die mobilisierende und zielführende Wirkung eines Gewinnversprechens zu nutzen. Gleichzeitig ist sie auf solidarische Orientierungen bezogen, die bewirken, dass Handlungen zur Erzielung von Gewinnen an gesellschaftliche Interessen rückgekoppelt sind. Die untersuchten kulturpolitischen Prozesse können somit als Suche nach einem neuen Funktionsmechanismus zur Verteilung von politischen Kosten verstanden werden. Im Vordergrund stehen nicht Bemühungen, kulturelle Prozesse vor ökonomischen Verwertungsinteressen zu schützen. Vielmehr liegt der Fokus kulturpolitischen Handelns auf Bemühungen, Handlungsabstimmung zwischen heterogenen Akteuren trotz unterschiedlicher Handlungsorientierungen und Interessen herzustellen.

Die festgestellte Berücksichtigung ökonomischer Prämissen ist Ausdruck veränderter Bedingungen (kultur-)politischen Handelns. Sie bestätigt die Bedeutung wirtschaftlicher Kräfte zur Schaffung kollektiver Handlungsfähigkeit. Die Berücksichtigung ökonomischer Funktionsweisen und Handlungsorientierungen erscheint in diesem Zuge als politische Strategie. Kulturpolitische Herausforderungen zeichnen sich vor diesen Überlegungen in zweierlei Hinsicht ab: Erforderlich ist eine Unterstützung der handelnden Akteure bei der Vermittlung zwischen kulturpolitischen Zielen und wirtschaftlichen Handlungsorientierungen als Voraussetzung zur Herstellung von Handlungsfähigkeit. Gezeigt hat sich auch, dass unter den beschriebenen Bedingungen hohe Anforderungen an die Ressourcenausstattung und die Handlungskompetenzen der handelnden Akteure bestehen. Kulturpolitik muss hier einen Ausgleich schaffen, nicht zwischen kulturellen Interessen, sondern zwischen Möglichkeiten, Interessen politisch zu artikulieren.

Literatur

Benz, Arthur (2004): »Governance – Modebegriff oder nützliches sozialwissenschaftliches Konzept?«, in: Benz, Arthur (Hrsg.): *Governance – Regieren in komplexen Regelsystemen. Eine Einführung*, Wiesbaden: VS Verlag, S. 11–28

Mayntz, Renate/Scharpf, Fritz W. (1995): »Der Ansatz des akteurzentrierten Institutionalismus«, in: Mayntz, Renate/Scharpf, Fritz W. (Hrsg.): *Gesellschaftliche Selbstregelung und politische Steuerung*, Frankfurt am Main: Campus Verlag, S. 39–72

Power, Michael (1994): *The Audit Explosion*, London: Demos

Sanderson, Ian (2006): »Complexity, ›practical rationality‹ and evidence-based policy making«, in: *Policy and Politics*, No. 1/2006, S. 115–132

Scharpf, Fritz W. (2006): *Interaktionsformen. Akteurzentrierter Institutionalismus in der Politikforschung*, Wiesbaden: VS Verlag

Schimank, Uwe (2007): »Elementare Mechanismen«, in: Benz, Arthur u. a. (Hrsg.): *Handbuch Governance. Theoretische Grundlagen und empirische Anwendungsfelder*, Wiesbaden: VS Verlag, S. 29–43

Kultur und Ökonomie, Kultur- und Kreativwirtschaft

Ausgewählte Bibliografie deutschsprachiger Titel

I. Allgemeine Literatur

Antz, Christian/Ratzenböck, Veronika/Sigmund, Anne-Marie: »Europa entdecken und erleben. Der Beitrag des Kulturtourismus«, in: Kulturpolitische Gesellschaft (Hrsg.): *kultur.macht.europa*, Bonn/Essen: Kulturpolitische Gesellschaft/Klartext Verlag (Edition Umbruch, Bd. 23), S. 180–200

Barber-Kersovan, Alenka: »Vom angeblichen Glamour der ›Creative Classe‹«, in: *Musikforum*, Heft 1/2007, S. 15–18

Barber-Kersovan, Alenka: »Von der Musik in der Stadt zur Musikstadt. ›Creative Cities‹ setzen in ihrem Stadtmarketing immer mehr auf Musik«, in: *Musikforum*, Heft 4/2007, S. 22–25

Behrendt, Eva: »Denn sie wissen, was sie tun. Auf der Suche nach dem ›Theaterprekariat‹ haben wir in Berlin fünf Menschen getroffen, deren Geschichten viel über das immer noch komplizierte Leben der Bohème erzählen«, in: *Theaterheute*, Heft 2/2007, S. 6–11

Bendixen, Peter: *Einführung in die Kultur- und Kunstökonomie*, Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 2001, 285 S. (2. erweiterte Auflage)

Bendixen, Peter: »Kultur und Kunst – Öffentliches Gut oder kommerzielle Dienstleistung?«, in: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.): *Jahrbuch für Kulturpolitik 2006*, Essen: Klartext Verlag 2006, S. 209–218

Bendixen, Peter/Laaser, Ullrich H. (Hrsg.): *Geld und Kunst – wer braucht wen?,* Opladen: Leske + Budrich (Schriftenreihe der Hochschule für Wirtschaft und Politik, Hamburg, 4) 2000, 222 S.

Betzelt, Sigrid: *Flexible Wissensarbeit: AlleindienstleisterInnen zwischen Privileg und Prekarität*, Bremen: Zentrum für Sozialpolitik Universität Bremen (Arbeitspapier Nr. 3/ 2006), 87 S.

Brinkley, Ian: »Vorne sein und vorne bleiben. Der kreative Sektor bildet die Speerspitze des Wandels ...«, in: *Berliner Republik*, Heft 5/2007, S. 27–32

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie: *Wirtschaftspolitik für Kunst und Kultur. Tipps zur Existenzgründung für Künstler und Publizisten*, Berlin 2001, 85 S.

Bundesministerium für Unterricht und kulturelle Angelegenheiten (BMUK), Abt. 1/4 (Hrsg.): *Kreativität und kulturelle Bildung. Konferenz A Creative Culture: Creativity, Arts and Education*, Wien o.J (1998), 45 S.

bundesweite gründerinnenagentur: *Gründungen von Frauen im Wachstumsmarkt ›bga-wirtschaft‹*, bga-Branchenblatt, Nr. 10/2007, 32 S.

Buschle, Nicole/Klein-Klute, Axel: »Freie Berufe in Deutschland. Ergebnisse der Einkommensteuerstatistik 2001«, in: *Wirtschaft und Statistik*, Heft 11/2007, S. 1087–1095

Chodzinski, Armin: *Kunst und Wirtschaft. Peter Behrens, Emil Rathenau und der dm-drogerie markt*, Berlin: Kadmos 2007, 272 S.

Dangel, Caroline/Piorkowsky, Michael: *Selbständige Künstlerinnen und Künstler – zwischen brotloser Kunst und freiem Unternehmertum (hrsg. v. Deutschen Kulturrat, Rheinische-Friedrich-Wilhelms-Universität)*, Bonn: Vereinigte Dienstleistungsgewerkschaft ver.di 2006, 63 S.

Der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien/Freie und Hansestadt Hamburg: *Creative Europe. Kultur als Motor für die Entwicklung europäischer Metropolen. Kongressdokumentation*, Berlin/Hamburg 2007, 63 S.

Deutscher Bundestag: *Bericht der Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland« des Deutschen Bundestages*, Kapitel »Kultur- und kreativwirtschaft«, Berlin: *BT–Drucksache* 16/7000 2007, S. 353–373

Deutscher Kulturrat (Hrsg.): *Kultur als Arbeitsfeld und Arbeitsmarkt für Geisteswissenschaftler*, Berlin 2008, 184 S.

Diederichsen, Diedrich: *Eigenblutdoping. Selbstverwertung, Künstlerromantik, Partizipation*, Köln: Kiepenheuer & Witsch 2008, 256 S.

Dingenotto, Christian: *Cultural Business – Kultur mit Gewinn*, Norderstedt: book on demand 2007, 140 S.

Dossi, Piroschka: *Hype. Kunst und Geld*, München: dtv 2007, 258 S.

Dostal, Werner: »Innovative Vorläufer. Empirische Ergebnisse zur Struktur und Situation von Kulturberufen«, in: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (IfK)/Institut für Bildung und Kultur (IBK) (Hrsg.): *Kultur, Kunst, Arbeit. Perspektiven eines neuen Transfers*, Bonn/Essen: Kulturpolitische Gesellschaft/Klartext Verlag, S. 137–144

Dümcke, Cornelia: *Kultur und Tourismus in den neuen Ländern. Eine Untersuchung am Beispiel der kulturellen Leuchttürme und Gedächtnisorte*, Berlin 2002

Ebert, Ralf/Gnad, Friedrich: »Integrierte Kulturwirtschafts-Politik: vom Kopf auf die Füße gestellt«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (VI/2007), S. 37–40

Ebert, Ralf/Kunzmann, Klaus R.: »Kulturwirtschaft, kreative Räume und Stadtentwicklung in Berlin«, in: *DisP 171*, Heft 4/2007, S. 64–79

Ebert, Ralf/Gnad, Friedrich (2006): »Strukturwandel durch Kulturwirtschaft«, in: *aus politik und zeitgeschichte*, Heft 34–35/2006, S. 31–38

Ebert, Ralf: »Kultur(wirtschaft), Tourismus und Innenstadtentwicklung in Dresden«, in: *Raumplanung*, Heft 131 (2007), S. 74–78

Erbslöh, U./Gass, L. H./Vorbeck, M.: »Der Kulturwirtschaftsbereich der internationalen Kurzfilmtage Oberhausen. Kulturwirtschafts-Betrachtungen als Controlling- und Marketing-Instrument«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe Verlag (Loseblattsammlung) 2008, 20 S., J 1.4

Ertel, Rainer: »Daten und Fakten zur Kulturwirtschaft«, in: *aus politik und zeitgeschichte*, Heft 34-35/2006, S. 17–23

Essener Erklärung 2007: »Wandel durch Kulturwirtschaft: Perspektiven einer Zukunftsbranche«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (VI/2007), S. 56

Europäische Kommission, Generaldirektion Informationsgesellschaft (Hrsg.): *Der DigiCULT-Report. Technologische Landschaften für die Kulturökonomie von morgen. Den Wert des kulturellen Erbes steigern. Zusammenfassender Bericht*, Luxemburg: Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaft 2002, 73 S.

Fesel, Bernd: *Kulturwirtschaft in der Auslandsförderung von Kultur*, Bonn: Deutsche Unesco-Kommission 2007, 120 S.

Föhl, Patrick S.: »Die Public Private Partnership-Aktivitäten der Klassik Stiftung Weimar. Ausgewählte Erfolgsprojekte zwischen Kultur und Wirtschaft«, in: *Erfolgreich Kultur finanzieren*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 18 S., E 2.2–2

Follath, Erich/Spörl, Gerhard (2007): »Was Städte sexy macht«, in: *Der Spiegel*, Heft 34/2007 (20.8.2007)

Freundt, Andreas: *Entwicklungspotenziale der Kulturwirtschaft. Cluster im Ruhrgebiet und in Merseyside*, Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller 2007, 240 S.

Friebe, Holm/Lobo, Sascha: *Wir nennen es Arbeit. Die digitale Boheme oder: Intelligentes Leben jenseits der Festanstellung*, München: Heyne 2006, 304 S.

Friedrich Naumann Stiftung, Büro für Kulturpolitik und Kulturwirtschaft (Hrsg.): *Kulturwirtschaft 2005. Das Buch als Forum*, Berlin/Bonn 2006, 108 S.

Friedrich Naumann Stiftung, Büro für Kulturpolitik und Kulturwirtschaft (Hrsg.): *Kultur und Kreativität als neue Wirtschaftsfaktoren. Jahrbuch Kulturwirtschaft 2006*, Berlin/Bonn 2007, 169 S.

Friedrich-Naumann-Stiftung; Büro für Kulturpolitik und Kulturwirtschaft (Hrsg.): *Kulturwirtschaft 2007. Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa: Kohärente Politik in einer globalisierten Welt. Eine Konferenz im Rahmen der deutschen EU-Ratspräsidentschaft 2007*, Berlin 2007, 160 S.

Fuchs, Max (2008): »Kultur als Arbeitsfeld und Arbeitsmarkt für Geisteswissenschaftler: Rahmenbedingungen und Ergebnisse«, in: Deutscher Kulturrat (Hrsg.): *Kultur als Arbeitsfeld und Arbeitsmarkt für Geisteswissenschaftler*, Berlin, S. 27–32

Glos, Michael: »Die Kultur- und Kreativwirtschaft. Eine Branche von großer wirtschaftlicher Bedeutung«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 3/2008, S. 1–2

Goehler, Adrienne (2006): *Verflüssigungen. Wege und Umwege in die Kulturgesellschaft*, Frankfurt am Main/New York: Campus Verlag

Gorny, Dieter: »Die Bigseller werden immer seltener. Dieter Gorny über die Zusammenhänge in der Kreativwirtschaft« (Gespräch von Barbara Haack), in: *nmz. Neue Musikzeitung*, Heft 4/2007, S. 25–26

Gorny, Dieter: »Ideen verdienen Respekt. Der Kreativitätsmarkt ist der Leitmarkt der Zukunft, doch ohne Pflege gedeiht er nicht«, in: *Berliner Republik*, Heft 5/2007, S. 34–39

Gottschalk, Ingrid: *Kulturökonomik. Probleme, Fragestellungen und Antworten*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2006, 204 S.

Gottschalk, Ingrid: »Kulturökonomik«, in: Klein, Armin (Hrsg.): *Kompendium Kulturmanagement. Handbuch für Studium und Praxis*, München: Verlag Franz Vahlen 2008 (2. überarbeitete Auflage), S. 233–262

Gottschall, Karin/Schnell, Christiane (2000): »›Alleindienstleister‹ in Kulturberufen zwischen neuer Selbständigkeit und alten Abhängigkeiten«, in: *WSI-Mitteilungen, Heft 12/2000, S. 804–810*

Grasskamp, Walter: *Kunst und Geld. Szenen einer Mischehe*, München: Verlag C. H. Beck 1998, 132 S.

Griefahn, Monika: »Kreativität muss wachsen, damit sie Früchte tragen kann. Kreativwirtschaft als Potenzial für Wachstum«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, H. 117 (II/2007), S. 5 f.

Griefahn, Monika/Renner, Tim u. a.: »Modernes Profil: Die Rolle der Kreativindustrie«, in: Auswärtiges Amt (Hrsg.): *Menschen bewegen – Kultur und Bildung in der deutschen Außenpolitik*. Konferenzdokumentation, Berlin: Auswärtiges Amt (Edition Diplomatie), S. 36–58

Grosz, Andreas/Delhaes, Daniel: *Die Kultur AG. Neue Allianzen zwischen Wirtschaft und Kultur*, München: Carl Hanser Verlag 1999, 229 S.

Groys, Boris: *Über das Neue. Versuch einer Kulturökonomie*, München/Wien: Carl Hanser Verlag 1992, 195 S.

Grundorf, Darren: »Was tut der Bund für die Kulturwirtschaft? Beschlüsse und Handlungsempfehlungen zur Förderung des ›kreativen Sektors‹«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe Verlag (Loseblattsammlung) 2008, 20 S., B 2.4

Haak, Carroll/Schmidt, Günther (Hrsg.): *Arbeitsmärkte für Künstler und Publizisten – Modelle einer zukünftigen Arbeitswelt?*, Berlin: Wissenschaftszentrum 1999

Haak, Carroll: *Von Künstlern lernen: Mehrfachbeschäftigung, Bildung und Einkommen auf den Arbeitsmärkten von Künstlern*, Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin *(Arbeitspapier*) 2006

Haak, Carroll: *Wirtschaftliche und soziale Risiken auf den Arbeitsmärkten von Künstlern*, Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften 2008

Haselbach, Dieter: »Kunst, Wirtschaft, Kreativität – Ein britischer Sonderweg«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 112 (I/2006)

Haselbach, Dieter: »Kulturwirtschaft. Zum Stand der Debatte und zu Forschungsdesideraten«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (VI/2007), S. 32–36

Haubrich-Gebel, Monika: *Kultur und Wirtschaft. Die Bedeutung der kulturellen Infrastruktur für die Wirtschaft und die Stadtentwicklung, das Beispiel Göttingen*, Hannover: Reichold Verlag 1995, 202 S.

Heinrich-Böll-Stiftung (Hrsg.): *Kreative Wirkung. Urbane Kultur, Wissensökonomie und Stadtpolitik*, Berlin (Bildung + Kultur, Bd. 2) 2008, 79 S.

Heinze, Thomas (Hrsg.): *Kultur und Wirtschaft. Perspektiven gemeinsamer Innovation*, Opladen: Westdeutscher Verlag 1995, 365 S.

Herstatt, Claudia: *Fit für den Kunstmarkt. Der Kunstmarkt von A-Z. Ratgeber*, Ostfildern: Hatje Cantz 2007, 213 S. (2. überarbeitete Auflage)

Höhendinger, Katharina: »›Mit einer gesunden Portion Irrsinn und der richtigen Technik‹. Der Aufschwung in der Kreativwirtschaft erzeugt Handlungsbedarf auf politischer Ebene«, in: *Neue Gesellschaft/Frankfurter Hefte*, Heft 1-2/2008, S. 82–85

Hoppenstedt, Dietrich H.: »Was macht ein Museum attraktiv für Stiftungen und Wirtschaft?«, in: *Museumskunde*, Heft 2/2007, S. 66–69

Hummel, Marlies: *Standortbewertung und Kulturfinanzierung durch Unternehmen in Bremen*, München: ifo-Institut für Wirtschaftsforschung (ifo studien zu kultur und wirtschaft, Bd. 3) 1990, 107 S.

Hummel, Marlies: *Kultur als Standortfaktor. Das Beispiel der Region Siegen*, München: ifo Institut für Wirtschaftsforschung (ifo Studien zu Kultur und Wirtschaft, 4) 1990, 51 S.

Hummel, Marlies/Brodbeck, Karl-Heinz: *Längerfristige Wechselwirkungen zwischen kultureller und wirtschaftlicher Entwicklung*, Berlin/München: Duncker & Humblot (Schriftenreihe des Ifo-Instituts für Wirtschaftsforschung, Nr. 128) 1991, 224 S.

Hummel, Marlies/Waldkircher, Cornelia: *Wirtschaftliche Entwicklungstrends von Kunst und Kultur*, Berlin: Duncker & Humblot (Schriftenreihe des Ifo-Instituts für Wirtschaftsforschung, 132) 1992, 301 S.

Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (IfK)/Institut für Bildung und Kultur (IBK) (Hrsg.): *Kultur.Kunst.Arbeit – Perspektiven eines neuen Transfers*, Bonn/Essen: Kulturpolitische Gesellschaft/Klartext Verlag 2003, 339 S.

Karstein, Uta: »Don't Believe the Hype – Schein und Sein der Creative Class (in Leipzig und anderswo)«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 120 (I/2008), S. 68–69

Keitz, Franziska von: »Erkenntnisse als Investition. Kulturwirtschafts-Betrachtungen als Controlling- und Marketing-Instrument«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe Verlag (Loseblattsammlung) 2008, 19 S., H 1.2

Klaus, Philipp: *Stadt, Kultur, Innovation. Kulturwirtschaft und kreative innovative Kleinstunternehmen in der Stadt Zürich*, Zürich: Seismo Verlag Sozialwissenschaften und Gesellschaftsfragen 2006, 256 S.

Kleine, Helene: »Kulturarbeit als Beruf«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV/2007), S. 58–59

Koepke, Hans (Hrsg.): *Gründungspotenziale von Geistes-, Kultur- und Sozialwissenschaftlern. Stand und Perspektiven.* Beiträge im Rahmen des Wuppertaler Fachkongresses vom 13. Mai 2004, Stuttgart: Fraunhofer IRB-Verlag 2004, 174 S.

Konrad, Elmar D.: *Kultur-Unternehmer. Kompetenzen – Leistungsbeiträge – Erfolgswirkungen*, Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag 2000, 206 S.

Konrad, Elmar D. (Hrsg.): *Unternehmertum und Führungsverhalten im Kulturbereich*, Münster: Waxmann 2006, 308 S.

Krätke, Stefan: *Medienstadt. Urbane Cluster und globale Zentren der Kulturproduktion*, Opladen: Leske + Budrich 2002, 267 S.

Kräuter, Maria: *Existenzgründung in Kultur- und Medienberufen*, Köln: Stiftung zur Förderung der Wissenschaftlichen Forschung über das Wesen und die Bedeutung der freien Berufe, Ludwig-Sievers-Stiftung 2002, 226 S.

Krieger, Georg: *Ökonomie und Kunst. Wechselseitige Beziehungen und regionale Aspekte*, Berlin: Duncker & Humblot 1996, 235 S.

Krüger, Thomas: »Kulturwirtschaft: Wirtschaftspolitik oder Kulturpolitik?«, in: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.): *Jahrbuch für Kulturpolitik 2006*, Essen: Klartext Verlag 2006, S. 311–320

Kulturpolitische Gesellschaft e. V./Bundesverband der Veranstaltungswirtschaft e. V. (idkv) (Hrsg.): *Musik als Wirtschaft* (Internationaler Kongress 2002), Bonn: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Beiheft 1, 2003, 39 S.

Kulturpolitische Gesellschaft e. V./Bundesverband der Veranstaltungswirtschaft e. V. (idkv) (Hrsg.): *Musik als Wirtschaft 2. Fachkongress 2004*, Bonn: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Beiheft 4, 2004, 59 S.

Kulturprojekte Berlin GmbH (Hrsg.): *Herausforderung Kulturwirtschaft – kulturpolitische Antworten und Strategien*, Berlin 2008 , 80 S.

Kunzmann, Klaus R.: »Kultur, Wirtschaft und Raumentwicklung«, in: *Informationen zur Raumentwicklung*, Heft 4–5/2002, S. 185–198

Kunzmann, Klaus R.: »Kulturwirtschaft und Raumentwicklung«, in: *aus politik und zeitgeschichte*, Heft 34–35 (2006), S. 3–7

Kunzmann, Klaus u. a.: »Wirtschaft«, in: Erny, Richard u. a. (Hrsg.): *Handbuch Kultur 90. Modelle und Handlungsbedarf für die kommunale Kulturarbeit.*, Köln: Deutscher Gemeindeverlag 1988, S. 219–256

Lange, Bastian: *Die Räume der Kreativszenen – Culturepreneurs und ihre Orte in Berlin*, Bielefeld: transcript Verlag 2007, 339 S.

Liebmann, Heike/Robischon, Tobias (Hrsg.): *Städtische Kreativität. Potenzial für Stadtumbau*, Erkner/Darmstadt: In-

stitut für Regionalentwicklung und Strukturplanung e. V./Schader-Stiftung 2003, 244 S.

Lobo, Kai Roger/Lobo, Sascha: »Digitale Bohème und Politik«, in: *Berliner Republik*, Heft 5/2007, S. 16–19

Look, Friedrich: »Kulturwirtschaft. Eine definitorische Annäherung«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe Verlag (Loseblattsammlung) 2006, 8 S., A 2.1

Lotter, Wolf: »Die Gestörten. Wer Neues denkt, schafft Unordnung«, in: *Brand Eins*, Heft Mai/2007, S. 52–62

Lyng, Robert: *Musik und Moneten. Wirtschaftliche Aspekte von Künstler-, Bandübernahme- und Produzentenverträgen*, Bergkirchen: PPV Medien 2007, 241 S. (4. überarbeitete Auflage)

Maier, Willfried: »Mehr als Handel und Hafen. Hamburgs Zukunft ist die ›Kreative Stadt‹«, in: *AKP*, Heft 5/2007, S. 59–63

Mandel, Birgit: *Lust auf Kultur. Karrierewege in das Berufsfeld Kulturvermittlung*, Nürnberg: Bildung-und-Wissen-Verlag 2002

Mandel, Birgit: *Die neuen Kulturunternehmer. Ihre Motive, Visionen und Erfolgsstrategien*, Bielefeld: transcript 2007, 146 S.

Mandel, Birgit: *Audience Development, Kulturmanagement, Kulturelle Bildung. Konzeptionen und Handlungsfelder der Kulturvermittlung*, München: Kopaed 2008, 205 S.

Markowski, Marc/Wöbken, Hergen: *oeconomenta – eine Verbindung von Kunst und Wirtschaft, die einen Unterschied macht*, Berlin: Kunstverlag Kadmos 2007, 184 S.

Mayer, Markus: *Kulturwirtschaft im Wandel. Analyse der Digitalisierung von Musikindustrie, Filmindustrie und Literaturmarkt*, Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller 2007, 67 S.

Menger, Pierre-Michel: *Kunst und Brot. Die Metamorphosen des Arbeitnehmers*, Konstanz: UVK-Verlag 2006

Menger, Pierre-Michel/Schiffbänker, Helene/Söndermann, Michael/Wagner, Bernd: »Armut und Reichtum der kreativen Klasse in Europa«, in: Kulturpolitische Gesellschaft (Hrsg.): *kultur.macht.europa*, Bonn/Essen: Kulturpolitische Gesellschaft/Klartext Verlag (Edition Umbruch, Bd. 23) 2008, S. 202–222

Mierau, Dörte: »Die Herausforderung annehmen. Soziokultur im Kontext von creative industries«, in: *Informationsdienst Soziokultur*, Heft 4/2007, S. 2–4

Morisse, Jörn/Engler, Rasmus: *Wovon lebst du eigentlich? Vom Überleben in prekären Zeiten*, München: Piper 2007, 251 S.

Mundelius, Marco/Hertzsch, Wencke: »Berlin – da steckt Musike drin«, in: *Wochenbericht des DIW Berlin*, Nr. 14/2005, S. 229–235

Niederholtmeyer, Klaus: *Die Bedeutung von Kunst und Kultur als Wirtschaftsfaktor. Bericht zum Forschungsstand und Literaturdokumentation*, Berlin (difu-Materialien 8/93) 1993, 67 S.

Österreichische Kulturdokumentation/Internationales Archiv für Kulturanalysen/Bundeskanzleramt, Sektion für Kunstangelegenheiten (Hrsg.): *cultural competence. Kultur als Kompetenz. Neue Technologien, Kultur & Beschäftigung*, Wien 1999, 150 S.

Otto, Hans-Joachim: »Wirtschaftsförderung ist Kulturförderung, und umgekehrt. Kleine Anfrage zur ›Initiative Musik‹: Hans-Joachim Otto, MdB, im Gespräch mit der neuen *musikzeitung*«, in: *nmz. Neue Musikzeitung*, Heft 2/2008, S. 15–16

Pientak, Eda/Sieben, Gerda/Timmenberg, Vera: *Neue Dienstleistungen und Kultur*, Köln/ Lohmar: Eul 2002, 269 S.

Pommerehne, Werner W./Frey, Bruno S.: *Musen und Märkte. Ansätze einer Ökonomik der Kunst*, München: Vahlen 1993, 256 S.

Raunig, Gerald/Wuggenig, Ulf (Hrsg.): *Kritik der Kreativität, Wien*: Verlag Turia + Kant 2007, 251 S.

Reck, Hans-Ulrich (2008): *Index Kreativität*, Köln: Verlag der Buchhandlung Walter und König, 560 S.

Röbke, Thomas: *Kunst und Arbeit. Künstler zwischen Autonomie und sozialer Unsicherheit*, Essen: Klartext Verlag 2000, 247 S.

Rossmeissl, Dieter: »Herausforderung Kulturwirtschaft – Kulturpolitische Antworten und Strategien. Kommentar zur Berliner Tagung«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV), 2007, S. 42–43

Salmen, Thomas: *Kultur als Wirtschafts- und Standortfaktor. Ein Ansatz für die regionale Wirtschaftsförderung*, Marburg: Tectum-Verlag 2007, 277 S.

Schneider, Beate/Weinacht, Stefan (Hrsg.): *Musikwirtschaft und Medien. Märkte – Unternehmen – Strategien*, München: Reinhard Fischer 2007, 308 S.

Schulz, Anne: »Zierfische im Cluster. Kultur als Standortfaktor hat Konjunktur«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (VI/2007), S. 69–70

Schulze-Cleven, Tobias: »Der große Umbau«, in: *Berliner Republik*, Heft 5/2007, S. 20–25

Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen (Hrsg.): *Berlin – Stadt des Designs* (Projektzukunft Berlin), Berlin: 2007, 20 S.

Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen (Hrsg.): *Berlin – Klingt gut! Einblicke in die Musikwirtschaft* (Projektzukunft Berlin), Berlin: 2007, 20 S.

Söndermann, Michael: »Zur Lage der Kulturwirtschaft in Deutschland 1999/2000«, in: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.): *Jahrbuch für Kulturpolitik 2001*, Essen: Klartext Verlag 2002, S. 369–392

Söndermann, Michael: *Kulturwirtschaft. Das unentdeckte Kapital der Kommunen*, Sankt Augustin: Konrad-Adenauer-Stiftung 2006, 35 S.

Söndermann, Michael: »Der Kultursektor als Beschäftigungs- und Wirtschaftsfaktor in Europa. Wege zu einer europäischen Kulturstatistik«, in: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.): *Jahrbuch für Kulturpolitik 2007*, Essen: Klartext Verlag 2007, S. 387– 405

Söndermann, Michael: »Kulturwirtschaft«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, H. 116 (I/2007), S. 64–67

Söndermann, Michael: *Kulturwirtschaft und Creative Industries 2007. Aktuelle Trends unter besonderer Berücksichtigung der Mikrounternehmen*, hrsg. v. Bündnis 90/Die Grünen/Bundestagsfraktion, Berlin 2007, 35 S.

Söndermann, Michael: *Musikwirtschaft*, hrsg. v. Deutscher Musikrat (Deutsches Musikinformationszentrum in der Kulturstadt Bonn), 18 S.

STADTart/Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung NRW: *Kreative Ökonomie und Kreative Räume: Kultur- und Kreativwirtschaft in der integrierten Stadtentwicklung*, Dortmund 2008

Stüdemann, Jörg: »Die Kreativwirtschaft ist keine Kulturwirtschaft – oder?. Verwirrungen der Kulturpolitik«,

in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (VI/2007), S. 48–51

Thierse, Wolfgang/Griefahn, Monika/Gorny, Dieter u. a.: »Neue Kreativität für Wirtschaft und Gesellschaft«, in: *Kulturnotizen*, Heft 10 (Dez. 2006), S. 4–17

Thumann, Jürgen: »Kreativwirtschaft als Motor für den Standort Deutschland. Künstler fördern und den Nährboden für eine innovationsfreudige Kulturgesellschaft legen«, in: *Musikforum*, Heft 4/2007, S. 58–59

Wagner, Bernd: »Kultur. Politik. Wirtschaft«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV/2007), S. 44–47

Wagner, Bernd: »Scheinriese Kulturwirtschaft. Die Aufgaben der Kulturpolitik«, in: *AKP*, Heft 1/2008, S. 36–38

Wanka, Johanna: »Von der ›Boom-‹ zur ›Zukunftsbranche‹. Wie aus Kultur, Wirtschaft und Kulturwirtschaft eine neue Politik entstehen muss«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV/2007), S. 29–31

Weckerle, Christoph: »Kulturwirtschaft und Kulturpolitik – Neue Ansätze am Beispiel einer Studie Schweiz – Deutschland – Österreich«, in: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.): *Jahrbuch für Kulturpolitik 2002/03*, Essen: Klartext Verlag 2003, S. 409–417

Wiesand, Andreas Joh.: »Kultur- oder ›Kreativwirtschaft‹: Was ist das eigentlich?«, in: *aus politik und zeitgeschichte*, Heft 34-35/2006, S. 8–16

Wiesand, Andreas Joh.: »Längst Geschwister ›Kultur‹ und Wirtschaft – (k)eine Mesalliance?«, in: *Forum Wissenschaft*, Heft 2/2007, S. 15–18

Wiesand, Andreas Johannes/Ebert, Ralf/Gnad, Friedrich: »›Kultur und Wirtschaft‹ sowie ›Kulturwirtschaft‹: Herausforderungen und Chancen«, in: *Handbuch Kultur-Management*, Stuttgart: Raabe Verlag (Loseblattsammlung) 2001, 18 S., A 3.7

Wöhrl, Dagmar: »Die Politik entdeckt die Kreativwirtschaft. Staatssekretärin Dagmar Wöhrl ist von der großen Zukunft der Kulturszene überzeugt«, in: *Musikforum*, Heft 3/2007, S. 49–51

Zimmermann, Olaf/Schulz, Gabriele: *Traumberuf Künstler: Kreativität leben – finanzielle Sicherheit erreichen*, Nürnberg 2002, 242 S.

Zimmermann, Olaf: »Kulturberufe und Kulturwirtschaft – Gegensatz oder Symbiose?«, in: *aus politik und zeitgeschichte*, Heft 34–35/2006, S. 24–31

Zimmermann, Olaf: »Kultur als Arbeitsmarkt und Arbeitsfeld für Geisteswissenschaftler – Was bleibt? Was wird? Was ist zu tun?«, in: Deutscher Kulturrat (Hrsg.): *Kultur als Arbeitsfeld und Arbeitsmarkt für Geisteswissenschaftler*, Berlin 2008, S. 165–172

II. Kulturwirtschaftsberichte und vergleichbare Studien

Arbeitsgemeinschaft Christoph Backes, Michael Söndermann, Christoph Weckerle (Bearbeiter): *Auf dem Weg in die kreativen Räume der Zukunft. Das Forschungsprojekt Kulturwirtschaft in Sachsen-Anhalt*, Magdeburg (2. Kulturwirtschaftsbericht Sachsen-Anhalt A) 2006

Arbeitsgemeinschaft Köln/Fesel, Bernd/Söndermann, Michael: *Kulturwirtschaftsbericht Köln 2007*, Köln: RheinEnergieStiftung

Arbeitsgemeinschaft Prof. Dr. Andreas J. Wiesand, Dr. Ingrid Brück, Prof. Dr. Reinhold Viehoff, Dr. Friedrich Gnad (Bearbeiter): *Kulturwirtschaft in Sachsen-Anhalt. Bedeutung, Strukturen, Handlungsfelder*m Magdeburg (1. Kulturwirtschaftsbericht Sachsen-Anhalt) 2001

Arbeitsgruppe Kulturwirtschaft in Sachsen-Anhalt: *Kulturwirtschaft in Sachsen-Anhalt, Wirtschaftliche Bedeutung, Strukturen und zukunftsrelevante Handlungsfelder, Erster Kulturwirtschaftsbericht Sachsen-Anhalt,* Magdeburg 2002

Backes, Christoph/Hustedt, Sylvia/Söndermann, Michael: *Kulturwirtschaft in Aachen. Potenziale einer Stadt*, Aachen: Selbstverlag o. J. (2007), 20 S.

Backes, Christoph/Bleks, Michael/Hustedt, Sylvia/Söndermann, Michael: *Existenzgründung und Existenzsicherung für selbständig und freiberuflich arbeitende Künstler und Künstlerinnen*. Gutachten für die *Enquete Kommission des Deutschen Bundestages »Kultur in Deutschland«*, Aachen 2007

Bartmuß, Thomas u. a.: *Kulturwirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern. 1. Kulturwirtschaftsbericht* (Hrsg. Wirtschaftsministerium Mecklenburg-Vorpommern), Schwerin 1997

Behr, Vera/Gnad, Friedrich/Kunzmann, Klaus R.: *Kulturwirtschaft in Bochum*, Bochum 1988

Behr, Vera/Gnad, Friedrich/Kunzmann, Klaus R.: *Kulturwirtschaft in Unna. Erhebung des kulturellen Arbeitsmarktes einer Kleinstadt*, Unna 1989

Berlin-Institut für Bevölkerung und Entwicklung (Hrsg.): *Talente, Technologie und Toleranz – wo Deutschland Zukunft hat*, Berlin 2007

Berndt, Christian/Goeke, Pascal/Lindner, Peter/Neisen, Vera: *Kreativwirtschaftsbericht Frankfurt*, im Auftrag der *Wirtschaftsförderung Frankfurt GmbH*, Frankfurt am Main 2008

Blum, Ulrich/Müller, Stefan/Vogt, Matthias Th. (Hrsg.): *Kultur und Wirtschaft in Dresden*, Leipzig: Universitätsverlag (Kulturelle Infrastruktur, Bd. 6) 1997, 276 S.

Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur u. a. (Hrsg.): *Erster Österreichischer Kulturwirtschaftsbericht*, Wien 2003

Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur u. a. (Hrsg.): *Zweiter Österreichischer Kulturwirtschaftsbericht*, Wien 2006

Ebert, Ralf/Gnad, Friedrich/Kunzmann, Klaus R./Oy, Uwe van: *Kulturwirtschaft im Ruhrgebiet. Wandel durch Kultur(Wirtschaft) im Ruhrgebiet – Kultur(Wirtschaft) durch Wandel*, Dortmund 2005

Ertel, Rainer/Gnad Friedrich: *Kulturwirtschaft in Niedersachsen. Quantitativer Befund und Schlussfolgerungen für die wirtschaftspolitische Diskussion*, Hannover: Niedersächsisches Institut für Wirtschaftsforschung 2002, 126 S.

Ertel, Rainer/Gaulhofer, Manfred/Haselbach, Dieter: *Kulturwirtschaftsbericht Niedersachsen 2007. Ein ökonomischer Blick auf den Kultur und Musiksektor*, erstellt im Auftrag der *Niedersächsischen Ministerien für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr* sowie *Wissenschaft und Kunst*, Hannover: Niedersächsisches Institut für Wirtschaftsforschung 2007

Europäisches Parlament: *Bericht über Kulturwirtschaft (2002/2127 (INI))*, Brüssel/Straßbourg: A5-0276/ 2003, 14. Juli 2003, 23 S.

Eurostat: *Die Kulturwirtschaft und kulturelle Aktivitäten in der EU27*, Luxemburg: STAT/07/ 146, 29. Oktober 2007 (Pressemitteilung), 5 S.

Fohrbeck, Karla/Wiesand, Andreas J.: *Der WDR als Kultur- und Wirtschaftsfaktor*, Köln: Grote Verlag 1989, 227 S.

FORBA: *Nachhaltige Arbeit und Beschäftigung in Wiener Creative Industries*, Wien 2006

FORBA: *Kunst/Dienst/Leistung – Innenansichten zur Arbeit in den Wiener Creative Industries*, Wien 2006

FORBA/Joanneum Research Forschungsgesellschaft mbH: *Zwischen Unabhängigkeit und Zukunftsangst – Quantitative Ergebnisse zur Arbeit in den Wiener Creative Industries*, Wien 2006

FORBA/Joanneum Research Forschungsgesellschaft mbH: *»Es ist ja ein freies Gewerbe …« Arbeiten in der Wiener Kreativwirtschaft. Endbericht des Projektes Nachhaltige Arbeit und Beschäftigung in Wiener Creative Industries*, Wien 2007

Friedrich-Naumann-Stiftung: »Kulturwirtschaftsberichte in Europa – eine Auswahl«, in: dies. (Hrsg.): *Kultur und Kreativität als neue Wirtschaftsfaktoren. Jahrbuch Kulturwirtschaft 2006*, Berlin: Friedrich-Naumann-Stiftung 2007, S. 165–169

Fritsch, Michael/Stützer, Michael: *Die Geographie der Kreativen Klasse in Deutschland*, Freiberg 2006 (Freiberger Arbeitspapiere Nr. 11/2006)

Geppert, Kurt u. a.: *Kultur als Wirtschaftsfaktor in Berlin*, Berlin: Vistas Verlag (DIW-Studie) 1992, 418 S.

Grote Westrick, Dagmar/Rehfeld, Dieter: *Innovationskulturen im Ruhrgebiet?!*. Studie für das Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand, Energie und Verkehr Nordrhein-Westfalen, Gelsenkirchen 2006

Gründerzentrum Kulturwirtschaft Aachen (Hrsg.): *Kulturwirtschaft in Aachen. Erstes kulturwirtschaftliches Portrait einer Stadt in Deutschland*, Aachen: Selbstverlag 2005, 97 S.

Häfele, Eva/Greussing Kurt: *Creative Industries in Vorarlberg. Eine Maßnahmenorientierte Untersuchung*, im Auftrag von *Wirtschaftsstandort Vorarlberg GesmbH*, Dornbirn 2007

Hamburg Marketing GmbH: *Kultur als Wirtschafts- und Imagefaktor: Die Caspar David Friedrich-Ausstellung in Hamburg*, Hamburg 2007

Held, Tom/Kruse, Christian/Weckerle, Christoph/Söndermann: *Kreativwirtschaft Zürich. Synthesebericht*, Zürich: Hochschule für Gestaltung und Kunst 2005, 26 S.

Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung; Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst (Hrsg.): *Kulturwirtschaft in Hessen. 1. Hessischer Kulturwirtschaftsbericht*, Wiesbaden 2003

Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung; Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst (Hrsg.): *Kultursponsoring und Mäzenatentum in Hessen. 2. Hessischer Kulturwirtschaftbericht*, Wiesbaden 2005, 174 S.

Horx, Matthias u. a.: *Creative: graz – Potenzialanalyse Kreativwirtschaft im Großraum Graz*, Graz 2006

ICG culturplan Unternehmensberatung GmbH: *Kulturwirtschaft in Deutschland – Grundlagen, Probleme, Perspektiven. Gutachten im Auftrag der Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland« des Deutschen Bundestages,* Berlin 2007, 197 S.

Institut für Kultur- und Medienmanagement/Hochschule für Musik und Theater Hamburg (Hrsg.): *Kulturwirtschaftsbericht Hamburg. Die wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung von künstlerisch-kreativen Leistungen in der Freien und Hansestadt Hamburg,* Hamburg 2006, 142 S.

IWH Halle, Prof. Dr. Martin Rosenfeld, Dr. Peter Franz, Christoph Hornych, Michael Schwartz (2006): *Strategien und Handlungsoptionen für eine ziel- und zukunftsorientierte Ausrichtung der Medienwirtschaft in Sachsen-Anhalt (am Beispiel des Standortes Halle)*, Magdeburg (2. Kulturwirtschaftsbericht Sachsen-Anhalt B)

Joanneum Research ForschungsgmbH/Institut für Technologie- und Regionalpolitik: *Potenzialanalyse Kreativwirtschaft im Großraum Graz*, im Auftrag der *Wirtschaftskammer Steiermark*, Graz 2006

KMU Forschung Österreich und IKM (Hrsg.): *Erster Österreichischer Kreativwirtschaftbericht*, im Auftrag des *Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Kultur*, des *Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit*, des *Staatssekretariats für Kunst und Medien* sowie der *Wirtschaftskammer Österreich*, Wien 2003

KMU Forschung Austria (Hrsg.): *Zweiter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht*, im Auftrag des *Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Kultur*, des *Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit*, des *Staatssekretariats für Kunst und Medien des Bundeskanzleramts* sowie der *ARGE creativwirtschaft austria* der Stabsabteilung Wirtschaftspolitik der *Wirtschaftskammer Österreich*, Wien 2006

Kulturdokumentation/Mediacult/Wifo: *Untersuchung des ökonomischen Potenzials der »Creative Industries« in Wien*, im Auftrag der Stadt Wien, Magistratsabteilung 27 EU-Strategie und Wirtschaftsentwicklung, Wirtschaftskammer Wien und Filmfonds Wien, Wien 2004

Landeshauptstadt München (Hrsg.): *München – Standortfaktor Kreativität*, München: Referat für Arbeit und Wirtschaft 2007

Landtag Brandenburg: *Zur Signifikanz und den Potentialen der Kulturwirtschaft in Brandenburg. Antwort der Landesregierung zur Großen Anfrage der Fraktion der SPD und CDU*, Potsdam: Drucksache 4/4872 (16.7.2007)

Landtag von Baden-Württemberg: *Kulturwirtschaft in Baden-Württemberg. Antrag der Abg. Jürgen Walter u. a. GRÜNE und Stellungsnahme des Wirtschaftsminsteriums«*, Stuttgart: Drucksache 14/836 (25.1.2007), 15 S.

Lange, Bastian: *Kulturwirtschaft/Creativ Industries in den Städten Mitteldeutschlands*, Leipzig 2007

Lechner, David/Philipp, Thomas: *Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz*; Linz 2006, 21 S.

Ministerium für Bildung, Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Schleswig-Holstein: *Bericht der Landesregierung über Entwicklung und Stand der Kulturwirtschaft in Schleswig-Holstein*, Kiel: Drucksache 15/3482 (2004), 111 S.

Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Technologie des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.): *Dynamik der Kulturwirtschaft. Nordrhein-Westfalen im Vergleich. 1. Kulturwirtschaftsbericht 1991/92*, Bonn: ARCult (Kultur & Wissenschaft, 10) 1992, 257 S.

Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Technologie des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.): *Kultur- und Medienwirtschaft in den Regionen Nordrhein-Westfalens. 2. Kulturwirtschaftsbericht NRW*, Düsseldorf 1995, 309 S.

Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.): *Kulturwirtschaft in Nordrhein-Westfalen: Kultureller Arbeits-*

markt und Verflechtungen, 3. Kulturwirtschaftsbericht NRW, Düsseldorf 1998, 353 S.

Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Technologie des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.): *Kulturwirtschaft im Netz der Branchen. 4. Kulturwirtschaftsbericht NRW*, Düsseldorf 2001, 251 S.

Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.): *Kultur- und Kreativwirtschaft: Wettbewerb – Märkte – Innovationen. 5. Kulturwirtschaftsbericht*, Düsseldorf 2007, 281 S.

MKW Wirtschaftsforschung GmbH/Österreichische Kulturdokumentation/Empirica Delasasse/Interarts, Economix Research/Consulting und Wimmex AG: *Ausschöpfung und Entwicklung des Arbeitsplatzpotenzials im kulturellen Sektor im Zeitalter der Digitalisierung*, im Auftrag der Europäischen Kommission, DG Employment and European and Social Affairs, Wien 2000

OÖ Technologie und Marketing GmbH (Hrsg.): *Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz*, bearbeitet vom *Linzer Institut für qualitative Analysen (Liqua)*, im Auftrag des Landes Oberösterreich, Linz 2006

Österreichische Kulturdokumentation/Mediacult/WIFO: *Untersuchung des ökonomischen Potenzials der Creative Industries in Wien*, durchgeführt im Auftrag der Stadt Wien, der *Wirtschaftskammer Wien* und des *Filmfonds Wien*, Wien 2004

Pieper, Vivien: »Ideenwirtschaft in Zahlen«, in: *Brandeins*, Heft Mai 2007, S. 100–101

Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen in Berlin/Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur Berlin (2005): *Kulturwirtschaft in Berlin, Entwicklung und Potenziale*, Berlin 2005, 124 S.

Söndermann, Michael: »Kulturberufe. Statistisches Kurzportrait zu den erwerbstätigen Künstlern, Publizisten, Designern, Architekten und verwandten Berufen im Kulturmarkt in Deutschland 1995–2003«, Bonn: ARK-Stat 2004

Söndermann, Michael/Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft NRW: *Kultur- und Kreativwirtschaft: Wettbewerb – Märkte – Innovationen*, Düsseldorf: Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen (MWME) 2007, 281 S.

SozialKulturProjekte e. V.: *Analyse der sozialen und wirtschaftlichen Lage von Künstlerinnen und Künstlern in Sachsen-Anhalt. Bericht*, Merseburg 2002

STADTart/Kunzmann, Klaus R.: *Kultur- und Kreativwirtschaft Dortmund 2007*, Dortmund: Stadt Dortmund 2007

STADTart/Kunzmann, Klaus R./Culture Concepts: *Kreativräume in der Stadt – Integration von Kunst, Kultur und Co. in die Berliner Stadtentwicklung*. Berlin: Senatsverwaltung für Stadtentwicklung 2007

STADTart, Büro für Stadt-Kultur-Planung: *Wandel durch Kulturwirtschaft im Ruhrgebiet. Kulturwirtschaft durch Wandel. Ein Beitrag zur Bewerbung »Essen für das Ruhrgebiet – Kulturhauptstadt Europas 2010«*, Düsseldorf: Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen 2006, 38 S.

Weckerle, Christoph/Gerig, Manfred/Söndermann, Michael: *Kreativwirtschaft Schweiz: Daten, Modelle, Szene*, Basel: Birkhäuser 2007, 160 S.

WIFO: *Arbeitsplatzeffekte und Betriebsdynamik in den Wiener Creative Industries*, Wien 2006

Winterfeld, Klaus (Hrsg.): *Kultur und Wirtschaft in Mittelsachsen*, Leipzig: Leipziger Universitätsverlag (Dresdner Studien zur Kultur, Bd. 2) 2003, 99 S.

Zukunftszentrum Tirol (Hrsg.): *Kreativwirtschaft: Nutzt Tirol seine Chancen?*, Innsbruck 2005

III. Webadressen

www.berlin.de/projektzukunft (*Projekt Zukunft – Berlin in der Informationsgesellschaft*)
Auf der homepage der Berliner Landesinitiative *Projekt Zukunft* wird über die Medien-, IT- und Kulturwirtschaft sowie entsprechende Initiativen von Politik und Verwaltung, Veranstaltungen, Projekte und Publikationen berichtet.

www.bundesregierung.de/Webs/Breg/DE/Bundesregierung/BeauftragterfuerKulturundMedien/Kulturpolitik/Kulturwirtschaft/kulturwirtschaft.html (*Beauftragter der Bundesregierung für Kultur und Medien*)
Informationen zu Initiativen vor allem des *Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien* und des *Bundeswirtschaftsministeriums* in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

www.creativeindustries.at (*Creative Industries in Wien*)
Studien über die Creative Industries in Wien beziehungsweise Österreich mit Veranstaltungskalender.

www.creativezurich.ch (*Kreativwirtschaft Zürich*)
Infos und Überblick über die Creative Zürich Initiative, zu realisierten und geplanten Projekten der Kreativwirtschaft Zürich sowie Links zum Kreativ-Netzwerk.

www.kreativwirtschaft.nrw.de (*Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen*)
Die Website des *Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie Nordrhein-Westfalen* enthält Informationen zu Wettbewerben, Branchen, Kultur- und wirtschaftspolitische Initiativen etc.

www.kulturpolitik-kulturwirtschaft.de, www.european-creative-industries.eu *(Büro für Kulturpolitik und Kulturwirtschaft*)
Ziel dieses Nachrichtenportals ist es, Kultur und Kreativität als Wirtschaftsfaktor verständlicher und bekannter zu machen.

www.kulturprojekte-berlin.de (*Kulturprojekte Berlin GmbH*)
Bietet einen Überblick über Kulturprojekte in Berlin mit Veranstaltungsprogramm, Publikationen, Jahresrückblick; Diskussionsplattform im Aufbau.

www.kulturunternehmen.info (*GründerZentrum Kulturwirtschaft Aachen*)
Die homepage des *GründerZentrum Kulturwirtschaft* versteht sich als Brücke zwischen Kultur und Wirtschaft mit aktuellen Informationen, Projekten und Vermittlung spezieller Beratungsangebote.

www.kulturwirtschaft.ch (*Kulturwirtschaft Schweiz*)
Bietet Studien, Perspektiven, Forschung, Anwendungsgebiete sowie einen Newsletter.

www.kulturwirtschaft.de (*Büro für Kulturwirtschaftsforschung*)
Aktuelles zur Kulturwirtschaft mit der Möglichkeit Kommentare zu schreiben. Archiv ab 2007.

(Zusammenstellung Bernd Wagner/Ralf Brünglinghaus)

MICHAEL SÖNDERMANN

Öffentliche Kulturfinanzierung in Deutschland 2007

Ergebnisse aus der Kulturstatistik

Die öffentlichen Ausgaben für Kultur steigen wieder! Nach den vorläufigen Daten für die Haushaltsjahre 2006 und 2007 erreichen die Kulturhaushalte in Deutschland im letzten Vergleichsjahr 2007 eine Gesamthöhe von schätzungsweise 8,3 Milliarden Euro. Das entspricht einem vorläufigen Anteil von 0,36 Prozent am Bruttoinlandsprodukt. Die deutsche Abgrenzung der Kultur erfolgt in Abweichung der *UNESCO*-Gliederung ohne Sport und Erholung (zur Systematik siehe *Abbildung 1 auf der folgenden Seite*).

Wie in den früheren Ausgaben des *Jahrbuches für Kulturpolitik* dargestellt (zuletzt in Ausgabe 2006: 395 ff.), signalisierten sämtliche Jahresdaten zur öffentlichen Kulturfinanzierung stetig eine negative Richtung: Die Kulturhaushalte in Deutschland sanken seit den Jahren 2001/2002 kontinuierlich im Durchschnitt pro Jahr zwischen ein und drei Prozent.

Dieser Trend scheint nach Ansicht der Experten im *Arbeitskreis Kulturstatistik e. V. (ARKStat)* nunmehr durchbrochen. Der vermutliche nominale Tiefpunkt der Kulturfinanzierung in diesem Jahrzehnt könnte im Jahr 2005 erreicht worden sein. So flossen laut Ist-Rechnung der staatlichen Finanzstatistik in 2005 rund 8,04 Milliarden Euro in die Kulturhaushalte von Bund, Ländern und Gemeinden. Wie aus *Tabelle 1* im Anhang ersichtlich, wird das Kulturhaushaltsjahr 2006 erstmals wieder mit einem absoluten Zuwachs von knapp 70 Millionen Euro abschließen. Der Betrag in Höhe von insgesamt 8,11 Milliarden Euro soll nach Schätzungen sogar weiter ansteigen und im Jahre 2007 dann eine Höhe von 8,32 Milliarden erreichen.

Wenn die Schätzungen des *ARKStat*-Expertenkreises zutreffen, dann wird der Zuwachs nach einem minimalen Anstieg von 0,8 Prozent zwischen 2005 und 2006 um 2,6 Prozent bis zum Jahr 2007 weiter steigen.

Abbildung 1: Abgrenzung der öffentlichen Kulturfinanzierung in Deutschland
Auswahl nach Aufgaben-/Sachbereichen nach staatlicher Haushaltssystematik

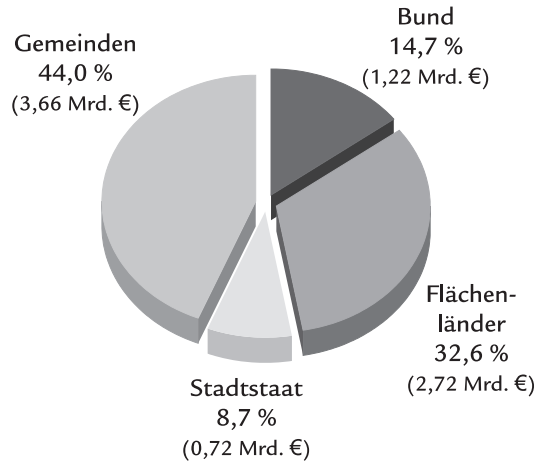
	Sparte	Funktion	Aufgaben-/Sachbereiche
1.	Theater- und Musikförderung	181 182 185 191	Theater Einrichtungen der Musikpflege Musikschulen Einzelmaßnahmen Theater und Musikpflege
2.	Museen, Sammlungen, Ausstellungen	183 163 192	Museen, Sammlungen, Ausstellungen Wissenschaftliche Museen Einzelmaßnahmen Museen u. Ausstellungen
3.	Bibliotheken	186 162	Bibliotheken Wissenschaftliche Bibliotheken, Archive
4.	Denkmalpflege	195	Denkmalsschutz u. -pflege
5.	Sonstige Kulturförderung	187 193	Sonst. Kultureinrichtungen Andere Einzelmaßnahmen der Kulturpflege
6.	Kulturverwaltung	188	Kulturverwaltung
7.	Kunsthochschulen	135	Kunsthochschulen
8.	Kulturelle VHS/ Weiterbildung	152 151	Volkshochschulen (Anteil 10%) Sonst. Weiterbildung (Anteil 10%)
9.	Künstlersozialkasse	–	Soziale Absicherung (Bundesmittel)
10.	Auslandskultur	aus 024	Kulturelle Angelegenheiten im Ausland (ohne Auslandsschulen)
	nachrichtlich: Hörfunk/Fernsehen	772	Rundfunkanstalten

Quelle: Gliederungssystematik der staatlichen Haushalte, zusammengestellt von Arbeitskreis Kulturstatistik e. V.

Die aktuell positive Haushaltsentwicklung der öffentlichen Kulturausgaben ist erfreulich. Trotzdem sind mindestens zwei Vergleichsaspekte zu berücksichtigen, die aufzeigen, dass die Kulturfinanzierung in Deutschland – nach dem Schrumpfungsprozess der letzten Jahre - noch einen erheblichen Nachholbedarf hat. Erstens ist das Haushaltsvolumen in 2007 noch nicht wieder auf dem Stand des letzten Höhepunktjahres in 2002 mit 8,58 Milliarden Euro angekommen. Zweitens zeigt die preisbereinigte Entwicklung der Kulturausgaben (vgl. *Abbildung 2*) trotz des oben erwähnten nominalen Zuwachses noch immer einen realen Rückgang der Kulturausgaben. Im Vergleich zum Bezugsjahr 2000 sind die Kulturausgaben des Jahres 2007 immer noch um 1,7 Prozentpunkten niedriger. Insgesamt stehen der öffentlichen Kulturfinanzierung preisbereinigt im Jahre 2007 weniger Mittel zur Verfügung als im Jahr 2000.

In der Betrachtung der einzelnen Hauptträger der deutschen Kulturfinanzierung stehen die Gemeinden (einschließlich Gemeinde- und Zweckverbände) wie schon in den Vorjahren an der Spitze. Rund 3,66 Milliarden Euro wurden schät-

Abbildung 2: Träger der öffentlichen Kulturfinanzierung 2007
(geschätzte Kulturausgaben insgesamt: 8,32 Mrd. Euro)



Quelle: Destatis, Haushaltspläne Bund und Länder, eigene Schätzungen *Arbeitskreis Kulturstatistik e. V*

zungsweise im Jahr 2007 für die Kultur in den Städten, Kreisen und Gemeinden ausgegeben. Das entspricht einem Anteil von 44 Prozent an der gesamtdeutschen Kulturfinanzierung. Auch die Gemeinden tragen nach den schwierigen Vorjahren endlich wieder mit durchschnittlichen Zuwächsen von rund ein Prozent pro Jahr wieder zum wachsenden Volumen bei.

Allerdings verlaufen die regionalen und lokalen Entwicklungen in den einzelnen Bundesländern zum Teil nach Schätzungen im *ARKStat* erheblich auseinander. Während die Städte (und hier vor allem die größeren) im süddeutschen und teilweise im westdeutschen Raum ihre Kulturhaushalte erhöhen konnten, schaffen dies in den ost- oder norddeutschen Regionen nur die wenigsten Städte und Gemeinden. Die Schere zwischen »armen« und »reichen« Gemeinden wird vermutlich weiter auseinander auseinandergehen.

Der zweite wichtige Hauptträger der Kulturfinanzierung bilden die Bundesländer. Schätzungsweise rund 3,44 Milliarden Euro wurden in 2007 aus den staatlichen Länderhaushalten für die Kulturfinanzierung bereitgestellt. Das entspricht einem Anteil von 41 Prozent der gesamtdeutschen Kulturfinanzierung. Ohne die Stadtstaaten – die traditionell trotz des gemischten staatlich/gemeindlichen Kulturhaushalt insgesamt den Bundesländern zugerechnet werden – sind es immerhin noch 2,72 Milliarden Euro oder knapp 33 Prozent an der gesamten Kulturfinanzierung, die aus staatlichen Kassen in die Kultur fließen. Die Entwicklung der letzten beiden Vergleichsjahre 2006 und 2007 erreicht einen Durchschnittswert von jeweils 1,6 Prozent Zuwachs. Diese Zuwächse wären noch höher ausgefallen, wenn die Kulturhaushalte der Stadtstaaten sich in die gleiche Richtung entwickelt hät-

ten: Hier wurden im Gegenteil die Kulturmittel erheblich gekürzt. Die Veränderungsraten erreichten minus elf Prozent in 2006 gegenüber dem Vorjahr und nochmals minus 3,2 Prozent in 2007. Die Stadtstaaten konnten insgesamt noch keine positive Entwicklung in der Kulturfinanzierung einleiten.

Der dritte Träger der Kulturfinanzierung ist der Bund, der schätzungsweise in 2007 rund 1,22 Milliarden Euro in die Kultur investiert hat. Das entspricht einem Anteil von knapp 15 Prozent der gesamten Kulturfinanzierung. Wenn die Schätzungen des *ARKStat* durch die Ist-Rechnung der Finanzstatistik bestätigt werden sollten, dann hätte der Bund mit einem Zuwachs von 11,3 Prozent in 2007 gegenüber 2006 die stärkste Positiventwicklung für die Kulturfinanzierung eingeleitet.

Wie der Spartenüberblick in *Abbildung 3* zeigt, fließen die Finanzmittel der Kulturetats in unterschiedlicher Höhe in die jeweiligen Spartenfelder. Bezogen auf das Jahr 2005 liegt der Schwerpunkt mit 37 Prozent oder 2,94 Milliarden Euro im Feld der Theater- und Musikförderung. Der Museumssektor ist der zweitgrößte Posten, der einen Anteil von 18 Prozent oder in absoluter Höhe von 1,43 Milliarden Euro erreicht, dicht gefolgt vom Bibliothekssektor mit einem Anteil von 14 Prozent oder 1,1 Milliarden Euro.

Die Summenkategorie »Sonstige Kulturförderung« umfasst Ausgaben für die Felder: Film (nur kulturelle Filmförderung), Literatur, Bildende Kunst, Soziokultur sowie sonstige individuelle Künstlerförderung. Sie erreicht im Jahr 2005 einen Etatanteil von elf Prozent oder 845 Millionen Euro. Bei der Sparte Kulturverwaltung handelt es sich ebenfalls um eine Summenkategorie, die neben der Finanzierung der Kulturämter ebenfalls Anteile an sonstiger Kulturförderung enthält. Ihr Anteil liegt bei sechs Prozent und erreicht ein Volumen von 473 Millionen Euro. Die staatlich getragenen künstlerischen Hochschulen werden mit 421 Millionen Euro finanziert. Etwas weniger an Finanzmitteln fließt in den Sektor Denkmalpflege, der aus staatlichen und kommunalen Haushalten zusammen 409 Millionen Euro erhält oder einen Anteil von fünf Prozent erreicht.

Wiederum sind, wie schon im Beitrag zur Kulturfinanzierung im Jahrbuch 2006 dargestellt, drei Besonderheiten zu erwähnen: Es werden die *Ausgaben für die auswärtige Kulturarbeit* einbezogen, die im Jahr 2005 bei rund 284 Millionen Euro liegen. Die *Ausgaben für Erwachsenenbildung/VHS/Weiterbildung* werden mit einem zehnprozentigen Anteil der früheren Nachweisungen einbezogen, da nur die relevanten kulturbezogenen Weiterbildungsmaßnahmen im Kulturetat erfasst werden sollen. Dadurch verringert sich das in der Sparte: kulturelle VHS/Weiterbildung ausgewiesene Volumen auf knapp 42 Millionen Euro (im Unterschied zu früheren Angaben von knapp 500 Millionen Euro) und hat damit einem Anteil von unter einem Prozent am Gesamtkulturetat. Eine weitere Besonderheit bildet der *Etat der Künstlersozialkasse*, der zur sozialen Absicherung der freiberuflichen Kulturberufe von der Bundesregierung mit einem Zuschuss von 101 Millionen Euro im Jahr 2005 finanziert wird.

Aus *Abbildung 3* wird außerdem die *Verteilung der Spartenetats nach den Trägerschaften* für das Jahr 2005 sichtbar. Die Gemeinden sind die wichtigsten Finanzträger für die Sparten: Theater u. Musik (1 627 Millionen Euro), Museen (615 Millionen

Abbildung 3: Kulturausgaben nach Sparten 2005 nach Bund, Ländern und Gemeinden

	Sparte/ Aufgabenbereich	Insgesamt	Anteil	Bund	Flächenländer	Stadtstaaten	Gemeinden
		in Mio. €	in %	in Mio. EUR			
1.	**Theater u. Musik**	2 936	37 %	20	874	416	1 627
	Veränderung zu 2003 in %	– 0,8 %	–	– 9,1 %	– 2,7 %	1,0 %	– 0,1 %
2.	**Museen einschl. wiss. E.**	1 428	18 %	335	328	150	615
	Veränderung zu 2003 in %	– 4,1 %	–	1,7 %	– 9,5 %	– 1,3 %	– 4,5 %
3.	**Bibliotheken einschl. wiss E.**	1 102	14 %	138	248	107	610
	Veränderung zu 2003 in %	– 0,6 %	–	5,4 %	– 1,5 %	0,5 %	– 1,6 %
4.	**Denkmalpflege u. -schutz**	409	5 %	49	231	24	106
	Veränderung zu 2003 in %	– 4,6 %	–	– 15,5 %	– 5,3 %	10,7 %	0,6 %
5.	**Sonstige Kulturförderung**	845	11 %	185	323	65	272
	Veränderung zu 2003 in %	2,1 %	–	5,9 %	– 1,2 %	– 4,4 %	5,5 %
6.	**Kulturverwaltung**	473	6 %	0	124	10	338
	Veränderung zu 2003 in %	– 5,0 %	–	–	– 9,1 %	– 15,8 %	– 3,0 %
7.	**Kunsthochschulen**	421	5 %	17	345	59	0
	Veränderung zu 2003 in %	– 1,0 %	–	49, 2 %	3,5 %	– 23,2 %	–
8.	**Kulturelle VHS/ Weiterb.***	42	1 %	0	15	4	23
	Veränderung zu 2003 in %	– 5,3 %	–	–	– 14,5 %	12,9 %	– 0,3 %
9.	**Künstlersozialkasse**	101	1 %	101	0	0	0
	Veränderung zu 2003 in %	4,9 %	–	4,9 %	–	–	–
10.	**Auslandskultur****	284	4 %	276	6	2	0
	Veränderung zu 2003 in %	– 3,3 %	–	– 3,3 %	– 4,9 %	0,0 %	–
	Kulturausgaben insgesamt	**8 040**	**100 %**	**1 119**	**2 494**	**837**	**3.590**
	Veränderung zu 2003 in %	– 1,6 %	–	0,9 %	– 3,3 %	– 2,3 %	-1,0 %
	Anteil Körperschaft in %	100 %	–	14 %	31 %	10 %	45 %
	Nachrichtlich: Rundfunk/TV***	281	–	281	0	0	0

Hinweise: Gemeinden/GV einschl. Zweckverbände. *kultureller Anteil von 10% an VHS u. Förderung d. Weiterbildung. **ohne Auslandschulwesen. Differenzen rundungsbedingt. *** nur öfftl. finanzierter Rundfunk (DW, etc.) einschl. Länderanteil, kein gebührenfinanzierter Rundfunk (ARD/ZDF, etc.). Durchschnittliche jährliche Veränderung 2005 gegenüber 2003 in %.
Quellen: Destatis, Haushaltspläne der Länder, eigene Berechnung und Schätzung Arbeitskreis Kulturstatistik e.V.

Abbildung 4: Kulturausgaben nach 16 Landesregionen 2005

Nr.	Land-/ Gemeindeebene	Ausgaben in Mio. Euro 2003	2005	Prozentanteil* Land/Gem.	Prozent-Veränd.** 2005 zu '03	Euro je Einw.
1.	**Baden-Württemberg**	957	896		– 3,3 %	83
	Land	416	380	42 %	– 4,5 %	35
	Gemeinden	541	516	58 %	– 2,4 %	48
2.	**Bayern**	1 106	972		– 6,3 %	78
	Land	541	452	47 %	– 8,6 %	36
	Gemeinden	565	520	53 %	– 4,1 %	42
3.	**Brandenburg**	209	189		– 4,9 %	74
	Land	99	85	45 %	– 7,5 %	33
	Gemeinden	109	104	55 %	– 2,6 %	40
4.	**Hessen**	457	507		5,3 %	83
	Land	161	201	40 %	11,7 %	33
	Gemeinden	296	305	60 %	1,6 %	50
5.	**Mecklenburg-Vorp.**	148	151		1,1 %	88
	Land	71	74	49 %	1,7 %	43
	Gemeinden	76	77	51 %	0,5 %	45
6.	**Niedersachsen**	479	469		– 1,1 %	59
	Land	243	222	47 %	– 4,5 %	28
	Gemeinden	236	246	53 %	2,2 %	31
7.	**Nordrhein-Westfalen**	1 345	1 332		– 0,5 %	74
	Land	283	245	18 %	– 6,9 %	14
	Gemeinden	1 062	1 087	82 %	1,2 %	60
8.	**Rheinland-Pfalz**	225	222		– 0,5 %	55
	Land	101	102	46 %	0,5 %	25
	Gemeinden	124	120	54 %	– 1,3 %	30

Euro), Bibliotheken (610 Millionen Euro) und die Kulturverwaltung (338 Millionen Euro). Die staatliche Ebene der Flächenländer sind in den Sparten: Sonstige Kulturförderung (323 Millionen Euro), Kunsthochschulen (345 Millionen Euro), Denkmalpflege (231 Millionen Euro) die relevanten Finanziers. Der Bund besitzt eine Sonderstellung in der Finanzierung der Auslandskulturarbeit (276 Millionen Euro) und in der Bezuschussung der Künstlersozialkasse (101 Millionen Euro).

Von den insgesamt 10 Sparten beziehungsweise Aufgabenbereichen weisen acht Sparten im Jahr 2005 zum Teil deutliche Einbußen gegenüber dem Vergleichsjahr

Nr.	Land-/ Gemeindeebene	Ausgaben in Mio. Euro 2003	2005	Prozentanteil* Land/Gem.	Prozent-Veränd.** 2005 zu '03	Euro je Einw.
9.	**Saarland**	57	52		– 3,7 %	50
	Land	34	38	73 %	5,4 %	36
	Gemeinden	22	14	27 %	– 19,6 %	14
10.	**Sachsen**	674	657		– 1,3 %	153
	Land	370	373	57 %	0,4 %	87
	Gemeinden	304	284	43 %	– 3,3 %	66
11.	**Sachsen-Anhalt**	256	251		– 1,0 %	101
	Land	111	113	45 %	0,8 %	46
	Gemeinden	145	138	55 %	– 2,5 %	56
12.	**Schleswig-Holstein**	151	154		0,8 %	54
	Land	76	76	49 %	– 0,4 %	27
	Gemeinden	75	78	51 %	2,2 %	28
13.	**Thüringen**	270	233		– 7,0 %	99
	Land	158	133	57 %	– 8,3 %	57
	Gemeinden	112	100	43 %	– 5,3 %	43
1.-13. Flächenländer insg.		**6 333**	**6 084**		**– 2,0 %**	**96**
	Länder insg.	**2 667**	**2 494**	**41 %**	**– 3,3 %**	**39**
	Gemeinden insg.	**3 666**	**3 590**	**59 %**	**– 1,0 %**	**57**
14.	**Berlin**	527	491	–	– 3,4 %	145
15.	**Bremen**	104	98	–	– 3,2 %	147
16.	**Hamburg**	247	249	–	0,3 %	143

Hinweise: * Verhältnis Land : Gemeinden. ** durchschnittl. jährl. Veränderung, Quelle: s. Abb. 3

2003 aus, wie die Theater und Musikförderung (– 0,8 Prozent), die Museen (– 4,1 Prozent) die Bibliotheken (– 0,6 Prozent), die Denkmalpflege (– 4,6 Prozent), die Kulturverwaltung (– 5,0 Prozent), die Kunsthochschulen (– 1,0 Prozent) die Auslandskultur (– 3,3 Prozent) und die kulturelle VHS/Weiterbildung (– 5,3 Prozent). Die Sparten mit Zuwächsen gegenüber 2003 waren die sonstige Kulturförderung (+ 2,1 Prozent) und die Bezuschussung der Künstlersozialkasse (+ 4,9 Prozent).

In der *Gliederung nach Bundesländer* (*Abbildung 4*) ragen die westdeutschen Länder Nordrhein-Westfalen (1,33 Milliarden Euro), Bayern (972 Millionen Euro) und

Baden-Württemberg (896 Millionen Euro) sowie als einziges ostdeutsches Land Sachsen (657 Millionen Euro) heraus.

In der Mehrheit der Bundesländer überwiegen die Anteile der Gemeinden. Dies wird deutlich an den gesamten Anhaltswerten. Rund 59 Prozent der Kulturfinanzierung in den Ländern wird von den Gemeinden getragen oder finanziert. Die restlichen 41 Prozent kommen aus den staatlichen Länderhaushalten. Dieser »Kommunalisierungsgrad« bestätigt – im Vergleich zu den eingangs dargestellten Eckdaten der bundesweiten Finanzierung – in verstärktem Maße die hohe Bedeutung der deutschen Gemeinden für die Kultur in Deutschland.

Bezogen auf die *Verteilung nach den Pro-Kopf-Ausgaben für Kultur* liegen in der regionalen Perspektive die ostdeutschen Länder an der Spitze. In Sachsen (153 Euro je Einwohner), in Sachsen-Anhalt (101 Euro/EW) und in Thüringen (99 Euro/EW) gibt es bezogen auf den Einwohnerstand die höchsten Kulturausgaben. Die jeweilige Pro-Kopf-Verteilung spiegelt zum einen die unterschiedliche Bevölkerungsentwicklung wieder, die abweichend von der kulturellen Infrastrukturentwicklung verlaufen kann. Dabei ist zu berücksichtigen, dass qualitative kulturelle Angebote oftmals nicht von der Anzahl der Nutzer abhängig sein können. Zum Anderen schlägt sich der jeweilige Institutionalisierungsgrad regionaler, nationaler oder sogar internationaler Kultur nieder, der abweichend von der jeweiligen Finanzstärke der Bundesländer historisch entstanden ist. Im gesamten Durchschnitt werden rund 96 Euro je Einwohner ausgegeben.

Abschließender methodischer Hinweis zur Berechung der Kulturausgaben

Die übliche Darstellung der öffentlichen Kulturausgaben folgt dem so genannten Grundmittelprinzip, welches in den Datentabellen angewendet wurde. Die Grundmitteldarstellung basiert auf folgenden Annahmen: Sie enthält diejenigen Finanzmittel, die die öffentlichen Haushalte zur Finanzierung der Kultur bereitstellen. Sie ermöglicht durch Abzug aller Einnahmen (sowohl der öffentlichen Zahlungen wie der unmittelbar erwirtschafteten Einnahmen) eine Vergleichsbasis für die unterschiedlichen Trägerschaftsformen der Kultureinrichtungen (Regiebetrieb, GmbH, e. V., Eigenbetrieb). Zugleich werden damit Doppelzählungen vermieden.

Quellenangaben

Finanzministerien der Länder, Haushaltspläne der Länder (verschiedene Jahre)

Statistisches Bundesamt (Destatis): Staatliche Finanzstatistik (verschiedene Jahre)

Haushaltspläne der Gemeinden (Auswahl) (verschiedene Jahre)

Tabelle 1: Kennzahlen zur öffentlichen Kulturfinanzierung in Deutschland Kulturausgaben in Bund, Ländern und Gemeinden 2002–2007

Ebene	2002 Ist	2003 Ist	2004 Ist	2005 Ist	2006 *Schätzung*	2007 *Schätzung*
Kulturausgaben in Mio. Euro						
Insgesamt	**8 575**	**8 310**	**8 146**	**8 040**	**8 108**	**8 322**
I. Bund	1 152	1 099	1 105	1 119	1 098	1 222
II. Länder	3 594	3 545	3 423	3 332	3 385	3 439
darunter Stadtstaaten	871	878	863	837	748	724
III. Gemeinden	3 829	3 666	3 617	3 590	3 625	3 662
Veränderung der Kulturausgaben zum Vorjahr in Prozent						
Insgesamt	0,4 %	– 3,1 %	– 2,0 %	– 1,3 %	0,8 %	2,6 %
I. Bund	3,0 %	– 4,5 %	0,6 %	1,2 %	– 1,9 %	11,3 %
II. Länder	– 2.0 %	– 1.4 %	– 3.5 %	– 2.7 %	1.6 %	1.6 %
darunter Stadtstaaten	– 3,7 %	0,8 %	– 1,7 %	– 3,0 %	– 10,7 %	– 3,2 %
III. Gemeinden	2,1 %	– 4,3 %	– 1,3 %	– 0,8 %	1,0 %	1,0 %
Kulturausgaben je Einwohner in Euro						
Insgesamt	104	101	99	97	98	101
I. Bund	14	13	13	14	13	15
II. Länder	44	43	41	40	41	42
darunter Stadtstaaten	151	152	149	144	129	125
III. Gemeinden	46	44	44	44	44	44
Anteil am Bruttoinlandsprodukt in Prozent						
BIP-Anteil der Kulturausgaben	0,40 %	0,38 %	0,37 %	0,36 %	0,35 %	0,36 %
Preisbereinigte Veränderung der Kulturausgaben gegenüber 2000 in v.H.						
Messziffer (2000=100)	102,3	99,5	96,9	95,3	96,4	98,3

Hinweise: Kulturabgrenzung siehe Abb. 1. Gemeinden/Gemeindeverbände einschließlich Zweckverbände. Stadtstaaten = staatliche und gemeindliche Kulturausgaben zusammen. Ist-Rechnung für die Jahre 2002–2005 *Schätzung 2006, 2007. Grundmittel = Zuschussbedarf oder einnahmebereinigte Ausgaben. Differenzen rundungsbedingt.
Quellen: Destatis, Haushaltspläne Bund u. Länder, eigene Berechnungen u. Schätzungen Arbeitskreis Kulturstatistik e.V.

Hubert Theler, Christoph Weckerle

Öffentliche Kulturfinanzierung in der Schweiz

Einleitung

Seit den siebziger Jahren (Clottu-Bericht) wird in der Schweiz periodisch die Debatte geführt, auf Ebene des Bundes gesetzliche Rahmenbedingungen zur Steuerung der Kulturpolitik einzuführen. In den letzten Jahren hat die Diskussion an Intensität zugenommen. Wichtigster Treiber dieser Debatte ist die Diskussion eines nationalen Kulturförderungsgesetzes, welches die juristische Lücke zwischen Verfassung und gelebter Kulturförderung des Bundes schließen soll. Das *Bundesamt für Kultur* tritt in diesem Zusammenhang als »strategisches Organ« zum »Taktgeber der gesamten Kulturpolitik des Bundes« auf. Die Konzepte scheinen professionell und nach neuesten Erkenntnissen erstellt, die Akteure sind motiviert, die anstehenden Aufgaben anzugehen. Die Frage nach den notwendigen Grundlagen für die Entwicklung oder Umsetzung der Strategien wird selten thematisiert. Sie werden in der Schweiz schlicht vorausgesetzt.

Dem aufmerksamen Beobachter fällt hingegen auf, dass just in einem Moment voll von strategischem Tatendrang die Zahlen zur Kulturfinanzierung vom *Bundesamt für Statistik* nicht mehr aktualisiert werden. Der Bundesrat hat im Rahmen der Aufgabenverzichtsplanung (AVP) diese Statistik seit dem Jahre 2002 gestrichen. Eine Wiederaufnahme ist im Rahmen des neuen Kulturförderungsgesetzes erst für das Jahr 2011 vorgesehen.

Zugegeben: Die Schweiz hat nie viel Energie in die nationale Kulturstatistik investiert. Auch war ihre Systematik mit den Bestrebungen in der EU nicht wirklich kompatibel. Der Entscheid des Bundesrates wurde denn auch lediglich in Fachkreisen wahrgenommen.[1]

1 Siehe dazu beispielsweise Interpellation 05.3594 von Nationalrat Hans Widmer vom 6.10.2005, beantwortet vom Bundesrat am 2.12.2005.

Dennoch sind die Konsequenzen wohl weit reichender als dies auf den ersten Blick den Anschein macht. Denn wie sollen zukunftsfähige, kulturpolitische Strategien entwickelt werden, wenn keine aktualisierten Finanzdaten zur Verfügung stehen? Wie soll sich die Schweiz sinnvoll in immer wichtiger werdenden internationalen Debatten (*WTO*, *UNESCO*-Deklaration zur kulturellen Vielfalt ...) engagieren, wenn sie zum zentralen Bereich der öffentlichen Kulturfinanzierung keine Aussage machen kann?

Das *Departement Kulturanalysen und -vermittlung der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK)* hat sich dieser Aufgabe im Rahmen ihrer umfassenden Forschungen zur Kultur- und Kreativwirtschaft (www.kulturwirtschaft.ch) angenommen und legt hiermit seit längerem wieder aktualisierte Zahlen vor.

Fachliche Voraussetzungen

Die Finanzierung des schweizerischen Kultursektors vollzieht sich auf verschiedenen Ebenen. Neben dem öffentlich finanzierten Kulturbetrieb existiert ein zweiter, großer Non-profit-Kulturbereich von gemeinnützigen Kultureinrichtungen und stiftungsfinanzierten Projekten. Ein dritter Bereich ist weitgehend privatwirtschaftlich organisiert und wird inzwischen mit dem Begriff Kulturwirtschaft zusammengefasst.

Es ist unbestritten, dass die »öffentliche Kulturfinanzierung« in der Schweiz für die Entwicklung und strukturelle Erhaltung des Kultursektors insgesamt einen hohen Stellenwert einnimmt. Kunstinstitute wie zum Beispiel Theater, Museen etc. oder auch kulturelle Einrichtungen wie Bibliotheken und Musikschulen, etc. bilden eine breite kulturelle Infrastruktur. So wird der öffentlich finanzierte Kulturbetrieb zunehmend auch als Voraussetzung für die Entwicklung und Stabilisierung der anderen beiden Kulturbereiche anerkannt: Die Existenz gemeinnütziger und privatwirtschaftlicher Kulturbereiche sind ohne den Bestand und die Leistungen der öffentlich finanzierten Kulturbereiche kaum denkbar.

In der Schweiz konzentriert sich die öffentliche Finanzierung nicht auf einen zentralen staatlichen Träger, der durch seine Finanzmittel den Kultursektor insgesamt steuern kann. Es existieren drei gleichwertige und gleichberechtigte Hauptträger der Kulturfinanzierung, nämlich der Bund, die Kantone sowie die Gemeinden. Jede dieser drei staatlichen Ebenen entscheidet über die finanzielle Ausgestaltung ihres jeweiligen Kulturbereichs relativ autonom.

Schon aus historischen Gründen lassen sich den drei Ebenen unterschiedliche kulturelle Schwerpunktebenen zuordnen. Während die Kantone und Gemeinden vorwiegend Kunstinstitute wie Theater, Museen oder Orchester finanziell tragen, unterstützt der Bund durch finanzielle Förderung wie zum Beispiel die Filmförderung, den Kultursektor insgesamt. Im Bereich der kulturellen Aus- und Weiterbildung sind die Gemeinden die Hauptträger der Musikschulen, hingegen übernehmen die Kantone die Hauptträgerschaft für die künstlerischen Hochschulen.

Tabelle 1: Die Abgrenzung des Kulturbegriffs zur öffentlichen Kulturfinanzierung Schweiz

Aufgabenfelder	Erläuterungen	FKZ *
1. Museen	dazu zählen aller Arten von Museen, historische Archive sowie Galerien und Kunstausstellungen	301
2. Denkmalpflege	dazu zählen Archäologie, Denkmal- und Heimatschutz u. ä.	310
3. Bibliotheken	dazu zählen alle Formen von Stadt- und Gemeindebibliotheken, jedoch ohne Schul- und Hochschulbibliotheken, Lesegesellschaften	300
4. Theater/Konzerte	dazu zählen alle professionellen Formen des Musik-, Sprech- und Tanztheaters einschliesslich Orchester, sowie die ergänzenden semi-professionellen und laienspezifischen Formen der Theater- und Musikpflege (ohne Musikschulen, siehe eigene Rubrik)	302
5. Film, Kino und Massenmedien	dazu zählen neben Kino, Video/DVD, Bücher und Pressemedien auch Radio/Fernsehen und Tonaufzeichnungen	320
6. Übrige Kulturförderung	dazu zählen die Förderung von Kunst- und Kulturprojekten aller Art, Kultur- und Kunstkommissionen, Kunst- und Kulturvereine und übliche Formen der Heimatpflege	309
7. Musikschulen	dazu zählen alle Musikschulen auf Gemeindeebene sowie die Mitfinanzierung durch die Kantone	214
8. Künstlerische Hochschulen	dazu zählt die künstlerische Ausbildung an Fachhochschulen in den Bereichen Musik, darstellende Kunst, bildende Kunst, Design und andere Künste, jedoch ohne Architektur.	aus 273
9. Erwachsenenbildung	dazu zählt die (kulturelle) Erwachsenenbildung einschliesslich der zugehörigen Dachorganisationen	292
10. Auslandskultur	dazu zählen alle auslandsrelevanten kulturellen Aktivitäten der verschiedenen Schweizer Ministerien (*Eidgenössisches Departement für auswärtige Angelegenheiten, Eidgenössisches Departement des Inneren*), sowie die Aktivitäten der Kantone/Gemeinden. (In den nachfolgenden Finanztabellen noch nicht erfasst.)	versch. FKZ

Hinweis: * Funktionskennziffer nach der Gliederung der Finanzstatistik/HRM1 der Eidgenössischen Finanzverwaltung; HRM1: derzeit gültiges harmonisiertes Rechnungslegungsmodell der eidgenössischen Finanzverwaltung; HRM 2: ab 2007 gültiges harmonisiertes Rechnungslegungsmodell der eidgenössischen Finanzverwaltung;
Quellen: ZHdK-Modell in Anlehnung an HRM und HRM2, Eidgenössische Finanzverwaltung; Compendium Cultural policies and

Empirie der Kulturfinanzierung
Die Abgrenzung des Kulturbegriffs zur öffentlichen Kulturfinanzierung Schweiz

In Anlehnung an die europäische Debatte (siehe beispielsweise Europarat: *Compendium Cultural Policies and Trends in Europe*) schlägt die Forschungsgruppe der *Zürcher Hochschule der Kü nste* eine Umgestaltung der Gliederung der schweizerischen Kulturfinanzierung vor. Dazu werden neben den traditionellen kulturellen Aufgabenbereichen wie Bibliotheken, Museen, Theater/Konzerte, Denkmalpflege sowie übrige kulturelle Aufgaben auch die in der europäischen Gliederung üblichen Aufgabenbereiche wie Musikschulen, künstlerische Hochschulen, Erwachsenenbildung und Auslandskultur mitberücksichtigt. (Siehe *Tabelle 1*)

Kulturausgaben nach Trägern

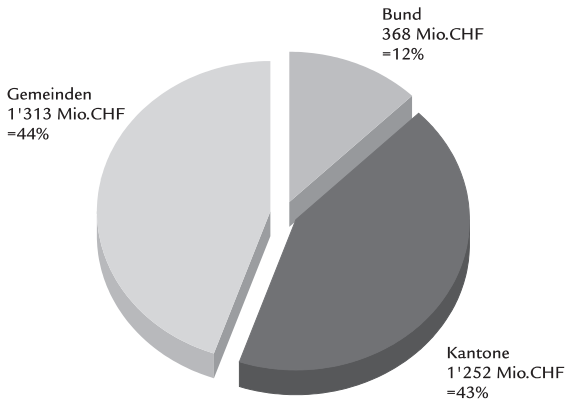
In der Schweiz standen im Jahre 2005 aus öffentlichen Haushalten und nach der oben vorgestellten europakompatiblen Gliederung finanzielle Mittel von insgesamt 2,9 Milliarden CHF zur Kulturfinanzierung zur Verfügung. Danach erreichten die Kulturausgaben einen Anteil von 1,7 Prozent an den Gesamtausgaben der öffentlichen Haushalte (vgl. Tabelle im Anhang). Auf die Gemeinden entfällt mit 45 Prozent der Hauptanteil der Kulturausgaben, eng gefolgt von den Kantonen mit 43 Prozent. Der Bund trägt rund 12 Prozent der Kulturausgaben bei. (vgl. *Abbildung 1*)

Die *Gemeinden* – nach prozentualer Verteilung der gesamten öffentlichen Kulturausgaben der wichtigste Finanzier – stellten im Jahr 2005 ein Volumen von 1,3 Milliarden CHF zur Finanzierung und Förderung der lokalen und regionalen Kultur zur Verfügung. Der grösste Teil der gemeindlichen Kulturausgaben floss in die Theater- und Konzertfinanzierung, gefolgt von den Mitteln für die Musikschulen, die jeweils mit 23 Prozent beziehungsweise 22 Prozent fast die Hälfte des gesamten gemeindlichen Kulturhaushalts umfassten. Der Entwicklungstrend der Gemeinden ist positiv: Erste Vergleichsdaten zum Vorjahr signalisieren darüber hinaus eine positive Finanzentwicklung. So lassen erste vorläufige Daten für einen relevanten Teilbereich (Aufgabenfelder 1., 3., 4., 6.) der Kulturfinanzierung einen Zuwachs 2005 gegenüber 2004 erkennen. Im Jahre 2005 flossen somit insgesamt knapp 939 Millionen CHF in die Felder: Museen, Bibliotheken, Theater etc., sowie übrige Kulturförderung. Im Jahr zuvor lag der vergleichbare Betrag noch bei rund 920 Millionen CHF, also bei knapp 20 Millionen CHF weniger.

Die *Kantone* bilden den zweiten wichtigen Hauptträger der Kulturfinanzierung. Rund 1,25 Milliarden CHF flossen im Jahr 2005 aus kantonalen Haushalten in eigene Kultureinrichtungen und in den gemeindlichen beziehungsweise sonstigen Kulturbereich. Zu den bedeutendsten Feldern zählen hier wieder die Theater- und Konzertfinanzierung, die jedoch von den Ausgaben für die künstlerischen Hochschulen noch übertroffen werden. Da es sich bei den Hochschulausgaben noch um vorläufige Daten handelt, kann es hier in der Rangfolge der grössten Einzelposten in späteren Untersuchungen noch zu Veränderungen kommen. Der aktuelle Entwicklungstrend der Kantone signalisiert eine leicht schrumpfende Tendenz des Kulturhaushalts der Kantone. Die Prüfung der Vorjahresdaten ergab einen leichten Rückgang für den oben vergleichbaren Teilbereich der Kulturfinanzierung. So standen im Jahre 2005 für Museen, Bibliotheken, Theater etc. sowie übrige Kulturförderung aus kantonalen Haushalten rund 679 Millionen CHF zur Verfügung und damit etwas weniger als im Jahre 2004 mit 693 Millionen CHF.

Der *Bund* stellt in der Schweiz – ähnlich wie in allen föderalen Ländern mit dezentraler Kulturförderung – den kleinsten Teil zur Finanzierung von Kultur bereit. Rund 368 Millionen CHF wurden im Jahr 2005 aus Bundeskassen für die Kultur bereitgestellt. Gegenüber dem Vorjahr konnte das Kulturbudget (Felder-Auswahl vergleichbar den Gemeinden, siehe oben) des Bundes geringfügig von 153 Millionen CHF auf 156 Millionen CHF gesteigert werden.

Abbildung 1: Kulturausgaben nach Trägern in Millionen CHF und prozentualen Anteilen, 2005



Quelle: Finanzstatistik, Eidgenössische Finanzverwaltung, eigene Berechnungen RUCI/ZHdK

Kulturausgaben nach Aufgabenfeldern

Betrachtet man die Kulturausgaben nach den Aufgabenfeldern, umfasst die Theater- und Konzertfinanzierung mit einem Anteil von 19 Prozent den höchsten Anteil des gesamten öffentlichen Kulturhaushalts. Die Summenkategorie »übrige Kulturförderung«, die in gleichen prozentualen Anteilen vorliegt, enthält in der Regel die sonstigen Ausgaben für Kultur. Die Museen und Musikschulen mit je 13 Prozent liegen auf den weiteren Rangplätzen. Gefolgt von den künstlerischen Hochschulen mit 11 Prozent, den Bibliotheken und der Denkmal- und Heimatpflege mit je 9 Prozent, dem Film/Kino etc. mit 5 Prozent, sowie der Auslandskultur und der Erwachsenenbildung mit jeweils 1 Prozent (siehe *Abbildung 2*).

Die *Theater- und Konzertfinanzierung (19 Prozent des Kulturhaushalts)* in Höhe von insgesamt 560 Millionen CHF erfolgt zu 54 Prozent (305 Millionen CHF) von den Gemeinden und zu 46 Prozent (255 Millionen CHF) von den Kantonen. Der Bund spielt hinsichtlich der Finanzierung in diesem Aufgabenfeld keine Rolle. Mit den gemeindlichen und kantonalen Mitteln werden alle professionellen Formen des Musik-, Sprech- und Tanztheaters, der Orchesterlandschaft sowie die ergänzenden semi-professionellen und laienspezifischen Formen der Theater- und Musikpflege finanziell unterstützt oder in eigener Trägerschaft finanziert. Die Musikschulen sind hierin nicht enthalten, da sie innerhalb der Kulturhaushalte als eigene Rubrik geführt werden.

Musikschulen (13 Prozent des Kulturhaushalts) werden als gemeindliche Aufgabe naturgemäss von Gemeinden und Städten getragen. Insgesamt stehen rund 380 Millionen CHF an finanziellen Mitteln zur Verfügung, die zu 77 Prozent von den

Gemeinden bereitgestellt werden. Einen erstaunlich hohen Anteil leisten die Kantone mit immerhin 23 Prozent (88 Millionen CHF).

Für die *Museen (13 Prozent des Kulturhaushalts)* standen 2005 mit rund 376 Millionen CHF fast so viele Mittel wie für die Musikschulen zur Verfügung. Zu grossen Teilen sind es wieder die beiden Hauptträger, die Gemeinden (44 Prozent) und Kantone (42 Prozent), welche die Museumsfinanzierung tragen. Darüber hinaus stehen nicht unerhebliche Mittel von Bundesseite für Museums- und Archivförderung zur Verfügung, nämlich 14 Prozent.

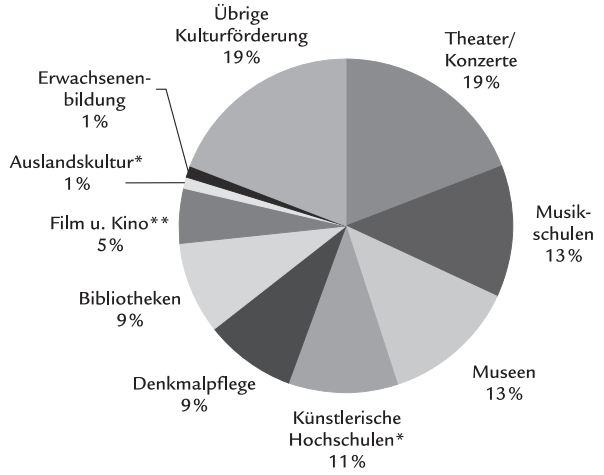
Mit der Einbeziehung der *künstlerischen Hochschulen (11 Prozent des Kulturhaushalts)* werden erstmals die Finanzmittel für diesen Bereich kulturstatistisch dargestellt. Nach vorläufigen Berechnungen und Schätzungen auf der Basis der Bildungsstatistik dürften für die Musik- und Designausbildung, für Bildende und Darstellende Kunstausbildung sowie andere kunstbezogenen Felder ein Volumen von insgesamt 310 Millionen CHF im Jahr 2005 zur Verfügung gestanden haben. Dabei übernahmen die Kantone den Löwenanteil mit 87 Prozent. Der Rest von 13 Prozent wurde aus dem Bundeshaushalt bestritten.

Die Schwerpunkte in den Aufgabenfeldern *Bibliotheken* und *Denkmalpflege* mit jeweils 9 Prozent des Kulturhaushalts (260 Millionen CHF) werden unterschiedlich stark von den drei öffentlichen Trägern finanziert. Die Bibliotheken bilden eine Domäne der Gemeinden, die 61 Prozent der Mittel bereitstellen. Den Rest bestreiten die Kantone mit 31 Prozent und der Bund mit 8 Prozent. Bei der Denkmalpflege sind die Kantone die Hauptträger mit 70 Prozent. Die restlichen Anteile stammen von Bund und Gemeinden mit jeweils 15 Prozent.

Die *Filmfinanzierung (5 Prozent des Kulturhaushalts)* mit insgesamt 158 Millionen CHF umfasst in der Schweiz nicht nur die Filmförderung, sondern auch die Vertriebs- und Kinoförderung, sowie die Förderung von DVD- und anderen Trägermedien. Zusätzlich enthält dieses Aufgabenfeld eine besondere Förderung der öffentlichen Finanzierung von Pressemedien und TV/Hörfunk-Förderung, die eine schweizerische Besonderheit darstellt und der Sprachenvielfalt geschuldet ist: Es soll – durchaus aus kultur- und medienpolitischen Überlegungen – garantiert werden, dass die überregionale Presse in allen Sprachregionen erhältlich ist. Zu diesem Zweck leistet der Bund einen bedeutenden Anteil an die Verbilligung der Portokosten. Das Aufgabenfeld Film/Kino wird oftmals auch mit dem Begriff Massenmedien dargestellt. Die finanzielle Hauptlast trägt der Bund mit einem Finanzanteil von 72 Prozent. Den Rest tragen die Gemeinden (21 Prozent) und zu einem geringeren Teil die Kantone (7 Prozent).

Mit der Darstellung der *Auslandskultur (1 Prozent des Kulturhaushalts)* als einer eigenständigen Rubrik im Rahmen der Kulturfinanzierung wird in der Schweiz Neuland betreten. Neben dem zuständigen Außenministerium (*Eidgenössisches Departement für auswärtige Angelegenheiten*) stehen auch Mittel aus dem Innenministerium (*Eidgenössisches Department des Innern*) zur Verfügung, die für auswärtige Kulturförderung eingesetzt werden. Die – von den finanziellen Mitteln her betrachtete – wichtigste Einzelinstitution ist vermutlich die *Stiftung Pro Helvetia*, die neben

Abbildung 2: Kulturausgaben nach Aufgabenfelder in prozentualen Anteilen, 2005



Hinweise: *vorläufig Datenbasis, ** einschliesslich Presse- und elektronische Medien; *Quelle*: Finanzstatistik, Eidgenössische Finanzverwaltung, eigene Berechnungen RUCI/ZHdK

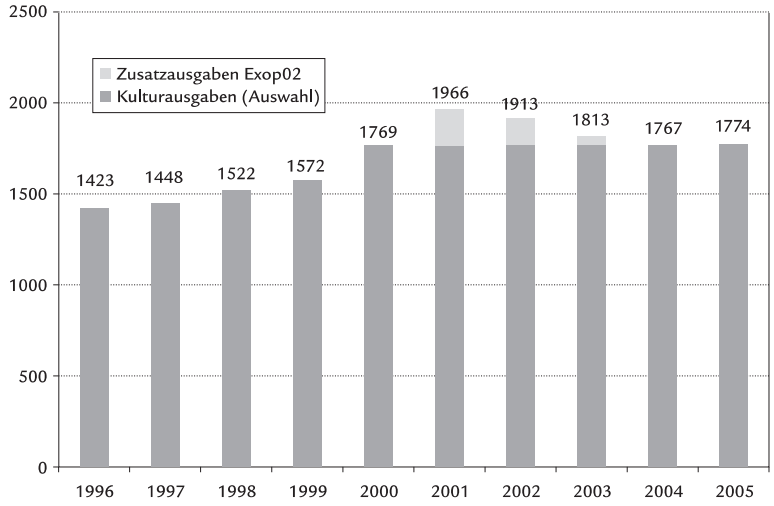
inländischer Förderung auch einen Etat von 15 Millionen CHF für auswärtige Aktivitäten verwaltet. Darüber stehen mindestens weitere 19 Millionen CHF aus anderen Häusern und Institutionen für Auslandskultur zur Verfügung. Die Daten sind als vorläufige erste Mindestangaben zu betrachten und werden in weiteren Analysen der Forschungsgruppe der *Zürcher Hochschule der Künste* auch für die kantonalen und gemeindlichen Ebenen ergänzt werden.

Die so genannte *übrige Kulturförderung (19 Prozent des Kulturhaushalts)* weist mit einem Gesamtetat von mehr als 560 Millionen CHF die grösste Einzelsumme im Kulturbudget der öffentlichen Haushalte aus. Der Schwerpunkt liegt bei den Gemeinden, die mit 308 Millionen CHF oder 55 Prozent den Löwenanteil tragen. Dies beinhaltet alle Arten der Förderung von Kunst- und Kulturprojekten, Kultur- und Kunstkommissionen, Kunst- und Kulturvereine und die üblichen Formen der Heimatpflege. Immerhin noch rund 184 Millionen CHF (Anteil 33 Prozent) kommt von den Kantonen, während der Bund mit 69 Millionen CHF (Anteil 12 Prozent) den kleinsten Anteil zur übrigen Kulturförderung beisteuert.

Entwicklung der Kulturausgaben

Als Einstieg für die zukünftige Darstellung der öffentlichen Kulturfinanzierung der Schweiz wird an dieser Stelle für den Teilbereich der vier Aufgabenfelder: Museen, Bibliotheken, Theater/Konzerte sowie übrige Kulturförderung die Entwicklung der Kulturausgaben exemplarisch dargestellt.

Abbildung 3: Entwicklung der öffentlichen Kulturausgaben von 1996–2005
(Kulturausgaben-Auswahlgruppe: Museen, Bibliotheken, Theater/Konzerte und übrige Kulturförderung sowie Sonderausgaben Expo 02)*



Hinweise: *Abgrenzung entspricht der Funktion FKZ 30; *Quelle*: Finanzstatistik, Eidgenössische Finanzverwaltung, eigene Berechnungen RUCI/ZHdK

Diese Berechnung über die Jahre 1996 bis 2005 wird zukünftig für alle Aufgabenfelder einzeln und in einer Gesamtschau durchgeführt. Die Kulturausgaben für den Teilbereich (vier Aufgabenfelder) erreichten im Jahre 1996 ein Volumen von insgesamt 1,42 Milliarden CHF und stiegen bis zum Jahre 2001 auf einen Höhepunkt von knapp 2 Milliarden CHF. Danach sank das Ausgabenvolumen stetig und erreichte im Jahr 2005 eine Höhe von 1,77 Milliarden CHF.

Wie die *Abbildung 3* deutlich macht, weist die Entwicklung der Kulturausgaben eine auffallende Spitze in den Jahren 2001 und 2002 auf, um sich anschliessend wiederum auf das Niveau des Vorjahres 2000 einzupendeln. Diese ausserplanmässige Spitze ist auf die Ausgaben anlässlich der *Schweizer Expo 02* zurückzuführen, die bis zum Jahre 2003 einen Überhang darstellen. Sie sind nicht mit den normalen Förderstrukturen der öffentlichen Kulturfinanzierung gleichzusetzen.

Ohne die Mittel für die *Expo 02* macht die grafische Darstellung deutlich, dass die Kulturausgaben bis zum Jahre 2000 eine kontinuierliche Entwicklung ausweisen. Seitdem stagnieren die Ausgaben bei einem Betrag von rund 1,77 Milliarden CHF.

Fazit

Die hier vorgestellten Daten und Systematiken sind das Resultat einer kurzen Annäherung an die Thematik der aktuellen, öffentlichen Kulturfinanzierung der

Schweiz, erstellt durch eine Forschungsgruppe im *Departement Kulturanalysen- und Vermittlung der Zürcher Hochschule der Künste*.

Vertiefende Analysen sind notwendig, um tragfähige Argumentationslinien und Strategien zu entwickeln, welche Voraussetzung für eine zukunftsfähige Kulturpolitik der Schweiz sein können.

Für die Schweiz ist sowohl eine den internationalen Standards entsprechende Kulturstatistik als auch die Absicht, Statistik als Grundlage für eine zukunftsfähige Gestaltung des Politikfelds Kultur zu verwenden, neu. Der hier vorgelegte pragmatische Ansatz scheint der Forschungsgruppe zielführend. Sie wird weitere Resultate im September 2008 vorlegen, welche Bezug nehmen auf die dann aktuelle Debatte in den Eidgenössischen Parlamenten.

Statistische Datenquelle

Alle Finanzdaten entstammen der Rechnungsstatistik der Eidgenössischen Finanzverwaltung, Bern.

Sonstige Quellen

Eurostat: *Cultural Statistics*, pocket edtition 2007

Europarat/Ericarts: *Cultural Policies in Europe: a Compendium of Basic Facts and Trends, an information service of the Council of Europe and its Steering Committee for Culture* (laufende Jahre)

Eidgenössische Finanzverwaltung: *HRM und HRM 2. Die funktionale Gliederung des HRM2* (Harmoniertes Rechnungslegungsmodell für die Kantone und Gemeinden)

Eidgenössische Finanzverwaltung: *Öffentliche Finanzen der Schweiz 2005*, Bern 2007

Bundesamt für Statistik: *Öffentliche und private Kulturförderung*, Bern 1992

Bundesamt für Statistik: *Statistisches Jahrbuch der Schweiz* (laufende Jahre)

Tabellarische Darstellung der öffentlichen Kulturausgaben nach Aufgabenbereichen/-feldern 2005

Öffentliche Haushalte von Bund, Kantonen und Gemeinden in Millionen Franken (CHF) und EURO

Aufgabenbereiche/-felder	Bund	Kantone*	Gemeinden*	Schweiz total*	Anteil
		in Millionen CHF			
Museen	52	157	167	376	*13%*
Denkmalpflege	40	184	39	263	*9%*
Bibliotheken	20	82	159	261	*9%*
Theater/Konzerte	–	255	305	560	*19%*
Übrige Kulturförderung	69	184	308	561	*19%*
Film u. Kino, Massenmedien	113	11	34	158	*5%*
Musikschulen	–	88	292	380	*13%*
Künstlerische Hochschulen**	40	270	–	310	*11%*
Erwachsenenbildung	–	21	9	30	*1%*
Auslandskultur***	34	-	–	34	*1%*
Kulturförderung insgesamt	368	1.252	1.313	2.933	*100%*
Anteil Kulturausgaben nach Träger	*12%*	*43%*	*45%*	*100%*	-
Anteil Kulturausg. an öfftl. Gesamtausgaben	*0,7%*	*1,8%*	*2,9%*	*1,7%*	-
Öfftl. Gesamtausgaben* in Mio. CHF	52.607	70.285	45.079	167.971	-
Zum Vergleich Kulturbegriff alt:					
Kultur u. Freizeit (Funktion 3)	447	1.366	2.533	4.347	-
Kulturförderung (Funktion 30)	156	679	938	1.773	-
Aufgabenbereiche	Bund	Kantone*	Gemeinden*	Schweiz total*	Anteil
		in Millionen			
Museen	35	105	111	251	*13%*
Denkmalpflege	27	123	26	175	*9%*
Bibliotheken	13	55	106	174	*9%*
Theater/Konzerte	-	170	203	373	*19%*
Übrige Kulturförderung	46	123	205	374	*19%*
Film u. Kino, Massenmedien	75	7	23	105	*5%*
Musikschulen	-	59	195	253	*13%*
Künstlerische Hochschulen**	27	180	-	207	*11%*
Erwachsenenbildung	-	14	6	20	*1%*
Auslandskultur***	22	-	-	22	*1%*
Kulturförderung insgesamt	245	835	875	1.955	*100%*
Anteil Kulturausgaben nach Träger	*13%*	*43%*	*45%*	*100%*	-
Anteil Kulturausg. an öfftl. Gesamtausgaben	*0,7%*	*1,8%*	*2,9%*	*1,7%*	-
Öfftl. Gesamtausgaben* in Mio. CHF	35.071	46.857	30.053	111.981	-

Hinweise: Das ZHdK-Modell der Kulturabgrenzung orientiert sich an internationaler Praxis (EU, Europarat-Culturalpolicies.net). Kultur umfasst danach die o.g. ersten sechs Aufgabenbereiche einschließlich der vier neuen Felder: Musikschulen, künstlerische Hochschulen, Erwachsenenbildung sowie Auslandskultur, jedoch ohne Sport, Freizeit, Parkanlagen u. Kirchen. Umrechnungskurs: 1 = 1,5 CHF.
*Bruttoausgaben ohne Doppelzählungen auf gleichen Ebenen, mit Doppelzählungen auf ungleichen Ebenen. **13% Ausgabenanteil an Fachhochschulen für künstlerische Abteilungen nach BfS-Hochschulindikatoren. ***Auslandskultur = vorläufige Mindestwerte für Bund, noch ohne Werte für Kantone und Gemeinden.

Franz-Otto Hofecker

Kulturfinanzierungsanalyse im internationalen Vergleich

Zur Bedeutung Compendium-kompatibler Studien im deutschsprachigen Raum

Vorbemerkung

In den *Jahrbüchern für Kulturpolitik* der *Kulturpolitischen Gesellschaft* finden sich von Beginn an Beiträge mit Analysen zur Kulturfinanzierung (Söndermann 2001, 2003, 2004, 2006). Hierbei wurden die Gesamtausgaben der öffentlichen Hand, sprich die einschlägigen Budgetzuweisungen aus Mitteln des Bundes, der Länder, sowie der Städte und Gemeinden in Deutschland auf bestimmte Jahre hin analysiert. In Einzelbeiträgen kam es aber auch zu Überblicksdarstellungen von Gesamtsummen über einen Zeitraum von mehr als 30 Jahren. Exklusivautor dieser Serie ist Michael Söndermann, der damit sich und indirekt das *Jahrbuch für Kulturpolitik*, konkret den Abschnitt »Kulturstatistik« zu einer Institution der deutschen Kulturfinanzierungsstatistik gemacht hat. Damit soll keineswegs die Bedeutung anderer Institutionen und Publikationen der Aufbereitung empirischer Grundlagen zur Kulturfinanzierung (siehe dazu etwa Statistische Ämter des Bundes und der Länder 2006, 2003, 2000, Statistische Ämter des Bundes und der Länder/Institut für Museumskunde 2005) geschmälert werden. Die hier hervorgehobenen Beiträge zeichnet neben dem Faktum ihrer professionellen Bearbeitungsqualität aus, dass sie neben ihrer direkten Interpretation stets in einen unmittelbaren Konnex eines kulturpolitischen Gesamtdiskurses gestellt werden.

Für die Kulturforschung ist die solide Datenentwicklung eine Sache, ihre Interpretation aber ein zweiter, ebenso wichtiger Aspekt. Die kulturpolitische Relevanz kulturwissenschaftlicher Forschung beginnt erst dann zu greifen, wenn beiden Anforderungen entsprochen wurde. Zu der durchgehend konstant gehaltenen Linie von Beiträgen zur öffentlichen Kulturfinanzierung in Deutschland im *Jahrbuch*

für Kulturpolitik gab es laufend, ebenfalls auf Deutschland bezogene Ergänzungen inhaltlicher Art, etwa durch Beiträge zum Fragenkomplex Kultur und Beschäftigung (Söndermann 2005) oder zum Thema Kulturwirtschaft in Deutschland. Eher eine Ausnahme bildeten Beiträge von Autoren anderer Länder, die sich auf die Länder Österreich und Schweiz bezogen. (Siehe Hofecker 2001 und 2002, Weckerle 2003) Durch die beigesteuerten Berichte aus der deutschsprachigen Nachbarschaft wurde sozusagen im »kleinen Grenzverkehr« schon sehr früh an wesentlichen Aspekten für den internationalen Vergleich vorgearbeitet.

Auch das *Jahrbuch für Kulturpolitik 2008* setzt diese Tradition fort . Den aktuellen Krisensymptomen in der Kulturfinanzierung kann dabei strategische Bedeutung aus zweierlei Sicht zukommen: Durch gemeinsame Anstrengung von Forschung und Dokumentation sollen offenkundige Sachzwänge im kulturpolitischen Diskurs im Vergleich zur Darstellung kommen und so genauer gesehen und bewertet werden können. Der vorliegende Beitrag setzt hier an und will darüber hinaus die Fragen der internationalen Vergleiche[1] explizit thematisieren und daraus entwickelbare Empfehlungen in den Mittelpunkt von Strategieüberlegungen stellen.

Warum die Kulturfinanzierungsanalyse neu positionieren?

Im Realgeschehen der Kulturfinanzierung treten Krisen in ebenso regelmäßigen Abständen auf wie sich deren kulturpolitische Kommentierung dazu bisweilen schon ritualisiert hat. Strategieüberlegungen zur Qualifizierung internationaler Vergleiche im Bereich Kulturfinanzierung machen gerade jetzt Sinn, weil es gegenwärtig von wichtigen Akteuren auf nationaler wie auch internationaler Ebene erhebliche Diskussionen zur Neufassung von Kulturstatistik insgesamt gibt. Im letzten Jahr lancierte etwa die *OECD* eine Studie[2] und führte in der Folge davon in Paris eine große internationale Fachkonferenz durch. Aber auch bei der *UNESCO*, deren bisheriges Schema zu Kulturfinanzierungsanalysen, das »Framework for Culture Statistics«[3] (FCS), auf nationaler wie internationaler Ebene nahezu als Hauptreferenz der Kulturstatistik gegolten hat, wird dieses gegenwärtig neu formuliert. An sehr vielen Orten ist die vergleichende Beobachtung von Parametern der Kulturfinanzierung in Bewegung geraten. Da und dort entsteht aus einer zu-

1 Die hier gemachten Vorschläge beziehen sich ausschließlich auf die Länder Deutschland, Österreich und die Schweiz. Allerdings werden die hier gemachten Harmonisierungsvorstöße als Vorstufe für die wirklich großen Vergleiche auf internationaler Ebene, etwa im Kontext der Compendium-Länder gesehen. Man kann ein ausdifferenziertes System der Kulturpolitikevaluation nicht mit einer Gruppe von mehr als 40 Staaten beginnen. Selbst wenn es unter den Berichterstellern eine gewachsenes, enges Geflecht an intuitiver Feinabstimmung gibt, wie es die Autoren des Compendium-Projektes charakterisiert.

2 In Vorbereich eines Workshops zur »The Importance of Culture to the Economy«, veranstaltet von der Statistikabteilung der OECD am 4. und 5. Dezember in Paris, wurde eine einschlägige Studie in Auftrag gegeben, die im Anschluss und unter Berücksichtigung der Konferenz im Folgejahr dann zur Veröffentlichung kam. (Gordon/Beilby-Orrin 2007).

3 Die *UNESCO* hat sich vorgenommen, ihr 1986 auf der Generalkonferenz in Belgrad verabschiedetes Schema neu und aktuell zu formulieren. Zur Stimulierung der Diskussion liegt ein erster Entwurf, mit dem dringlichen Wunsch um rege Beteiligung durch die Experten der Kulturstatistik aus den Mitgliedsstaaten vor. Siehe dazu etwa UNESCO-Institute for Culture Statistics 2007.

nehmend intensiveren Diskussion bereits Handlungsbedarf, da und dort erkämpft sich engagierte Kulturpolitik daraus Gestaltungsspielraum.

Die hier ventilierten Vorschläge beginnen bei Überlegungen zur Etablierung eines innerdeutschsprachigen Forschungs- und Diskussionsforums zu Fragen der Kulturfinanzierung und sollen schon mit der Herausgabe des *Jahrbuches für Kulturpolitik 2009* mit einer Blickfelderweiterung auf die Situation in Österreich ergänzt werden. Es soll so Schritt für Schritt ein Szenarium von wissenschaftlich gestützter Kulturpolitikevaluation aufgebaut werden, das relevant ist, weil es in der praktischen Kulturpolitik Wirkung zeigt. Wenn es dann in der Praxis tatsächlich gelingt, auf der Basis finanzwissenschaftlicher Analysen eine Trendumkehr in der Kulturfinanzierung zu unterstützen, wird damit nicht nur unmittelbar kürzungsbedrohten Feldern geholfen, sondern finanzwissenschaftliche Analysen werden dadurch zu einem Faktor in der kulturpolitischen Entscheidungsfindung. Sobald sich dadurch der Stellenwert der Forschung steigern lässt, wird es für diese eine stärkere Wahrnehmung durch die Politik und mehr Ressourcen geben. Gleichermaßen positiv wie optimistisch gedacht könnte so ein Kreislauf nach oben in die Wege geleitet werden. Im ersten Schritt lässt sich dies nur auf nationaler Ebene nachweisen, weil sich die Brauchbarkeit von präzise durchgeführten finanzwissenschaftlichen Analysen für die Potentialerweiterung in einschlägigen Finanzverhandlungen nur am praktischen Ergebnisabschluss zeigen kann. Wichtig wird aber dabei in jedem Fall eine Interpretation sein, die ganz spezifisch auch auf die Anliegen der Kulturpolitik inhaltlich eingeht. Der Mangel der bisherigen Finanzbeziehungsweise Statistikberichte war, dass sie zu wenig kulturpolitisch argumentierten wie umgekehrt Kulturpolitikbewertung oftmals feuilletonistisch angelegt, in ihrer Kernargumentation aber viel zu wenig auf empirische Belege abgestellt war.

Nach bewährter Vorgangsweise und Praxis der Kulturpolitikevaluation auf der nationalen Ebene gilt es die bislang noch viel zu wenig präsenten Vergleiche im regionalen Kontext zu fördern. Sie setzen sich fort im kleinen regionalen (deutschsprachigen Raum) und münden erst dann ein in den großen internationalen Kontext, um den gegebenen Handlungsspielraum auszuleuchten.[4]

Worum geht es nun bei dem hier propagierten Projekt, was soll am Ende dabei erreicht werden? Ausgehend von bisher vorliegenden methodisch-qualitativen Resultaten sind neue voranzutreibende Vorgangsweisen zu reflektieren, um den praktischen kulturpolitischen Stellenwert der laufend durchgeführten Analysen zur Kulturfinanzierung deutlich mehr Raum zu geben, und so den Ergebnissen in der praktischen Kulturpolitik einen höheren Stellenwert zu sichern. Dafür bedarf es Medien des Diskurses, Orte wie das *Jahrbuch für Kulturpolitik*. Man muss diesen

4 Zu den einschlägigen Aktivitäten von *Eurostat* siehe etwa European Commission/Eurostat 2004, European Commission 2000, European Commission General Directorate X, Ministry of Culture and Education (Spain) and Ministry of Culture (France) 1997, aber auch Klamer/Petrova/Mignosa 2006, zum Europarat d'Angelo/Vespérini 2000, 1999, 1998, Myerscough 1997, European Task Force on Culture and Development 1997 sowie zum *UNESCO-Institut für Statistik* (in Montreal) Pratt/Naylor/Taylor 2007, UNESCO-Institute for Culture Statistics 2007.

Raum gezielt entwickeln, nachhaltig erweitern, kompetent und engagiert verwenden – von den Herausgebern und Beitragsleistern ebenso, wie von den Rezipienten aus Forschung, Politik und Förderpraxis.

Eine der entscheidenden Grundsatzfragen, um den hier beschriebenen Prozess im Dreiländervergleich in Gang zu setzen wird sein, ob auf der Basis der vorliegenden Datenqualität die vorgeschlagenen, eingeschränkt internationalen Vergleiche Sinn machen. Ein Kriterium dafür könnte etwa sein, ob aus den Kulturfinanzierungsanalysen für die Praxis der Kulturpolitik in den beteiligten Ländern konkret Nutzen und Erkenntnisgewinn erwächst. Damit liegt es an der Kulturpolitik und an den kulturpolitischen Forschungsambitionen der beteiligten Länder selbst, die Voraussetzungen und Kriterien für den Erfolg zu definieren. Dies setzt auch ganz pragmatisch gedachte Umsetzungsvorschläge voraus.

Ausgehend von den im *Jahrbuch für Kulturpolitik* regelmäßig auf Deutschland bezogene Analyse der Kulturfinanzierung sollen jährlich in ähnlicher Differenzierung Beiträge die Situation in der Schweiz und in Österreich darstellen. Als gemeinsame Klammer und zentrale Reflexionsfläche dieser drei Länderberichte könnte dann ein Direktvergleich zwischen den drei Ländern und ein Beitrag mit internationalen Vergleichen angeschlossen werden.

Der Erfolg einer derartigen Initiative ist natürlich an Voraussetzungen gebunden, etwa ein gemeinsam getragenes definitorisches wie methodisches Grundkonzept der Datenerhebung und Datenverarbeitung. Die Empfehlung ist, das vom *Europarat/ERICart* entwickelte Schema des »Compendiums for Cultural Policies« zu übernehmen.[5] Wie auch immer die Entwicklung der Kulturpolitik in Deutschland im Allgemeinen und der Kulturfinanzierung im Besonderen aus interner Sicht jeweils zu bewerten ist, wird es künftig regelmäßig über die Einbeziehung internationaler Relationen zur Taxierung der heimischen Kulturpolitikentwicklung eine zusätzliche Reflexionsebene geben.

Das Compendium-Projekt

Kulturstatistik und im Anwendungsfall Kulturpolitikevaluation muss zu anderen Feldern der Politikanalyse und Politikberatung konkurrenzfähig, glaubwürdig und nachvollziehbar sein, soll sie zu einem tatsächlich gültigen Argument im Prozess der Kulturpolitikentwicklung werden. Gerade in dieser Kombination liegen das eigentliche Kapital und die Glaubwürdigkeit des Compendium-Projektes.[6] Getragen wird es von einem, der Kulturpolitikforschung schon seit Jahrzehnten verbundenen Autorenteam aus derzeit 41 Mitgliedsstaaten. Den alljährlich im Internet veröffentlichte Compendiums-Bericht mit der Zusammenstellung von Kurzberichten zur Kulturpolitik in den Mitgliedsstaaten, der damit verbundenen Erhebung von Basisdatensätzen und der Zusammenstellung einer Jahrespublikation 2007 gibt es bereits seit neun Jahren.

5 Siehe www.culturalpolicies.net sowie die kurzgefasste Darstellung bei Goebel/Wiesand 2005.

Weltweit gibt es kein vergleichbares Projekt der Kulturforschung[7] mit einem ähnlich breiten Ansatz: Weder nach der Zahl der Staaten, noch nach der Anzahl der Jahre einer durchgängigen Projektarbeit, nach der Komplexität einer vernetzten Vorgangsweise und nach den einbezogenen Kunstsparten. Inzwischen gibt es bereits eine Nachfrage nach den Datensätzen aus verschiedenen Weltgegenden und eine Kooperationsbereitschaft mit diesem Modell der Dokumentation und Analyse von Kulturpolitik. In der aktuellen Fassung des Compendiums umschließt dieses Berichtswesen Rückmeldungen aus 41 Staaten. Im Schnitt handelt es sich dabei pro Staat um einen jährlich aktualisierten Bericht zwischen zwanzig und vierzig Seiten. Ein wesentlicher Qualifizierungsaspekt des Compendiumprojektes begründet das Faktum, dass es zu den jährlich aktualisierten Berichten ein Autorentreffen gibt. Will man aus der Kulturpolitikforschung im internationalen Vergleich in den nächsten Jahren unmittelbar, für die praktische Kulturpolitikbewertung und Kulturpolitikberatung einen Nutzen ziehen, ist dieses Compendium-Projekt wohl eine der wichtigsten Adressen für eine direkte Kooperation.

Naheliegend ist daher die Überlegung, das gesamte, im Rahmen des Compendium-Projektes entwickelte methodische Instrumentarium zur Darstellung, Analyse und Bewertung von Kulturpolitik zunächst einmal in einer besonders intensiven Form bei der Analyse der Kulturfinazierung und Kulturpolitik in Deutschland, Österreich und der Schweiz selbst anzuwenden. Am Anwendungsbeispiel einer so differenziert entwickelten Kulturpolitikanalyse und -bewertung könnten dann all jene Fragen veranschaulicht und positiven Perspektiven erfolgreicher Anwendung vorgestellt werden, die stets und zu Recht an die Sinnhaftigkeit von Kulturpolitikforschung gestellt werden. Im Kontext eines so komplexen Projektes wie dem Compendium-Verfahren, stellen sich diese Fragen in besonderer Weise.

Dabei beziehen sich die hier entwickelten Vorschläge nur auf ein kleines Segment des Compendium-Projektes. Der Berichtsteil zum Compendium-Projekt setzt sich in der gegenwärtigen Form aus neun Hauptabschnitten zusammen, in denen im Kapitel 6 zu Fragen der Kulturfinanzierung berichtet wird. Obwohl das Kapitel 6 immer schon ein wichtiger Tei1l des Gesamtprojektes war, waren die Berichtsqualitäten, die Methoden und Standards der Recherche und Ergebnispräsentation nicht immer gleich. Auch hier kam es, wie in allen anderen Berichtsteilen des Compendium-Projektes während der letzten neun Jahre der praktischen Projektarbeit zu erheblichen Aufwertungen und Verbesserungen. Wenn hier Vorschläge zur Qualifizierung der Kulturpolitikanalyse im internationalen Vergleich anhand des Compendiums gemacht werden, gilt es auch die Versuche und Ergeb-

6 Im Jahr 2005 wurde vom Europäischen Parlament, in direkter Abwicklung über das *Policy Departement Structural and Cohesion Policies* innerhalb der Direktion »Kultur und Erziehung« eine Studie zur Analyse der Kulturfinanzierung in den Mitgliedsstaaten, unter besonderer Berücksichtigung der Situation in den osteuropäischen Ländern der Union in Auftrag geben. Die Ausarbeitungen in dieser Studie wären ohne die substantiellen Vorarbeiten der Compendium-Autoren nicht möglich gewesen. Siehe dazu Klamer/Petrova/Mignosa 2006.

7 Mit großem Respekt sei hier auf die Publikation von Cummings/Katz (1987) verwiesen. Diese Studie beschäftigte sich schon zu einem sehr frühen Zeitpunkt überaus qualifiziert und differenziert mit dem Thema der Kulturpolitik im Vergleich. Allerdings sind darin kaum Zahlen zum Umfang der Kulturförderung in den untersuchten Staaten enthalten. Zudem wurden in den Vergleich insgesamt nur acht Staaten miteinbezogen.

nisse der anderen Akteure auf der internationalen Ebene zu berücksichtigen. Konkret gemeint ist damit insbesondere die Entwicklung und Erstellung einer Kulturstatistik im Rahmen der europäischen Union durch *Eurostat*, das *OECD*-Projekt zur Entwicklung eines Verfahrens zur Abschätzung der ökonomischen und gesellschaftlichen Bedeutung des Kulturbereiches[8] sowie die *UNESCO*-Ansätze der kulturstatistischen Arbeit im globalen Kontext.

Kernstück der statistischen Arbeit des Compendium-Projektes im Bereich Kulturfinanzierung ist ein Berichtsschema, das von den Mitgliedsstaaten die Bereitstellung einer nach zwanzig Untergruppen ausdifferenzierten Kulturfinanzierungsstatistik benötigt. Darüber hinaus ist die Berichtsstruktur zur Kulturfinanzierung im Compendium für Deutschland deshalb sinnvoll, weil sie in der Gesamtdefinition des Aufgabenbereiches der Kulturpolitik in seiner Untergliederung Anschlussmöglichkeiten zu in Deutschland verwendeten Ansätzen hat. Zu dem pauschalen Abfrageraster zur Kulturfinanzierung in den Mitgliedstaaten des Compendiums wird nach den Kulturausgaben von der zentralen Ebene des Gesamtstaates, nach den Kulturausgaben der Teilstaaten (Bundesländer, Kantone, Departements etc.) und der lokalen Ebene gefragt (Städte und Gemeinden). Für internationale Vergleiche sind also nur jene Länderberichte geeignet, von denen tatsächlich und in analoger Genauigkeit Kulturfinanzierungsberichte zu allen drei Ebenen vorliegen. Ein Umstand der auf der einen Seite deshalb unverzichtbar ist, weil das relative Gewicht und faktische Zusammenspiel der Gebietskörperschaftsebenen der Mitgliedsstaaten höchst unterschiedlich ist.

Ein zentraler, wichtiger Ansatz für im internationalen Vergleich eingesetzte Beobachtungssysteme ist, dass bei der Entwicklung einer Einschätzung zum Stand und der Entwicklungsdynamik der Kulturpolitik stets von einer Mehrzahl an Indikatoren ausgegangen werden muss. Im vorliegenden Beitrag werden die Kulturausgaben sowohl in ihrer Gesamtsumme wie nach den Gebietskörperschaftsebenen dargestellt und die Anteilswerte daraus berechnet. Es wird jeweils die Gesamtsumme der Kulturförderung im Staat und deren Untersummen nach Sparten dargestellt wie hernach daraus auch die Spartenanteile ermittelt werden. Schließlich werden bei den Kulturausgaben dann auch noch die Pro-Kopf-Werte wie deren Anteilswerte am Bruttonationalprodukt berechnet. Nachdem für alle an diesem Vergleich beteiligten Staaten auch, die eigene Landessituation betreffend, in der Mehrzahl Zeitreihen für zumindest fünf Jahre vorliegen, lassen sich

8 Im Jahr 2004 kam es aus Anlass des dritten Treffens der Compendium-Autoren in Berlin zur Verabschiedung der so genannten »Berlin-Recommendation«. (Siehe Anhang) Zentrales Anliegen war dabei, durch die Entwicklung eines Kompromissvorschlages zwischen den damals in der Kulturfinanzierungsstatistik auf internationaler Ebene Aktiven (damals war dies eine *Eurostat*-Working-Group für die Europäische Union und das Treffen der Compendium-Autoren im Umfeld von *ERICArts* und dem Europarat). Mittelfristig sollte mit diesem ersten Schritt das Ziel erreicht werden, auf internationaler Ebene nur mehr ein Schema zu haben. Nachdem kurze Zeit darauf die Kulturstatistik bei *Eurostat* völlig eingestellt wurde, kam man unbeabsichtigt, realpolitisch aber doch diesem Ziel um einen wesentlichen Schritt näher: Wann auch immer die Europäische Union erneut mit der Datensammlung im Bereich Kulturfinanzierung in den Mitgliedsstaaten beginnen wird, wäre es wegen der durch die Berlinerklärung vollzogenen Annäherung der Analyseschemata logisch, das im Compendium-Prozess verwendete und von diesem weiterentwickelte Schema zumindest als Ausgangsbasis zu verwenden.

auch Aussagen zur landesinternen Dynamik treffen. Die Analysemöglichkeit von Entwicklungssprüngen nach Jahren trifft für alle oben genannten Teilbereiche (Kulturausgaben nach Gebietskörperschaftsebenen und nach Sparten) zu. Der Beginn einer Einschätzung zur kultur(förder)politischen Situation eines Landes wird im Vergleich aus diesem Datenset heraus entwickelt. Damit ist lediglich eine erste Entwicklungsrichtung angedeutet, ganz bestimmt aber noch nicht ein zufriedenstellendes Ergebnis erreicht.

Die Datenlage

Tabelle 1 und *Tabelle 2* im Anhang geben Auskunft über die Qualität der bisher bei *ERICArts* aus dem Compendium-Projekt vorhandenen Tabellensätze. Die in *Tabelle 1* und *Tabelle 2* enthaltenen Indikatoren ermöglichen neben einer Status-quo-Analyse auch eine Einschätzung über die Erweiterungspotentiale und Zukunftschancen im Forschungsfeld komparativer Kulturfinanzierungsanalysen im Kontext des Compendium-Projektes. Die Gesamtsumme an Staaten in *Tabelle 1* und *Tabelle 2* liegt bei 41, wobei von diesen Compendium-Mitgliedsstaaten außer San Marino alle zumindest schon einmal einen Datensatz zu den Kulturausgaben geliefert haben. Dies ist für sich genommen schon ein bemerkenswertes Ergebnis, da die Gewinnung von Datensätzen zur Kulturfinanzierung in der Regel eine sehr hohe Hürde darstellt. Dies belegen auch die Aktivitäten der anderen Akteuren der vergleichenden Kulturforschung auf internationaler Ebene (Europäische Union und *Eurostat*, *UNESCO*, *OECD* etc.), insbesondere wo es um den Aufbau und die Sammlung für internationale Vergleiche qualifizierter empirischer Datensätze und die Entwicklung von Interpretationen dazu geht.

Zur Dynamik und den im Compendiumsprojekt vorhandenen Potentiale der Zukunft kommt noch der Faktor hinzu, dass aus diesem Kreis der bisher umfassendste Datensatz zur Kulturfinanzierung vorliegt, der nach einheitlichen definitorischen Vorgaben gesammelt wurde. So weist nun *Tabelle 1* schon jetzt zwanzig Staaten aus, die Datensätze zur öffentlichen Kulturfinanzierung im eigenen Land nach dem Compendium-Schema sortiert bereitstellen. Dabei gibt es in dieser Zusammenstellung mit Großbritannien nur einen einzigen Staat, der sein Kulturbudget nach weniger als zehn Untergruppen auszudifferenzieren in der Lage ist. Wenn 20 Staaten die Daten der öffentlichen Kulturausgaben entsprechend einem international vorgegebenen Schema liefern, so sind damit mehr als häufig bei anderen internationalen Organisationen die Voraussetzungen für ein international verwendbares Analyseschema gegeben. (Siehe als Beispiel die Gegenüberstellung von Daten der Kulturfinanzierung in den Compdeniums-Länder *Tabelle* 3 bis 6 im Anhang)

Schlussbemerkung

Bei einem gemeinsamen Treffen der *Kulturpolitischen Gesellschaften* von Deutschland und Österreich in Herne im Mai 2008 und auf der ebenfalls im Mai dieses Jahres stattgefundenen vierten Konferenz der Kulturpolitik-Forscher im deutschsprachigen Raum in Zürich wurde eine wie hier vorgeschlagene Weiterarbeit diskutiert. Die fünfte Tagung »Kulturpolitik-Forschung im deutschsprachigen Raum« in Wien 2009 wird unter das Gesamtthema öffentliche Kulturfinanzierung gestellt werden. Im Oktober 2008 wird das nächste Treffen der Compendiums-Autoren in Baku stattfinden, bei dem es aus Anlass des Zehn-Jahres-Jubiläums der Compendiums-Initiative eine umfassende Bilanzierung des bisher Erreichten und die Auslotung zukünftiger Möglichkeiten geben soll. Das Besondere dieses Treffens der Compendiums-Autoren ist der Umstand, dass es in Baku erstmals ein Zusammentreffen mit der Europaratskonferenz der Kulturminister geben und die Kulturpolitikforschung und die Kulturpolitikpraxis zusammenkommen wird.

Neben diesen pragmatischen Schritten sind auch grundsätzliche systematische Überlegungen dazu anzustellen. Was sind die nächsten Entwicklungsschritte zur Qualifizierung internationaler Vergleiche von Kulturpolitik? Wie ist in diesem Kontext das bisher Erreichte einzuschätzen, wie hoch ist hier das forschungspolitische Potential zu veranschlagen?

Literatur

Cummings/Katz (1987): *The patron state. Government and the Arts in Europe, North America and Japan*, New York: Oxford University Press

d'Angelo, Mario/Vespérini, Paul (1998): *Cultural Policies in Europe: A Comparative Approach*, Strasbourg: Council of Europe Publishing

d'Angelo, Mario/Vespérini, Paul (1999): *Cultural Policies in Europe: Method and Practice of Evaluation*, Strasbourg: Council of Europe Publishing

d'Angelo, Mario/Vespérini, Paul (2000): *Cultural Policies in Europe: Regional and Cultural Decentralisation*, Straßbopurg: Council of Europe Publishing. Strasbourg

European Commission (Hrsg.) (2000): *Cultural Statistics in the EU. Final Report of the LEG*, Luxembourg: Eurostat Working Papers, Population and social conditions 3/2000/EN/N° 1

European Commission General Directorate X, Ministry of Culture and Education (Spain) and Ministry of Culture (France) (Hrsg.) (1997): *Cultural Statistics in Europe. First Data* (Edition 1996), Paris

European Commission/Eurostat (2004): *Task Force on Cultural Expenditure and Financing. Final Report*, Luxembourg: Directorate D: Single Market, Employment and Social Statistics, Unit D-5: Education and Culture

European Task Force on Culture and Development (1997): *In from the margins. A contribution to the debate on Culture and Development in Europe*, Strasbourg: Council of Europe Publishing

Goebel Oliver/Wiesand Andreas (2005): »Monitoring im Rahmen des Compendiums, Cultural Policies and Trends in Europe«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 111 (IV/2005)

Gordon John C./Beilby-Orrin Helen (2007): *International Measurement of Economic and Social Importance of Culture. Statistics Directorate. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)*, Paris

Hofecker, Franz-Otto (2001): »Föderalismus als Herausforderung der Kulturpolitik und -statistik in Europa«, in: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.): *Jahrbuch für Kul-*

Klamer, Arjo/Petrova, Lyudmilla/Mignosa, Anna (2006): *Financing Arts and Culture in the European Union. Policy Department. Structural and Cohesion Policies. Directorate General International Policies of the Union*, Brüssel: European Parlament

Myerscough, John (1997): *Comparative Studies. European Programme of National Cultural Policies Reviews*, Strasbourg: Culture Committee

Pratt, Andy/Naylor, Richard/Taylor, Calvin (2007): *UNESCO Creating Global Statistics: Revision of the Expert Scoping Study*, Leeds: UNESCO Institute for Statistics. Study done by the Burns Own Partnership (BOP)

Söndermann, Michael (2001): »Kulturausgaben in Deutschland 2000. Zur Lage der öffentlichen Kulturfinanzierung in Deutschland«, in: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.): *Jahrbuch für Kulturpolitik 2000*, Thema: »Bürgerschaftliches Engagement«, Bonn/Essen: Kulturpolitische Gesellschaft/Klartext Verlag, S. 341–371

Söndermann, Michael (2002): »Zur Lage der Kulturwirtschaft in Deutschland 1999/2000«, in: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.): *Jahrbuch für Kulturpolitik 2001*, Thema: »Kulturföderalismus«, Bonn/Essen: Kulturpolitische Gesellschaft/Klartext Verlag, S. 369–392

Söndermann, Michael (2003): »Wie hat sich die öffentliche Kulturfinanzierung weiterentwickelt? Ergebnisse aus der Kulturstatistik«, in: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.): *Jahrbuch für Kulturpolitik 2002/03*, Thema: »Interkultur«, Bonn/Essen: Kulturpolitische Gesellschaft/Klartext Verlag, S. 383–408

Söndermann Michael (2004): »Öffentliche Kulturfinanzierung in Deutschland 2003/2004. Ergebnisse aus der Kulturstatistik«, in: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.): *Jahrbuch für Kulturpolitik 2004*, Thema: »Theaterdebatte«, Bonn/Essen: Kulturpolitische Gesellschaft/Klartext Verlag, S. 353–375

Söndermann, Michael (2005): »Beschäftigung im Kultursektor in Deutschland 2003/2004«, Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.): *Jahrbuch für Kulturpolitik 2006*, Thema: »Kulturpublikum«, Bonn/Essen: Kulturpolitische Gesellschaft/Klartext Verlag, S. 459–475

Söndermann, Michael (2006): »Öffentliche Kulturfinanzierung in Deutschland 2005. Ergebnisse aus der Kulturstatistik«, Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.): *Jahrbuch für Kulturpolitik 2006*, Thema: »Diskurs Kul turpolitik«, Bonn/Essen: Kulturpolitische Gesellschaft/Klartext Verlag, S. 395–409

Söndermann, Michael (2007): »Der Kultursektor als Beschäftigungs- und Wirtschaftsfaktor in Europa. Wege zu einer europäischen Kulturstatistik«, in: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.): *Jahrbuch für Kulturpolitik 2007*, Thema: »europäische Kulturpolitik«, Bonn/Essen: Kulturpolitische Gesellschaft/Klartext Verlag, S. 387–406

Statistische Ämter des Bundes und der Länder (Hrsg.) (2000): *Kulturfinanzbericht 2003*, Wiesbaden: Verlag Metzler-Pöschl. Wiesbaden

Statistische Ämter des Bundes und der Länder (Hrsg.) (2003): *Kulturfinanzbericht 2003*, Wiesbaden: Verlag Statistisches Bundesamt

Statistische Ämter des Bundes und der Länder (Hrsg.) (2006): *Kulturfinanzbericht 2006*, Wiesbaden: Verlag Statistisches Bundesamt

Statistische Ämter des Bundes und der Länder/Institut für Museumskunde (Hrsg.) (2005): *Museumsbericht 2004*, Wiesbaden: Statistisches Bundesamt

UNESCO-Institute for Culture Statistics (Hrsg.) (2007): *The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics. Draft-Version*, Montreal/Quebec

UNESCO-Institute for Culture Statistics (Hrsg.) (2007): *The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics. Draft-Version*. Montreal/Quebec

Weckerle, Christoph (2003): »Kulturwirtschaft und Kulturpolitik – Neue Ansätze am Beispiel einer Studie Schweiz – Deutschland – Österreich«, in: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.): *Jahrbuch für Kulturpolitik 2002/03*, Thema: »Interkultur«, Bonn/Essen: Kulturpolitische Gesellschaft/Klartext Verlag, S. 409–418

	Eingaben erstmals	ab 2000	zuletzt	Anzahl der Berichtsjahre		letzter Bericht	
				ab 2000	insge-samt	Seitenanzahl Bericht insg.	verwendete Domains
Austria	1999	2000	2005	6	7	46	14
Azerbaijan	1998	2000	2006	4	6	35	10 (+3)
Belgium	1999	2002	2002	1	2	69	18
Bulgaria	1997	2001	2005	5	8	55	18
Croatia	1999	2000	2006	6	7	33	15
Denmark	2000	2000	2005	3	3	60	16
Estonia	2001	2001	2005	5	5	44	15
Finland	1992	2001	2005	3	9	76	19 (+12)
Georgia	2005	2005	2007	2	2	54	17 (+1)
Hungary	2005	2005	2006	8	8	35	12 (+2)
Italy	2000	2000	2000	1	2	63	13 (+4)
Latvia	2001	2001	2005	4	4	28	16 (+1)
Lithuania	1999	2000	2004	5	6	39	17
Macedonia	2003	2003	2005	3	3	32	16 (+2)
Romania	2005	2005	2005	1	1	38	17
Russia	2002	2002	2005	4	4	48	16 (+2)
Slovenia	1974	2002	2006	4	27	59	18
Spain	1997	2000	2004	3	5	58	10 (+13)
Ukraine	2002	2002	2005	4	4	47	15
United Kingdom	2004	2004	2004	1	1	85	5

	Eingaben erstmals	ab 2000	zuletzt	Anzahl der Berichtsjahre		letzter Bericht	
				ab 2000	insge-samt	Seitenanzahl Bericht insg.	verwendete Domains
Albania	2000	2000	2007	3	3	30	6
Canada	1991	2001	2004	4	6	88	12?
France	1996	2000	2002	2	3	47	11/10/8
Germany	1995	2000	2003	4	7	46	9
Greece	2001	2001	2001	1	1	34	14
Holy See	2000	2000	2006	7	7	25	8
Ireland	1998	2000	2006	7	9	36	8
Liechtenstein	1999			0	1	19	13
Malta	2002	2002	2005	0	0	44	11 (+10)
Moldova	2000	2000	2006	7	7	35	6 (+10)
Monaco	2003	2003	2003	1	1	21	9
Netherlands	1975	2000	2004	5	9	56	4 (+6)
Norway	2004	2004	2005	2	2	29	5 (+8)
Poland	2000	2000	2006	7	7	52	5 (+6)
Portugal	1995	2003	2003	1	2	31	
Serbia Montenegro	1998	2000	2000	1	2	46	7
Sweden	1996	2000	2005	3	5	35	13/11/4
Switzerland	1990	2002	2002	1	10	38	6

Quellen: ERICArts. Göbel Oliver. Eigene Berechnungen. Datenstand Mai 2008. Bonn

Öffentliche Kulturausgaben nach Staaten und Gebietskörperschaften

	in Euro					Anteile in %		
Staat (jeweils letztes Berichtsjahr)	Gesamtstaat in nationaler Währung	Gesamtstaat	Zentralstaat	Länder/ Regionen	Städte/ Gemeinden	Zentral-staat	Länder/ Regionen	Städte/ Gemeinden
Albania (2007)	2.208.460.000 ALL	18.502.691	18.502.691	0	0	100,0%	0,0%	0,0%
Austria (2005)		2.008.000.000	695.910.000	689.880.000	622.210.000	34,6%	34,4%	31,0%
Azerbaijan (2006)		28.400.569	10.980.928	0	17.419.641	38,7%	0,0%	61,3%
Belgium (2002)		3.057.735.000	1.581.724.000	316.848.000	1.159.163.000	51,7%	10,4%	37,9%
Bulgaria (2005)	303.689.553 BGN	156.516.163	102.504.118	0	54.012.045	65,5%	0,0%	34,5%
Canada (2004)		5.110.340.534	2.435.693.037	1.501.251.100	1.173.396.397	47,7%	29,4%	23,0%
Denmark (2005)	14.282.600.000 DKK	1.915.335.709	1.196.129.336	69.720.011	649.486.360	62,5%	3,6%	33,9%
Estonia (2005)		181.800.000	113.800.000	3.200.000	64.800.000	62,6%	1,8%	35,6%
Finland (2005)		881.200.000	504.000.000	k.A.	377.200.000	57,2%	k.A.	42,8%
France (2002)		12.000.000.000	6.200.000.000	1.500.000.000	4.400.000.000	51,0%	12,0%	36,0%
Georgia (2007)	112.502.500 GEL	46.514.243	31.882.717	k.A.	14.631.526	68,5%	k.A.	31,5%
Germany (2003)		8.220.000.000	1.100.000.000	3.570.000.000	3.550.000.000	13,4%	43,4%	43,2%
Hungary (2006)	183.069.000.000 HUF	732.300.000	216.500.000	515.700.000	k.A.	29,6%	70,4%	k.A.
Italy (2000)		6.754.200.000	3.525.000.000	984.000.000	2.245.200.000	52,2%	14,6%	33,2%
Latvia (2005)	103.647.094 LVL	150.213.972	87.779.361	k.A.	62.434.611	58,4%	k.A.	61,6%
Lithuania (2004)		119.410.334	68.610.982	289.620	50.509.732	57,5%	0,2%	42,3%
Moldova (2006)	379.000.000 MDL	23.045.759	12.051.898	k.A.	10.993.861	52,3%	k.A.	47,7%
Netherlands (2004)		2.604.000.000	743.000.000	208.000.000	1.653.000.000	28,5%	8,0%	63,5%
Norway (2005)	13.750.000.000 NOK	1.749.115.297	675.476.526	94.134.205	979.504.567	38,6%	5,4%	56,0%
Poland (2006)	5.231.600.000 PLN	1.328.312.848	260.394.868	263.249.740	804.658.083	19,6%	19,8%	60,6%
Portugal (2003)		632.687.000	237.800.000	k.A.	394.887.000	37,6%	k.A.	62,4%
Romania (2005)		283.669.282	124.803.819	k.A.	158.865.463	44,0%	k.A.	56,0%
Russia (2005)	153.800.000.000 RUB	4.434.544.511	1.372.459.810	3.062.084.702	k.A.	30,9%	69,1%	k.A.
Serbia Montenegro (2000)		34.790.393	15.934.000	219.179	18.637.214	45,8%	0,6%	53,6%
Slovakia (2006)	8.524.000.000 SKK	223.998.617	119.924.928	36.461.530	67.612.159	53,5%	16,3%	30,2%
Slovenia (2006)		256.764.025	154.257.346	k.A.	102.506.679	60,1%	k.A.	39,9%
Spain (2004)		4.753.386.000	749.900.000	1.329.338.000	2.674.148.000	15,8%	28,0%	56,2%
Sweden (2005)	18.677.000.000 SEK	1.986.323.223	950.780.619	199.834.092	835.708.512	47,9%	10,1%	42,1%
Switzerland (2002)	2.271.000.000 CHF	1.564.157.311	396.032.785	566.843.447	601.281.079	25,3%	36,2%	38,4%
Ukraine (2005)	2.549.000.000 UAH	441.289.442	167.236.407	153.213.478	120.839.557	37,9%	34,7%	27,4%
United Kingdom (2004)		8.833.079.727	3.014.584.661	k.A.	5.818.495.066	34,1%	k.A.	65,9%

Alle Währungsumrechnungen wurden über http://www.oanda.com/convert/classic durchgeführt. Dabei wurde der 01.08 eines jeweiligen Jahres als Referenzdatum genommen. Quelle: ERICArts. Göbel Oliver. Eigene Berechnungen. Datenstand Mai 2008. Bonn

Öffentliche Kulturausgaben Pro-Kopf in Euro

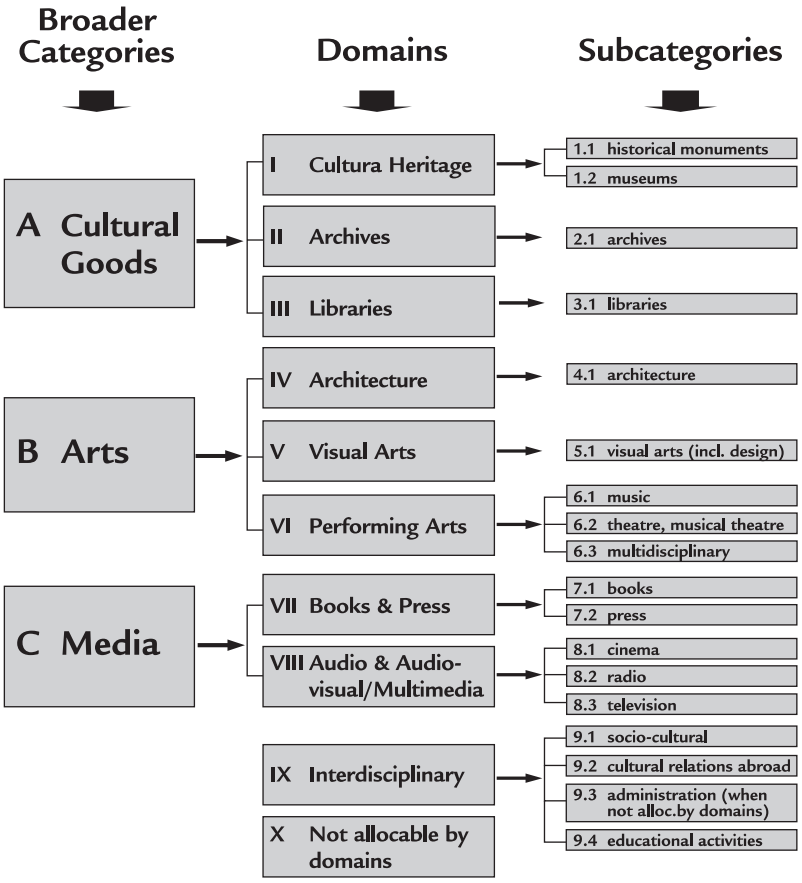
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Albania							4,76	5,87
Austria	225,00	227,70	234,20		239,54	249,99		
Azerbaijan	1,98		2,88			11,15	7,19	
Bulgaria	16,24	19,26	14,27	14,83	15,60	18,41	20,91	
Canada		71,92			143,50			
Denmark						353,94		
Estonia		79,80	90,90		121,10	139,87		
Finland	175,20	143,60				167,70		
France			197,20					
Georgia					6,97		5,69	8,47
Germany	101,00	104,00	102,00	99,00	96,00			
Greece		37,56					32,04	
Hungary		27,40			35,70		75,05	
Ireland				26,63		33,85	41,02	
Italy	118,00		112,00					
Latvia	3,22					65,13		
Lithuania	23,00		25,80	27,98	34,65			
Malta			44,03					
Moldova		1,35		2,54	4,38	4,45	4,57	
Netherlands		148,00			163,00			
Norway					413,42	379,72		
Poland	19,31			17,94	24,36	28,83	35,65	
Russia	4,40	6,30			19,36	30,87		
San Marino		1.711,46	1.594,23					
Serbia Montenegro	2,82			11,93	17,40			
Slovakia							41,52	
Slovenia			92,00	100,00	108,00		127,90	
Spain	78,40			109,00	110,10			
Sweden	195,77		216,27			219,93		
Switzerland			213,51					
Ukraine			4,32	5,32	6,52	9,33		

	Pro Kopf in Euro
San Marino (2002)	1.594,23
Norway (2005)	379,72
Denmark (2005)	353,94
Austria (2005)	249,99
Sweden (2005)	219,93
Switzerland (2002)	213,51
France (2002)	197,20
Finland (2005)	167,70
Netherlands (2004)	163,00
Canada (2004)	143,50
Estonia (2005)	139,87

	Pro Kopf in Euro
Slovenia (2006)	127,90
Italy (2002)	112,00
Spain (2004)	110,10
Germany (2004)	96,00
Hungary (2006)	75,05
Latvia (2005)	65,13
Malta (2002)	44,03
Slovakia (2006)	41,52
Ireland (2006)	41,02
Poland (2006)	35,65
Lithuania (2004)	34,65

	Pro Kopf in Euro
Greece (2006)	32,04
Russia (2005)	30,87
Bulgaria (2006)	20,91
Serbia (2004)	17,40
Ukraine (2005)	9,33
Georgia (2007)	8,47
Azerbaijan (2006)	7,19
Albania (2007)	5,87
Moldova (2006)	4,57

COMPENDIUM-Framework, Subcategories, Berlin Version



Chronik kulturpolitischer und kultureller Ereignisse im Jahre 2007

zusammengestellt von BERNDWAGNER

Januar

1.1. Berlin/Brüssel Die Bundesrepublik übernimmt die EU-Ratspräsidentschaft. Nach dem Beitritt von Rumänien und Bulgarien am Jahresbeginn zählt die Union nun 27 Länder mit rund 490 Millionen Menschen.

1.1. Luxemburg/Sibiu Mit Neujahrsbeginn sind Luxemburg und Sibiu/Hermannstadt (Rumänien) »Kulturhauptstadt Europas 2007«. Dabei ist nicht die Stadt und das Land Luxemburg Ausrichter der Kulturhauptstadt, sondern die Großregion mit Lothringen, Rheinland-Pfalz, Saarland und Wallonien, die insgesamt 450 Projekte mit 5 000 Veranstaltungen anbietet. Erstmals ist mit dem rumänischen Hermannstadt auch ein osteuropäisches Land beteiligt.

1.1. Berlin Die Mehrwertsteuererhöhung von 16 auf 19 Prozent tritt in Kraft, der ermäßigte Steuersatz für Bücher und andere kulturelle Produkte bleibt bei 7 Prozent. Mit dem Tabakwerbeverbot wird eine EU-Richtlinie umgesetzt, nach der für Tabakprodukte nicht mehr in Zeitschriften, Zeitungen und im Internet sowie bei grenzüberschreitenden Veranstaltungen geworben werden darf. Kino- und Plakatwerbung bleiben erlaubt.

1.1. Frankfurt am Main Die *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, eines der letzten Bollwerke gegen die Rechtschreibreform, passt ihre Rechtschreibung wieder an die im Bildungsbereich und im öffentlichen Leben gebräuchliche Schreibweise an. (→ 1.8.)

7.1.Bonn In der *Bundeskunsthalle* endet die Guggenheim-Ausstellung, bei der 200 Meisterwerke der Moderne aus *Guggenheim-Museen* weltweit für diese Ausstellung zusammengetragen worden waren. 810 000 Kunstinteressierte sahen die von der *Bundeskunsthalle* und der *Deutschen Telekom* getragene Ausstellung. (→ 1.6.–7.10., 16.6.–23.9., 28.9.)

8.1. Wien Nach monatelangen Verhandlungen einigen sich *SPÖ* und *ÖVP* auf eine Koalitionsregierung. Bundeskanzler wird der *SPÖ*-Vorsitzende Alfred Gusenbauer. Es gibt zwar kein eigenes Kulturministerium, aber das Kulturressort wird zukünftig wieder durch eine Ministerin und nicht mehr nur durch einen Kulturstaatssekretär geleitet. Ministerin für Unterricht, Kunst und Kultur wird die Bankerin Claudia Schmied (*SPÖ*).

15.1. München Der Bayerische Verfassungsgerichtshof weist die Klage der Islamischen Religionsgemeinschaft gegen das Kopftuchverbot für muslimische Lehrerinnen in Bayern zurück. (→ 11.4., 4.5., 14.6., 23.6., 12.7., 19.8.)

16.1. Wiesbaden Das *ZDF* strahlt den Fernsehfilm »2030 – Der Aufstand der Alten« aus, der auch mit einem Deutschen Fernsehpreis prämiert wird. In dem Demografie-Thriller wird das Zukunftsszenario einer älter werdenden Gesellschaft entworfen. (→ 29.9.)

18.1. Berlin Der Deutsche Bundestag verabschiedet das Telemedien-Gesetz, mit dem verschiedene Regelungen für elektronische Informations- und Kommunikationsdienste zusammengefasst werden. (→ 13.2., 24.5., 9./30.11)

19.1. Istanbul Der türkisch-armenische Journalist Hrant Dink wird von nationalistischen Fundamentalisten ermordet, die ihn schon seit längerer Zeit wegen seiner Kritik an der türkischen Politik mit dem Tode bedroht hatten.

20.1. Köthen/Frankfurt am Main Der Begriff »freiwillige Ausreise« wird von Sprachforschern zum »Unwort des Jahres 2006« gewählt, da »die Freiwilligkeit einer solchen Ausreise bezweifelt werden darf«. Als weitere Unwörter rügt die Jury u. a. »Konsumopfer« und »Neiddebatte«. (→ 11.6., 25.10., 15.12.)

22.1. Düsseldorf/Essen Der scheidende *WDR*-Intendant Fritz Pleitgen wird Vorsitzender der Geschäftsführung der *Ruhr 2010 GmbH*, die für die Planung und Durchführung der »Kulturhauptstadt 2010« verantwortlich ist. Pleitgen übernimmt zusammen mit dem Essener Kulturdezernenten Oliver Scheytt als Geschäftsführer die Leitung der *Ruhr 2010 GmbH*.

22.1. Hamburg Jochen Distelmeyer kündigt die Auflösung seiner Band »Blumfeld« an, die in den neunziger Jahren Mitgründer der »Hamburger Schule« deutschsprachiger Popmusik war.

25.1. Berlin Bundesbildungsministerin Schavan eröffnet das 8. Wissenschaftsjahr unter dem Motto »Jahr der Geisteswissenschaften – das ABC der Mensch heit«.

27.1. Karlsruhe Im Fall »Cicero« entscheidet das Bundesverfassungsgericht, dass die Veröffentlichung eines Dienstgeheimnisses in den Medien nicht ausreicht, um Redaktionsräume zu durchsuchen und Unterlagen zu beschlagnahmen. (→ 6.3., 9./ 30.11.)

Februar

1.2. Berlin Der Deutsche Bundestag beschließt, zwei *UNESCO*-Übereinkommen in deutsches Recht zu überführen: Das »*UNESCO*-Übereinkommen zum Kulturgüterschutz« sowie das »*UNESCO*-Übereinkommen über den Schutz und die Vielfalt kultureller Ausdrucksformen«. (→ 18.3., 18.–20.6.)

2.2. Paris Die UN veröffentlicht den ersten Teil des Weltklimaberichts, nach dem sich die Erde bis 2100 um 4 Grad erwärmen und der Meeresspiegel um 60 Zentimeter steigen wird, wenn nicht schnell wirksame Maßnahmen des Umweltschutzes eingeleitet werden. (→ 6.4., 4.5., 7.6., 7.7., 17.11., 28.12.)

5.2. Bochum Bundeskulturstaatsminister Bernd Neumann stellt gemeinsam mit dem Nordrhein-Westfälischen Ministerpräsidenten Jürgen Rüttgers die Initiative »Jedem Kind ein Instrument« vor. Mit diesem Projekt sollen alle Grundschulkinder im Ruhrgebiet in den kommenden vier Jahren ein Instrument ihrer Wahl erhalten und einen entsprechenden Musikunterricht dafür bekommen. Für die bis 2010 laufende Initiative werden insgesamt 40 Mio. Euro aufgewandt, davon u. a. je 10 Mio. Euro von der *Kulturstiftung des Bundes* und dem Land Nordrhein-Westfalen.

7.2. Berlin Nach Bilanz der *Filmförderungsanstalt (FFA)* hat sich das deutsche Kino nach dem heftigen Einbruch 2005 erholt. Gegenüber dem Vorjahr stieg die Besucherzahl um 7,4 Prozent auf 136,7 Mio. und der Umsatz sogar um knapp 9,3 Prozent auf 814,4 Mio. Euro. Die Zahl der Kinosäle ging leicht auf 4 848 zurück. Der deutsche Film hatte mit 34,7 Mio. Besuchern seinen Marktanteil von 17,1 Prozent auf 25,8 Prozent gesteigert. An der Spitze der meisten Besucher lag »Ice Age 2 – Jetzt taut's« mit 8,7 Mio. Besuchern, gefolgt von »Fluch der Karibik 2« (7,1 Mio.) und »Der DaVinci-Code/ Sakrileg« (5,6 Mio.). An vierter Stelle lag der deutsche Film »Das Parfüm« (5,5 Mio.) sowie nach »Casino Royal« (4,6) »Deutschland ein Sommermärchen« (4,0) und »Sieben Zwerge, der Wald ist nicht genug« (3,5). (→ 31.12.)

8.–18.2. Berlin Die 57. Berlinale wird mit dem Edith-Piaf-Film »La vie en rose« eröffnet. Insgesamt werden 400 Filme gezeigt. Den »Goldenen Bären« für den besten Film erhält »Tuya's Marriage« (»Tuyas Ehe«) von Wang Quan'an. Als beste Schauspielerin wird Nina Hoss für ihre Rolle in »Yella« mit dem »Silbernen Bären« ausgezeichnet, als bester Schauspieler Julio Chávez für seine Leistung in »Der Andere«. Der Große Preis der Jury geht an »El otro« (»Der Andere«) von Ariel Rotter. Für die beste Regie wird Josef Cedar für »Beaufort« ausgezeichnet. (→ 25.2., 5.5., 16.–27.5., 1.–11.8., 29.8.–9.9., 18.10., 2.12.)

13.2. Berlin Hauptredner der Gedenkstunde des Bundestages an die KZ-Opfer der nationalsozialistischen Herrschaft ist der Literaturnobelpreisträger und Holocaustüberlebende Imre Kertesz, der aus seinem Werk »Kaddisch für ein nicht geborenes Kind« liest.

13.2. Los Angeles Das texanische Country-Trio »Dixie Chicks« erhält bei der 49. Verleihung der Grammy-Musikpreise fünf der wichtigsten Auszeichnungen, unter anderem für das beste Pop-Album, den besten Pop-Song und das beste Country-Album. Vier Grammys gehen an »Red Hot Chili Peppers«, darunter für das beste Rockalbum und den besten Rocksong. Auf der Veranstaltungen tritt zum ersten Mal seit ihrer Auflösung die Gruppe »Police« wieder auf. Joan Baez, Ornette Coleman, die »Doors« und »Grateful Dead« werden für ihr Lebenswerk

geehrt. Einen Grammy als Produzent des Klassik-Albums des Jahres bekommt Andreas Neubronner und die WDR-Bigband für ihre Verdienste um den Jazz in Deutschland. (→ 27.3., 21.5.)

13.2. Berlin Beim Treffen der EU-Kultur- und Medienminister stehen die Modernisierung der Fernsehrichtlinie und das Thema Kulturwirtschaft im Mittelpunkt der Erörterungen. (→ 18.1., 24.5., 9./30.11)

20.2. Berlin Der *UNO*-Sonderberichterstatter für Bildung Muñoz Villalobo legt einen Bericht über das deutsche Bildungssystem vor, in dem er die geringe Chancengleichheit in Deutschland bemängelt und das dreigliedrige Schulsystem kritisiert. (→ 18.9., 28.11., 4.12.)

25.2. Los Angeles Bei der 79. Verleihung der »Academy Awards« erhält der deutsche Film »Das Leben der Anderen« den »Oscar« für den besten nichtenglischsprachigen Film. Als bester Film und für die beste Regie wird Martin Scorseses »Departed« ausgezeichnet, der auch noch zwei weitere »Oscars« erhält. Als beste Schauspielerin wird Helen Mirren (»The Queen«) und als bester Hauptdarsteller Forest Whitaker (»The last King of Scotland«) prämiert. Der »Oscar« für den besten Dokumentarfilm geht an »Eine unbequeme Wahrheit« (Davis Guggenheim/Al Gore) und der Ehren-Oscar für sein Lebenswerk an Ennio Morricone. (→ 8.–18.2., 5.5., 16.–27.5., 1.–11.8., 29.8.–9.9., 18.10., 2.12.)

28.2. Berlin Im Mittelpunkt der Beratungen der 317. Plenarsitzung der *Kultusministerkonferenz* unter dem Vorsitz des Berliner Bildungs- und Wissenschaftssenator Professor Dr. E. Jürgen Zöllner stehen Fragen der Hochschulpolitik, der Lehrerausbildung und der dualen Berufsausbildung. (→ 14./15.6., 17./18.10., 13.12.)

März

1.3. Bochum Der Rat der Stadt beschließt den Bau eines Konzerthauses. Von den geplanten Kosten von 29,2 Mio. Euro übernimmt die Stadt 15 Mio. Der Rest soll anderweitig aufgebracht werden, u. a. durch den Freundeskreis der Bochumer Symphoniker und weiteres bürgerschafliches Engagement. (→ 3.3., 29.3., 4.7., 13.7., 28.9., 8.11.)

2.3. Strasbourg/Berlin Der von *ARTE* und der *ARD* produzierte Fernsehzweiteiler »Die Flucht«, in dem es um die Geschichte der Vertreibung der Deutschen aus Ostpreußen geht, hat mit 13 Mio. Zuschauern eine hohe Publikumsresonanz und wird mit einem Deutschen Fernsehpreis ausgezeichnet. (→ 29.9.)

3.3. Berlin Die Hamburger Bürgerschaft stimmt dem Bau der *Elbphilharmonie* auf einem alten Speicher in der neuen Hafen-City einstimmig zu. Sie bewilligte 114 Mio. Euro für das 241,3 Mio. Euro teure Projekt. Hamburger Bürger haben dafür bisher 64 Mio. gespendet. (→ 1.3., 29.3., 4.7., 13.7., 28.9., 8.11.)

6.3. Karlsruhe Der *Bundesgerichtshof* entscheidet über mehrere Klagen von Prinzessin Carolin von Hannover und untersagt die Publikationen eines Großteils von Privatbildern, da diese keine zeitgeschichtlichen Ereignisse dokumentierten. (→ 27.1.)

8.3. Hamburg Bei der Auswahl des deutschen Beitrags zum »Eurovision Song Contest« (dem früheren »Grand Prix Eurovision de la Chanson«) in Athen gewinnt Cicero mit »Frauen regier'n die Welt«. (→ 12.5.)

13.3. Dresden Das Sächsische Oberverwaltungsgericht entscheidet, dass der Bau der Waldschlösschenbrücke in Dresden rechtens ist. Im Fall des Baus hat die *UNESCO* gedroht, dem Elbtal den Weltkulturerbestatus abzuerkennen. (→ 23.6.–2.7., 14.11.)

15.3. Marl Bei der Verleihung der 43. Adolf-Grimme-Preise für vorbildliche Fernsehsendungen wird der Preis in Gold in der Kategorie »Fiktion« fünfmal verliehen an »Meine verrückte türkische Hochzeit« (*Pro Sieben*), »Wut« und »Arnies Welt« (*ARD/WDR*) und »Unter dem Eis« (*ARD/ SWR/rbb*) sowie »polizeiruf 110: Er sollte tot« (*ARD/ BR*). In der Abteilung »Unterhaltung« werden »Türkisch für Anfänger« (*ARD/BR/NDR*) und »Extreme Activity« (*Pro Sieben*) ausgezeichnet. An die *ARD* mit ihren Landessendern gingen zehn, an das ZDF drei und an die Privaten zwei Grimme-Preise, beide an *ProSieben*. (29.9., 4.12.)

18.3. Berlin Das *UNESCO*-Übereinkommen zum Schutz und zur Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen (Konvention Kulturelle Vielfalt) tritt in Kraft. Bisher haben 52 Staaten, darunter die Bundesrepublik, das Abkommen ratifiziert. (→ 1.2., 18.–20.6.)

19.–22.3. Leipzig auf dem 3. Leipziger Kongress für Information und Bibliothek diskutieren mehr als 2 700 Teilnehmer unter dem Motto »Bibliotheken auf der Tagesordnung« über berufsfachliche und gesellschaftlich relevante Themen, u. a. über ein Strategiepapier »Bibliothek 2007«. Auf der in diesem Rahmen stattfindenden Mitgliederversammlung des *Deutschen Bibliotheksverbandes* wird die Oberbürgermeisterin von Lörrach Gudrun Heute-Bluhm zur neuen *DBV*-Präsidentin gewählt. Die beiden Vizepräsidenten Dr. Christiane Gaehtgens und Jürgen Schlegel werden in ihren Ämtern bestätigt. Als *DBV*-

Vorsitzende wird Prof. Dr. Gabriele Beger, Direktorin der Staats- und Universitätsbibliothek Hamburg, gewählt.

22.3. München In Anwesenheit zahlreicher Prominenter aus Politik und öffentlichem Leben wird das neue *Jüdische Museum* als Teil des Jüdischen Gemeindezentrums feierlich eröffnet. (→ 30./31.8.)

22.3./11.5. Berlin Der Bundestag beschließt eine Novellierung des Künstlersozialversicherungsgesetzes, mit der die finanzielle Basis der Künstlersozialkasse durch eine bessere Erfassung erhöht wird. Am 11.5. stimmt auch der Bundesrat zu.

23.–25.3. Leipzig Auf der Leipziger Buchmesse stellen 2 348 Verlage aus 36 Ländern ihre Produktionen vor, die 127 000 Besucher anlockt. Den »Buchpreis für Europäische Verständigung« erhalten Gerd Koenen für sein Buch »Der Russland-Komplex« sowie der russische Autor Michail Ryklin für »Mit dem Recht des Stärkeren. Die russische Kultur in den Zeiten der ›gelenkten‹ Demokratie«, der »Preis der Leipziger Buchmesse« in der Kategorie »Belletristik« geht an Ingo Schulze für »Handy«, in der Kategorie »Sachbuch/Essayistik« an Saul Friedländer für die »Die Jahre der Vernichtung« und in der Kategorie »Übersetzung« an Swetlana Geier für ihre Dostojewskij-Übertragung. (→ 10.–15.10.)

25.3. Berlin Die Ministerpräsidenten der EU-Mitgliedsländer verabschieden auf ihrem Treffen in Berlin die »Berliner Erklärung« anlässlich des 50. Jahrestages der Römischen Verträge, in der auch der Kultur eine Rolle im europäischen Einigungsprozess zugewiesen wird.

26.3. Berlin Wolf Biermann erhält die Ehrenbürgerwürde Berlins. Im Vorfeld der Verleihung war es zu heftigen Debatten darüber gekommen, ob Biermann die Auszeichnung verdient hätte, während er vehement die gegenwärtige Koalition aus *SPD* und *PDS* angriff.

27.3. Berlin Bei der 16. Verleihung der »Echo-Preise« für die erfolgreichsten Platten werden im Bereich Rock und Pop Roger Cicero, Robbie Williams, La Fee und Katie Melua sowie »Rosenstolz« und »Red Hot Chili Peppers« ausgezeichnet. Weitere Preise gehen u. a. an »Sportfreunde Stiller«, »Pink Floyd«, Till Brönner und Eminem. Für ihr Lebenswerk werden Ralph Siegel und Yusuf Islam ausgezeichnet. Den Sonderpreis für globales Engagement erhält Bono. (→ 13.2., 21.5.)

29.3. Braunschweig Das kriegszerstörte und in den 1960er Jahren vollständig abgerissene Stadtschloss wird rekonstruiert wiedereröffnet. Neben neuer Heimstätte für kulturelle und andere städtische Einrichtungen dient es als Eingangsportal zu einem 30 000 Quadratmeter großen, modern gestalteten Einkaufszentrum mit 130 Geschäften. Errichtet wurden Schloss und Geschäftspassagen vom Shopping-Mall-Konzern *ECE* mit finanzieller Unterstützung der Stadt. (→ 1.3., 3.3., 4.7., 13.7., 28.9., 8.11.)

April

6.4. Brüssel Nach hitziger Debatte verabschieden mehr als 100 Länder eine geänderte Fassung des zweiten Teils des Weltklimaberichtes der Vereinten Nationen, der von 2 500 Wissenschaftlern vorbereitet worden war. (→ 2.2., 4.5., 7.6., 7.7., 16.11., 28.12.)

11.4. Stuttgart Die Trauerrede von Baden-Württembergs Ministerpräsident Günther Oettinger (*CDU*) für Hans Filbinger löst große Empörung aus. Oettinger bezeichnet den ehemaligen Ministerpräsidenten, der als Marinerichter in der NS-Zeit an mehreren Todesurteilen an Deserteuren beteiligt war, als »Gegner des NS-Regimes«. Später nimmt Oettinger diese Aussage zurück und entschuldigt sich.

11.4. Köln Die vier muslimischen Spitzenverbände *Zentralrat der Muslime in Deutschland (ZMD)*, *Islamrat*, die *Türkisch-islamische Anstalt für Religion (Ditib)* und der *Verband Islamischer Kulturzentren in Deutschland* schließen sich zum Dachverband *Koordinierungsrat der Muslime (KRM)* zusammen. Erster Sprecher ist der *ZMD*-Vorsitzende Ayyub Axel Köhler. (→ 15.1., 4.5., 14.6., 23.6., 1.7., 12.7., 19.8.)

26.4. Berlin Im Bundestag findet eine Debatte über Kulturwirtschaft statt, in der verschiedene Vorschläge wie die Fördermaßnahmen für populäre Musik, die Erstellung eines jährlichen Kulturwirtschaftsberichts und die Schaffung eines Querschnittreferats diskutiert werden.

Mai

4.5. Bern Der Schweizer Bundesrat lehnt eine Ausnahmeregelung für Bücher im Kartellgesetz ab und hebt damit faktisch die Buchpreisbindung für die Schweiz auf.

4.5. Wiesbaden Nach einer erstmals gesonderten Erhebung leben in Deutschland 15,3 Millionen Menschen mit Migrationshintergrund (18,6 Prozent der Gesamtbevölkerung). Davon sind 7,3 Mio. Ausländer und 8,0 Mio Deutsche mit migrantischem Hintergrund. Bereits ein knappes Drittel aller Kinder unter fünf Jahren ist ausländischer Herkunft oder hat mindestens einen ausländischen Elternteil. (→ 15.1., 11.4., 14.6., 23.6., 1.7., 12.7., 19.8.)

4.5. Bangkok In seinem dritten Bericht beziffert der Weltklimarat (IPCC) die jährlichen Kosten für den Klimaschutz auf lediglich 0,12 Prozent der weltweiten Wirtschaftsleistung. Der Kampf gegen den Klimawandel müsse aber rasch angegangen werden, um bis 2050 die Folgen des Treibhauseffektes zu beherrschen. (→ 2.2., 6.4., 7.6., 7.7., 16.11., 28.12.)

5.5. Berlin »Vier Minuten« von Chris Kraus wird von der *Deutschen Filmakademie* mit dem »Deutschen Filmpreis in Gold« ausgezeichnet, ebenso Monica Bleibtreu als beste Hauptdarstellerin für ihre Rolle als Klavierlehrerin. Silberne Lolas gehen an Tom Tykwers »Das Parfum« und Marcus H. Rosenmüllers »Wer früher stirbt ist länger tot«, der dafür auch die Auszeichnung als bester Regisseur erhält. Als bester Schauspieler wird Josef Bierbichler für seine Rolle in »Winterreise« gekürt. »Das Parfum« wird mit insgesamt 5 Preisen bedacht, u. a. Für die beste Kamera. (→ 8.–18.2., 25.2., 16.–27.5., 1.–11.8., 29.8.–9.9., 18.10., 2.12.)

5.5. Alicante Das *Deutsche Auswandererhaus* in Bremerhaven erhält den bedeutendsten Europäischen Museumspreis, den »European Museum of the Year Award 2007«. Seit 1977 zeichnet das *Europäische Museumsforum* unter Federführung des Europarates herausragende neue Projekte und Ideen auf dem Museumsgebiet in Europa aus. (→ 28.9.)

5.–21.5. Berlin Zum 44. Theatertreffen der zehn »bemerkenswertesten« Inszenierungen der vergangenen Spielzeit sind die Aufführungen »Dido und Aeneas« (*Theater Basel*, Sebastian Nübling), »Die Orestie« (*Deutsches Theater Berlin*, Michael Thalheimer), »Die Leiden des jungen Werther« (*Maxim Gorki Theater Berlin*, Jan Bosse) sowie »Drei Schwestern« (*Münchener Kammerspiele*, Andras Kriegenburg), »Krankheit der Jugend« (*Deutsches Nationaltheater Weimar*, Tilman Köhler), »Viel Lärm um nichts« (*Burgtheater Wien*, Jan Bosse), »Der Gott des Gemetzels« (*Schauspielhaus Zürich*, Jürgen Gosch) sowie dreimal das *Thalia-Theater Hamburg* mit »Die schmutzigen Hände« (Andreas Kriegenburg), »Der Tartuffe« (Dimiter Gotscheff) und »Ulrike Maria Stuart« (Nicolas Stenmann) eingeladen. (→ 1.8., 15.8., 29.8., 31.8., 28.9., 23.11.)

7./8.5. Erfurt Die Frühjahrstagung der *Interessengemeinschaft der Städte mit Theatergastspielen (INTHEGA)* steht in diesem Jahr unter dem Thema »Neue Anforderungen an die Kulturarbeit in den Städten und Gemeinden der INTHEGA«. Das Präsidium unter dem Präsidenten Dr. Robert Kubon wird für die kommenden drei Jahre wiedergewählt. (→ 22./23.10.)

9.–11.5. Lübeck Auf dem Deutschen Stiftungstag des *Bundesverbandes Deutscher Stiftungen* diskutieren 1 200 deutsche und internationale Stiftungsakteure, Fachleute und Politiker über die Herausforderung der Globalisierung und die Auswirkungen auf das Stiftungswesen. Als Preisträgerin des diesjährigen »Deutschen Stifterpreises« wird die Entwicklungsbiologin Professor Dr. Christiane Nüsslein-Vollhart geehrt. Bundesfinanzminister Steinbrück kündigt eine Reform des Stiftungsrechtes an, nach der künftig eine Million Euro steuerlich bei Stiftungsgründungen angerechnet werden können. (→ 6.7., 21.9.)

10.5. Brüssel Die EU-Kommission verabschiedet die »Mitteilung über eine europäische Kulturagenda im Zeichen der Globalisierung«. Mit der Stärkung der kulturellen Vielfalt und des interkulturellen Dialogs, der Betonung der Rolle von Kultur und Kreativität im Rahmen der Lissabon-Strategie für Wachstum und Beschäftigung sowie der Bedeutung von Kultur als wichtigstem Element der internationalen Beziehungen werden drei zentrale Ziele genannt. (→ 16.11.)

12.5. Helsinki Beim »Eurovision Song Contest« in Athen gewinnt die serbische Sängerin Marija Serifovic mit »Molitva«. Der deutsche Beitrag »Frauen regier'n die Welt« von Roger Cicero landet auf Platz 19 von 24 Bewerbern. (→ 8.3.)

16.–27.5. Cannes Die 60. Filmfestspielen werden mit Wong Kar-wais Wettbewerbsbeitrag »My Blueberry Nights« eröffnet. Die Goldene Palme für den besten Spielfilm geht an Cristian Mungius »4 Monate, 3 Wochen und 2 Tage?«, der Große Preis der Jury an »Der Trauerwald« von Naomi Kawase. Julian Schnabel erhält die Auszeichnung für die beste Regie für »Le scaphandre et le papillon«, Fatih Akin (»Auf der anderen Seite«) für das beste Drehbuch. Als beste Schauspielerin wird Jeaon Do-yeon für ihre Rolle in »Secret Sunshine« und als bester Schauspieler Konstantin Lawronenko für seine Darstellung in »Izgnanie« ausgezeichnet. (→ 8.–18.2., 25.2., 5.5., 1.–11.8., 29.8.–9.9., 18.10., 2.12.)

17.5. Bonn Wegen erheblicher Mängel in der Ordnungsmäßigkeit der Geschäftsführung wird der Arbeitsvertrag mit dem kaufmännischen Geschäftführer der *Bundeskunsthalle* Wilfried Gatzweiler aufgelöst und der Intendant Wenzel Jakob bis zur Klärung der Vorwürfe freigestellt. U. a. wurden durch Freiluftkonzerte, eine winterliche Eisbahn und andere Unterhaltungsangebote ein Defizit von 6 Mio. Euro verursacht.

18.5. Essen Der Giessener Politologieprofessor Claus Leggewie wird neuer Direktor des *Kulturwissenschaftlichen Instituts (KWI)* und Nachfolger von Jörn Rüsen.

20.5. Bundesgebiet Mehr als 6 000 Museen beteiligen sich bundesweit am Internationalen Museumstag, der unter dem Motto »Museen und universelles Erbe« steht.

21.5. Stockholm Der »Polar-Musikpreis 2006« der *Königlich-Schwedischen Musikakademie* wird an den US-Jazzsaxofonist Sonny Rollins und den US-Komponisten Steve Reich verliehen. (→ 13.2., 27.3.)

21.5. Paris Neue Ministerin für Kultur und Kommunikation in der Regierung des neuen französischen Staatspräsidenten Nicolas Sarkozy wird die vormalige Präsidentin der *Domaine national* des Schlosses von Versailles Christine Albanel, die sich auch als Roman- und Theaterautorin einen Namen gemacht hat.

22.–24.5. München Unter dem Thema »Städte schaffen Integration – Stadtpolitik in Zeiten der Globalisierung« findet die 34. ordentliche Hauptversammlung des *Deutschen Städtetages* statt.

24.5. Brüssel Nach dem Kulturausschuss des Europäischen Parlaments billigte auch der Ministerrat die neue EU-Fernsehrichtlinie, nach der künftig gestattet ist, in bestimmten Fällen Programme durch Produktplacement zu finanzieren. (→ 18.1., 13.2., 9./30.11.)

31.5./1.6. Hildesheim Im Mittelpunkt der 130. Sitzung des *Kulturausschusses des Deutschen Städtetages* stehen die Novellierung des Künstlersozialversicherungsgesetzes und seine Umsetzung, die Debatte zur Verankerung von Kultur und Sport als Staatsziel im Grundgesetz, die Vorschläge zu einem Thüringischen Kulturraumgesetz und die auswirkungen des Welterbestreites um die Waldschlösschenbrücke in Dresden. (→ 18./19.10.)

Juni

1.6.–7.10. Berlin In der *Neuen Nationalgalerie* wird die Impressionistenausstellung des *Metropolitan Museum of Art* (New York) »Die schönsten Franzosen kommen aus New York« eröffnet. Rund 680 000 Besucher haben sich die 150 Meisterwerke des französischen Impressionismus angesehen. (→ 7.1., 16.6.–23.9., 28.9.)

1.6./11.7. Oviedo Die spanische *Fundación Príncipe de Asturias* vergibt den als spanische Version des Nobelpreises bezeichneten Prinz-von-Asturien-Preis für »Internationale Zusammenarbeit« an Al Gore, der Preis in der Sparte »Kunst« geht an Bob Dylan, für »Geisteswissenschaft und Literatur« an Amos Oz sowie für Sozialwissenschaften an Lord Ralf Dahrendorf.

3.6. Deutschland Unter dem Motto »Lebendiges Welterbe« findet der *UNESCO*-Welterbetag zum dritten Mal statt. Die zentrale Veranstaltung im Bergwerk Rammelsberg und der Altstadt von Golsar. (→ 11.–15.6., 23.–2.7.)

7.6. Heiligendamm Beim Weltwirtschaftsgipfel der G 8-Staaten einigen sich die Staats- und Regierungschefs auf eine Verstärkung der Entwicklungshilfen für Afrika und auf gemeinsame Ziele beim Klimaschutz. Begleitet wird der Gipfel von zahlreichen Demonstrationen, Kundgebungen und Kunstprojekten von Globalisierungskritikern. (→ 2.2., 6.4., 4.5., 7.7., 17.11., 28.12.)

7./8.6. Berlin Über 450 Akteure aus Kulturpolitik, -verwaltung und -einrichtungen sowie aus Hochschulen und anderen Institutionen aus 36 Ländern nehmen am 4. Kulturpolitischen Bundeskongress »kultur.macht.europa.« teil. Veranstalter ist die *Kulturpolitische Gesellschaft* in Kooperation mit der *Bundeszentrale für politische Bildung* und der *Friedrich-Ebert-Stiftung*.

11.6. Berlin Beim Wettbewerb zum schönsten bedrohten deutschen Wort entscheidet sich die Jury für »Kleinod«, gefolgt von »blümerant« und »Dreikäsehoch«. Zu den weiteren prämierten Wörtern gehören »Labsal«, »Augenstern«, »Lichtspielhaus« sowie das Adjektiv »fernmündlich« und das Verb »bauchpinseln«. (→ 20.1., 25.10., 15.12.)

11.–15.6. Pretoria Das Internationale Beraterkomitee für das *UNESCO*-Programm »Memory of the World« nimmt auf seiner 8. Sitzung den Briefwechsel des Universalgelehrten Gottfried Wilhelm Leibniz neu in das Weltregister der *UNESCO* auf. (→ 3.6., 23.6.–2.7)

14.6./1.7. Berlin Der Bundestag reformiert das Aufenthalts- und Asylrecht. Danach müssen u. a. Ehepartner von Ausländern künftig 18 Jahre alt sein und einfache Deutschkenntnisse vorweisen können, damit sie in die Bundesrepublik nachziehen dürfen. Am 1.7. stimmt der Bundesrat zu. (→ 15.1., 11.4., 4.5., 23.6., 12.7., 19.8.)

14./15.6. Berlin Bei der 318. Plenarsitzung der *KMK* stehen Hochschulthemen wie Lehrerausbildung, Studiengangakkreditierung und Hochschullehre auf der Tagesordnung. (→ 28.2., 17./ 18.10., 13.12.)

14.–16.6. Hamburg Auf der Jahreshauptversammlung des *Deutschen Bühnenvereins* diskutieren rund 300 Intendanten und Kulturpolitiker über die Zukunft von Schauspiel, Oper, Tanz und Konzert sowie über aktuelle inhaltliche Fragen der Theaterentwicklung. In der öffentlichen Podiumsdiskussion geht es um das Thema »Kunst und das Selbstver-

ständnis der Stadt«. Klaus Zehelein wird einstimmig als Präsident wiedergewählt.

15.6. Berlin Das »Dritte Gesetz zur Änderung des Künstlersozialversicherungsgesetzes und anderer Gesetze«, mit denen die finanzielle Basis durch eine breitere Erfassung verbessert werden soll, tritt in Kraft. In Zukunft ist die *Deutsche Rentenversicherung* zuständig für die Überprüfung der Künstlersozialabgabepflicht bei allen Unternehmen.

15.6. Bonn/Berlin Im Rahmen der UN-Dekade »Bildung für nachhaltige Entwicklung« stellen die *Kultusministerkonferenz (KMK)* und die *Deutsche UNESCO-Kommission (DUK)* die gemeinsame Empfehlung »Bildung für nachhaltige Entwicklung in der Schule« vor. Das gemeinsame Ziel ist es, das Verständnis junger Menschen für die komplexen Zusammenhänge zwischen Globalisierung, wirtschaftlicher Entwicklung, Konsum, Umweltbelastungen, Bevölkerungsentwicklung, Gesundheit und soziale Verhältnisse zu fördern.

16.6. Stuttgart Der *FDP*-Bundesparteitag beschäftigt sich ausführlich mit dem Thema Kulturpolitik. Die Delegierten stimmen dem Leitantrag »Kultur braucht Freiheit« zu, der u. a. Kultur als Staatsziel im Grundgesetz verankern will. (→ 28.10., 3.12.)

16.6.–23.9. Kassel Die weltweit größte und bedeutendste Ausstellung zeitgenössischer Kunst, die *documenta 12* unter den Motti »Ist die Moderne unsere Antike?«, »Was ist das bloße Leben?«, »Was ist zu tun?« schließt nach 100 Tagen. Knapp 755 000 zahlende Gäste besuchten die von Roger M. Buergel und Ruth Noack konzipierte Ausstellung mit Arbeiten von 109 Künstlern aus 43 Ländern. Damit stieg die Zahl der Besucher gegenüber der *documenta 11* um 16 Prozent oder mehr als 100 000. Ein Drittel davon kamen aus dem Ausland und 14 Prozent, doppelt soviel wie bei der vorigen documenta, aus Kassel. Dazu kamen etwa 15 500 Journalisten aus 52 Ländern. (→ 7.1., 1.6.–7.10., 28.9.)

18.–20.6. Paris Bei der konstituierenden Sitzung der Vertragsparteien des *UNESCO*-Übereinkommens zum Schutz und zur Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen wird Deutschland für vier Jahre in das 24 Mitglieder umfassende Entscheidungskomitee gewählt. (→ 1.2., 18.3.)

23.6. Wiesbaden Nach Angaben des *Statistischen Bundesamtes* erhielten 2006 125 000 Ausländer einen deutschen Pass. Damit lag die Zahl der Einbürgerung um 6,5 Prozent über dem Vorjahr. (→ 15.1., 11.4., 4.5., 14.6., 1.7., 12.7., 19.8.)

23.6.–2.7. Christchurch Auf der 31. Tagung des *Welterbekomitees* der *UNESCO* werden 22 Kultur- und Naturstätten neu in die Liste des Welterbes aufgenommen, darunter die Oper von Sydney, der Teide-Nationalpark und das historische Zentrum von Bordeaux. Erstmals wurde mit dem Wildschutzgebiet der arabischen Oryx-Antilope in Oman eine Stätte aus der Liste gestrichen. Der Antrag von Heidelberg zur Aufnahme in die Welterbeliste wird zurückgestellt. Dresden bleibt vorerst auf der Liste des gefährdeten Welterbes. Bis zum 1. Oktober sollen Alternativvorschläge zu den bisherigen Planungen der Waldschlösschen-Brücke vorgelegt werden. (→ 13.3., 3.6., 11.–15.6., 14.11.)

27.6. Berlin Die deutsche Fassung des »Weltbevölkerungsberichts 2007« des *UNFPA* wird vorgestellt. Danach wird bis 2030 die Zahl der Stadtbewohner auf 4,9 Mrd. wachsen – drei von fünf Menschen leben dann in einer Stadt. Die Bevölkerung in den Städten wächst zurzeit um 1,8 Prozent, während das Weltbevölkerungswachstum »nur« ein Prozent beträgt. Am schnellsten wachsen die Städte in den Entwicklungsländern.

27./28.6. Dessau Die 67. Hauptversammlung der *Deutschen UNESCO-Kommission* beginnt mit der öffentlichen Veranstaltung »15 Jahre Agenda 21 – Umwelt und Entwicklung als globale Herausforderung«. Mit der Verabschiedung von drei Resolutionen zum *UNESCO*-Programm »Der Mensch und die Biosphäre« (MAB), zum Memorandum »Hochschulen und Nachhaltigkeit« und zum Publikationskonzept »Open Access – Chancen für den Zugang zum Wissen für alle« endet die Versammlung. (→ 16.–25.10.)

29.6. Bremen Jens Böhrnsen (*SPD*) wird zum Senatspräsidenten und Bürgermeister einer rot-grünen Koalition gewählt. Bei den Bürgerschaftswahlen am 13.5. hatte die bisherige *CDU/SPD*-Koalition eine Niederlage erlitten. Stärkste Partei blieb die *SPD* mit 36,8 Prozent (– 5,5) vor der *CDU* mit 25,7 Prozent (– 4,1). Die *Grünen* kamen auf 16,4 Prozent (+ 3,6) und die Linke kam zum ersten Mal in ein westdeutsches Landesparlament (8,4 %). Die FDP erreicht 5,9 Prozent. Senatorin für Bildung und Wissenschaft wird Renate Jürgens-Pieper, das Kulturressort geht vom Wirtschaftssenator an die Staatskanzlei. Staatssekretärin wird Carmen Emigholz (SPD).

30.6. New York *Apple*-Chef Steve Jobs präsentiert das neue »iPhone«, das gleichzeitig Handy, Musikabspielgerät, Minicomputer und Organizer ist und über einen Internetzugang verfügt. In Deutschland beginnt der Verkauf am 1.11.

Juli

2.7. Genf Der Halbzeitbericht für die acht UN-Milleniumsziele wird von UN-Generalsekretär Ban Ki-Moon vorgestellt. Er zieht eine zwiespältige Bilanz. So lebten 1990 noch 1,5 Mrd. Menschen (32 Prozent) in extremer Armut (1 US-Dollar am Tag), 2004 waren es nur noch 980 Mio. (19 %). Allerdings ist Afrika von dieser positiven Entwicklung ausgenommen, hier sind Armut, Kinder- und Müttersterblichkeit nur geringfügig zurückgegangen. (→ 30.11.)

4.7. Berlin Das Bundeskabinett billigt das Konzept für den Bau des *Humboldt-Forums* auf dem Berliner Schlossplatz mit der Rekonstruktion der barocken Fassade des ehemaligen Stadtschlosses. Auf die ursprünglich geplante kommerzielle Teilnutzung wird verzichtet. Das Gebäude soll allein kulturelle Einrichtungen beherbergen. Die Kosten werden auf 480 Millionen Euro geschätzt, wovon der Berliner Senat 32 Millionen und die private Schlossinitiative 80 Millionen Euro aufbringen wollen. (→ 1.3., 3.3., 29.3., 13.7., 28.9., 8.11.)

5.7. Berlin Kulturstaatsminister Bernd Neumann stellt das neue Gedenkstättenkonzept der Bundesregierung unter dem Titel »Verantwortung wahrnehmen, Aufarbeitung verstärken, Gedenken vertiefen« vor. (→ 9.9., 23.10., 28.10.)

5.7. Berlin Der Bundestag verabschiedet das »Zweite Gesetz zur Regelung des Urheberrechts im Informationszeitalter«. Das Pauschalvergütungssystem wird dahingehend reformiert, dass künftig Verwertungsgesellschaften und Geräteindustrie die Abgabesätze selbstständig regulieren. (→ 21.9.)

6.7. Berlin Mit dem im Bundestag verabschiedeten Gesetz zur Stärkung des Bürgerschaftlichen Engagements wird ein neuer allgemeiner Freibetrag für Einnahmen aus nebenberuflichen Tätigkeiten im gemeinnützigen, mildtätigen oder kirchlichen Bereich von 500 Euro im Jahr eingeführt und die steuerfreie Übungsleiterpauschale von 1848 auf 2 100 Euro jährlich erhöht. Das reformierte Gemeinnützigkeits- und Spendenrecht tritt rückwirkend zum 1.1.2007 in Kraft. Mit ihm wird u. a. der Spendenabzug auf 20 Prozent vereinheitlicht und der Übungsleiterfreibetrag auf 2 100 Euro pro Jahr angehoben. Ebenso steigt der Höchstbetrag, der bei der Gründung von Stiftungen steuerlich geltend gemacht werden kann. (→ 9.–11.5., 21.9.)

7.7. Weltweit Per Videobotschaft eröffnet der ehemalige amerikanische Vizepräsident Al Gore mit dem australischen Live-Earth-Konzert in Sydney die Serie weltweiter Auftritte für den Klimaschutz. Auf neun Bühnen in fünf Erdteilen läuft das größte Rockereignis dieses Jahres. Mehr als 150 internationale Gruppen und KünstlerInnen beteiligten sich in den verschiedenen Städten. Mehr als 2,5 Mrd. Menschen verfolgen das Ereignis live und am Fernseher. (→ 2.2., 6.4., 4.5., 7.6., 17.11., 28.12.)

7.7. Weltweit In einer mehrere Jahre währenden Internetabstimmung haben über 100 Millionen Menschen ihre sieben neuen Weltwunder gewählt. Die neuen sieben Weltwunder sind Petra, die Felsenstadt in Jordanien, der Taj Mahal-Palast in Indien, das Kolosseum in Rom, Machu Picchu in Peru, Chichén Itzá (Mexiko), Cristo-Statue (Rio de Janeiro) und die chinesische Mauer.

12.7. Berlin Bundeskanzlerin Merkel stellte auf dem 2. »Migrationsgipfel« den von verschiedenen Bundesministerien und Vertretern gesellschaftlicher Organisationen erarbeiteten »Nationalen Integrationsplan« vor. Mitglieder des Bundeskabinetts und LandespolitikerInnen diskutieren mit VertreterInnen von Verbänden, gesellschaftlichen Organisationen und Religionsgemeinschaften über Aufgaben und nächste Schritte der gesellschaftlichen Integration von Ausländern und Menschen mit »Migrationshintergrund«. Die Bundesregierung will in den kommenden Jahren 750 Millionen Euro für Integrationsmaßnahmen zur Verfügung stellen. (→ 15.1., 11.4., 4.5., 14.6., 23.6., 19.8.)

13.7. Berlin Der sanierte Wilhelminische Prunkbau des *Naturkundemuseums* wird wieder eröffnet. (→ 28.9., 3.12.)

20.7. Weimar Das *Deutsche Nationaltheater Weimar* wird Staatstheater. Der Stadtrat hat zugestimmt, das Traditionshaus ab 2009 in die Landesträgerschaft zu geben. Das Land steigt mit 79 Prozent des Gesellschaftskapitals am Theater ein und bekommt den Vorsitz im Aufsichtsrat.

21.7. Weltweit Der siebte und letzte Band der Harry-Potter-Reihe wird in englischer Sprache in 93 Ländern ausgeliefert. In Großbritannien werden in den ersten 24 Stunden 2,7 Millionen Exemplare verkauft, in den USA 8,3 Millionen und in Deutschland circa 400 000. (→ 27.10.)

August

1.8. Bundesrepublik Die Rechtschreibreform wird nach der Übergangsfrist an allen deutschen Schulen verbindlich. (→ 1.1.)

1.8. Köln Bei der Autorenumfrage der *Deutschen Bühne* wird für die »überzeugendste Gesamtleistung« das *Thalia Theater* in Hamburg am meisten genannt, gefolgt von der *Oper Frankfurt/Main* und dem *Staatstheater Stuttgart*. Bei der Theaterarbeit »abseits der

großen Theaterzentren« landen die *Stadttheater Freiburg*, *Gießen* und *Osnabrück* an der Spitze. Bei den 44 Antworten zur »Enttäuschung der Saison« schneidet die Kulturpolitik diesmal besser ab als in den letztjährigen Umfragen. Genannt werden u. a. die »Wiener Theaterreform«, die »wachsende Kluft zwischen Politik und Kunst«, die »wundersame Vermehrung ignoranter Kulturpolitiker«, die »Kahlschlagpolitik in Thüringen« und die »faktische Zerschlagung des Theaters in Eisenach« sowie kulturpolitische Aktivitäten in Hamburg, Stuttgart, Berlin und Freiburg. (→ 5.–21.5., 15.8., 29.8., 31.8., 28.9., 23.11.)

1.–11.8. Locarno Beim 60. Filmfestival von Locarno geht der »Goldene Leopard« für den besten Film an Masahiro Kobazashis »Ai No Yokan«. Als bester männlicher Darsteller werden Michele Venitucci für seine Rolle in »Fuori dalle corde« und Michel Piccoli für »Sous les toits de Paris« geehrt, als beste Schauspielerin Marian Alvarez für ihre Rolle in »Lo mejor de mi«. Den Spezialpreis der Jury erhalten Pedro Costa, Harun Farocki und Eugene Green für »Memories« und Philippe Ramos bekommt den Preis für die beste Regie für »Capitain Achab«. (→ 8.–18.2., 25.2., 5.5., 16.–27.5., 29.8.–9.9., 18.10., 2.12.)

14.8. Köln Beim Sonderparteitag der Kölner *CDU* zur geplanten Moschee in Köln-Ehrenfeld stellt die *DITEB* ihre Pläne für den repräsentativen Neubau, den der katholische Kirchenbaumeister Paul Böhm entworfen hat, vor. Die Debatten über eine geplante Moschee erreichen im Juli/August einen Höhepunkt und bringen eine Reihe von heftigen Kontroversen und islamkritischen Äußerungen hervor.

15.8. Köln Die Theater in Deutschland haben in der Spielzeit 2005/06 ihr Repertoire um knapp 10 Prozent gegenüber dem Vorjahr erweitert. 3 154 Werke waren auf deutschen Bühnen zu sehen, darunter 48 Opern-, 327 Schauspiel- und 151 Tanz-Uraufführungen. Beim Musiktheater stand »Die Zauberflöte« mit 56 Inszenierungen, 756 Aufführungen und 320 474 Besuchern an der Spitze, gefolgt von Humperdincks »Hänsel und Gretel« (35/321/213 705), Mozarts »Don Giovanni« und »Hochzeit des Figaro«. Im Schauspiel war »Kabale und Liebe« von Schiller das meistinszenierte und meistgespielte Stück mit 29 Inszenierungen und 541 Aufführungen und 140844 Besuchern, gefolgt von Hensels »Klamms Krieg« (29/282/11 795) und Goethes »Faust« (25/392/157 750). Die meisten Besucher erreichte Brechts »Dreigroschenoper« mit 199 308 Besuchern (25/392). (→ 5.–21.5., 1.8., 29.8., 31.8., 28.9.)

19.8. Mügeln/Bundesgebiet Nach ausländerfeindlichen Aktionen im sächsischen Mügeln entbrennt eine neue Diskussionen über wirksame Maßnahmen gegen rechte Gewalt. (→ 15.1., 11.4., 4.5., 14.6., 23.6., 12.7.)

25.8. Köln Im Kölner Dom wird das von Gerhard Richter entworfene nichtgegenständliche Kirchenfenster enthüllt. Kardinal Joachim Meissner stellt fest, dass das Fenster »eher in eine Moschee oder ein anderes Gebetshaus passe, als in eine Kirche«. (→ 14.9.)

26.8. Essen Zum ersten Mal findet die Love-Parade in diesem Jahr in Essen statt, an der 1,2 Mio. Technofans teilnehmen.

29.8. Berlin Zum »Theater des Jahres« hat eine Kritikerjury im Auftrag von *Theater heute* das Hamburger *Thalia-Theater* gewählt, gefolgt vom *Maxim Gorki Theater* und dem *Deutschen Theater* in Berlin. Schauspielerin des Jahres ist Judith Rosmair vom *Thalia* für ihre Rolle als Gudrun Ensslin in »Ulrike Maria Stuart«, Schauspieler des Jahres Joachim Meyerhoff als »Hamlet« am *Schauspielhaus Zürich* und als Benedikt in »Viel Lärm um nichts« am *Wiener Burgtheater*. Als beste Inszenierung wurde Dimiter Gortscheffs »Die Perser« am *Deutschen Theater* in Berlin gewählt. Die Ehrung als Dramatikerin des Jahres erhält zum dritten Mal nach 1993 und 1998 Elfriede Jelinek für ihr RAF/Schiller-Stück. (→ 5.–21.5., 1.8., 15.8., 31.8., 28.9., 23.11.)

29.8.–9.9. Venedig Beim 64. Filmfestival erhält »Lust, Caution« von Ang Lee den Goldenen Löwen für den besten Film und Bernardo Bertulucci den Goldenen Ehrenlöwe für sein Lebenswerk. Der Silberne Löwe für die beste Regie geht an »Redacted« von Brian de Palma. Als beste Schauspielerin wird Cate Blanchet für ihre Rolle in »I'm not There« ausgezeichnet und als bester Schauspieler Brad Pitt (»The Assasination of Jesse James«). Mit dem Spezialpreis der Jury wird »Le Grain de le Mulet« von Abdellatif Kechiche und »I'm not There« von Todd Haynes geehrt, in dem sieben Schauspieler Episoden aus dem Leben Bob Dylans darstellen. (→ 8.–18.2., 25.2., 5.5., 16.–27.5., 1.–11.8., 18.10., 2.12.)

30./31.8. Berlin Zwei neue Synagogen werden in einem restaurierten Monumentalbau der Jahrhundertwende am Prenzlauer Berg und in einem ungenutzten Umspannwerk in Wilmersdorf eröffnet. (→ 22.3.)

31.8. Köln Die öffentlich getragenen Theater und Orchester bekamen in der Spielzeit 2005/06 gegenüber dem Vorjahr mit 2,09 Milliarden Euro 1,5 Prozent mehr öffentliche Zuschüsse. Zwar verringerte sich das Engagement der Länder um rund 12 Millionen Euro, die Kommunen glichen aber die

drastischen Kürzungen des Vorjahres wieder aus und erhöhten ihre Zuweisungen um rund 42 Millionen Euro. Insgesamt stiegen die öffentlichen Zuschüsse um 1,5 Prozent auf 2,08 Mrd. Euro. Der selbst erwirtschaftete Anteil stieg um 0,3 auf 17,3 Prozent. Der Personalabbau war so gering wie lange nicht mehr, aber insgesamt sind in den letzten 13 Jahren mit 7 000 Arbeitsplätze etwa 15 Prozent abgebaut worden (von rund 45 200 auf 38 200). Die Anzahl der Inszenierungen blieb mit 4 644 relativ konstant, ebenso wie die Zahl der Veranstaltungen mit 62 749. Die Zuschauerzahlen aller Theater-, Orchester- und Festspielunternehmen ging bei 30,8 Millionen Besuchern um 2,4 Millionen zurück. In den öffentlichen Theater gab es einen Zuwachs bei der Oper, Zuschauerverluste gingen hier vornehmlich auf das Konto von Musical und Operette. (→ 5.–21.5., 1.8., 15.8., 29.8., 28.9.)

September

9.9. Bundesgebiet Zum 15. Mal findet der »Tag des offenen Denkmals« statt. Er steht dieses Jahr unter dem Motto »Orte der Einkehr und des Gebets – Historische Sakralbauten«. Über 9500 Baudenkmale werden von 5,5 Millionen Besuchern (gegenüber 4,5 Millionen im Vorjahr) besichtigt. (→ 5.7., 23.10., 28.10.)

9.9. Hamburg Der *NDR* entlässt die Moderatorin Eva Herman. Bei einer Buchvorstellung hat sie erklärt, dass im »Dritten Reich« zwar »vieles sehr schlecht gewesen« sei, einiges aber auch gut, etwa »die Wertschätzung der Mutter«.

11.9. Karlsruhe Das Bundesverfassungsgericht urteilt über die Rundfunkgebühren und gibt der Klage von *ARD, ZDF* und *DeutschlandRadio* gegen die Gebührenfestsetzung durch die Länder, die niedriger ausfallen sollte als die *KEF* vorgeschlagen hatte, in weiten Teilen statt.

14.9. Köln Der Kölner Erzbischof Kardinal Joachim Meisner verurteilt in einer Rede bei der Einweihung des Diözesen-Museums *Kolumba* eine Kultur, die »vom Kultus, von der Gottesverehrung abgekoppelt« ist, als »entartet« und entfacht damit wegen der von den Nationalsozialisten gebrauchten Formulierung eine heftige Diskussion. Zwei Wochen zuvor hatte er sich schon kritisch über das von Gerhard Richter entworfene neue Kirchenfenster im Kölner Dom geäußert. (→ 25.8.)

18.9. Paris/Berlin Bei der Vorstellung der jährlichen Bildungsanalyse der OECD schneidet trotz leichter Verbesserung das deutsche Bildungssystem im internationalen Vergleich weiterhin schlecht ab. (→ 20.2., 28.11., 30.11., 4.12.)

21.9. Berlin Im Bundesrat wird die Reform des Gemeinnützigkeits- und Spendenrechts und die Reform des Urheberrechts verabschiedet. (→ 5.7., 6.7.)

25.–28.9. Mannheim Der 77. Deutsche Archivtag findet unter dem Rahmenthema »Lebendige Erinnerungskultur für die Zukunft« statt.

26.9. Berlin Fritz Pleitgen, ehemaliger Intendant des *Westdeutschen Rundfunks*, Präsident der *European Broadcasting Union* und Vorsitzender Geschäftsführer der *Ruhr.2010 GmbH* erhält den Kulturgroschen 2007 des *Deutschen Kulturrats*.

28.9. Remagen-Rolandseck Bundeskanzlerin Angela Merkel eröffnet das *Hans-Arp-Museum*. Der Neubau kostete insgesamt 31,1 Millionen Euro, die zum größten Teil vom Bund und dem Land Rheinland-Pfalz getragen wurden. (→ 1.3., 3.3., 29.3., 4.7., 13.7., 8.11.)

28.9. Berlin Bei der Umfrage der Zeitschrift *Opernwelt* unter 50 Musikkritikern teilen sich die *Komische Oper Berlin* und die *Oper Bremen* den Titel »Opernhaus des Jahres«. An das Berliner Opernhaus gehen zudem die Titel »Dirigent des Jahres« (Generalmusikdirektor Kirill Petrenko) und »Chor des Jahres«. Als »Ärgernis des Jahres« gilt die Absetzung von »Idomeneo« der *Deutschen Oper* in Berlin. Der Norweger Stefan Herheim wird für seine Inszenierung von Mozarts »Don Giovanni« in Essen als »Regisseur«, die *Bayerische Staatsoper* mit »Alice in Wonderland« für die »Uraufführung« und die Koreanerin Unsuk Chin als »Komponistin« sowie das *Freiburger Barockorchester* als »Orchester des Jahres« ausgezeichnet. (→ 5.–21.5., 1.8., 15.8., 29.8., 31.8., 23.11.)

28.9. Berlin Die *Deutsche Sektion des Internationalen Kritikerverbandes/AICA* kürt die Retrospektive mit Werken des US-amerikanischen Malers Brice Marden im *Hamburger Bahnhof* in Berlin zur »Ausstellung des Jahres 2007« und das *Museum Wiesbaden* »Museum des Jahres 2007«. (→ 5.5.)

29.9. Köln Der Deutschen Fernsehpreis 2007 geht an »Rose« mit Corinna Harfouch (*ARD*) für den »Besten Fernsehfilm« vor »Die Flucht« (*ZDF*) und »2030 – Aufstand der Alten«. In der Kategorie »beste Regie« entschied sich die Jury für Lars Kraume mit dem Lehrer-Schüler-Drama »Guten Morgen, Herr Grothe«. Maria Furtwängler erhält für ihre Darstellung im »Tatort« die Auszeichnung »Schauspielerin des Jahres«, den als männlicher Darsteller Matthias Koeberlin für seine Darstellung in »Tornado – Zorn des Himmels« (*ProSieben*). Den Preis für die »Beste Serie« geht an die *ZDF*-Produktion »KDD-Krimi-

naldauerdienst«, für die »Beste Comedy« an »Neues aus der Anstalt« (*ZDF*) mit Urban Priol und Georg Schramm. Gewinner der »Besten Sitcom« ist »Stromberg« (*ProSieben*). Bei der »Besten Unterhaltung« schlägt »Schlag den Raab« »Germany's next Topmodells«. Als »Beste Information« wird »RTL Aktuell« (*RTL*) ausgezeichnet. (→ 16.1., 2.3., 15.3., 4.12.)

Oktober

7.10. Bundesgebiet In 17 deutschen Städten findet der »Tag der Schenkung« statt. Die jeweiligen Kunstmuseen bieten bei freiem Eintritt Führungen und Vorträge zu Werken an, die als Geschenke in die Sammlungen kamen.

8.10. Frankfurt am Main Julia Franck wird für ihren Roman »Die Mittagsfrau« vom *Börsenverein des Deutschen Buchhandels* mit dem »Deutschen Buchpreis« geehrt. Die Autorin setzte sich gegen weitere 117 nominierte Romane durch.

10.–15.10. Frankfurt am Main 7 448 Ausstellern aus 108 Ländern präsentieren auf der 59. Buchmesse den 283 300 Besuchern knapp 400 000 Bücher. Schwerpunkt ist Katalanien. In der Frankfurter Paulskirche wird der »Friedenspreis des Deutschen Buchhandels« dem israelischen Historiker Saul Friedländer verliehen. Friedländers Eltern wurden in Auschwitz ermordet, er überlebte in einem katholischen Internat in Frankreich. Das zentrale Thema seiner wissenschaftlichen Arbeit ist die Vernichtung der europäischen Juden während der nationalsozialistischen Herrschaft. (→ 23.–25.3.)

11.10. Karlsruhe Das Bundesverfassungsgericht hat das Veröffentlichungsverbot für Maxim Billers Roman »Esra« mit 5:3 Stimmen bestätigt und einer Klage der ehemaligen Freundin des Autors stattgegeben. Es hat damit den Persönlichkeitsschutz über die Kunstfreiheit gestellt.

16.10. München Thomas Goppel übernimmt im Kabinett des neuen bayerischen Ministerpräsident Günther Beckstein wie im vorherigen von Edmund Stoiber wieder das Amt des Ministers für Wissenschaft, Forschung und Kunst. Minister für Unterricht und Kultus ist Siegfried Schneider.

16.–25.10. Paris An der 34. *UNESCO*-Generalkonferenz nehmen über 2 000 Delegierte aus 193 Mitgliedsstaaten, darunter mehrere Staatschefs und über 200 Minister teil. Die Generalkonferenz beschließt das Programm, den Haushalt und die mittelfristige Strategie für die Jahre 2008–2013. Themen sind unter anderem »Bildung und wirtschaftliche Entwicklung« und »Wissenschaft und Technologie für nachhaltige Entwicklung und die Rolle der *UNESCO*«. Beim »Internationalen Forum der Zivilgesellschaft« geht es um die Frage, wie die Zivilgesellschaft stärker und wirkungsvoller an der Politikgestaltung im System der Vereinten Nationen beteiligt werden kann. (→ 27./28.6.)

17./18.10. Bonn Die *Kultusministerkonferenz* beschließt in der 319. Plenarsitzung einheitliche Bildungsstandards für Deutsch, Mathematik und Fremdsprachen bei der allgemeinen Hochschulreife. Die saarländische Ministerin für Bildung, Familie, Frauen und Kultur Annegret Kramp-Karrenbauer wird zur 1. Vizepräsidentin gewählt. (→ 28.2., 14.,/15.6., 13.12.)

18.10. Brüssel/Straßburg Der Hamburger Regisseur Fatih Akin erhält für seinen Film »Auf der anderen Seite« über eine deutsch-türkische Familiengeschichte den erstmals verliehenen europäischen Filmpreis »Lux« und setzte sich damit gegenüber 800 andere europäische Filmen durch. Mit »Lux« zeichnet das Europäische Parlament in Zukunft jedes Jahr einen Film aus, der auf aktuelle gesellschaftliche Fragen in Europa aufmerksam macht oder in besonderer Weise der europäischen Integration dient. Der ausgezeichnete Film wird mit allen 23 Amtssprachen der EU untertitelt. (→ 8.–18.2., 25.2., 5.5., 16.–27.5., 1.–11.8., 29.8.–9.9., 2.12.)

18./19.10.2007 Villingen-Schwenningen Auf der 131. Sitzung des *Kulturausschusses des Deutschen Städtetages* wird unter anderem über die europäische Stadt und ihre Kultur, das Übereinkommen über die Vielfalt kultureller Ausdrucksformen der Europäischen Union, die KSVG-Novelle, den Denkmalschutz und die Kulturwirtschaft diskutiert. (→ 31.5./1.6.)

19.10. Lissabon Die Staats- und Regierungschefs der Europäischen Union beschließen eine neue vertragliche Grundlage für die EU. Der neue Vertrag soll den EU-Verfassungsentwurf ersetzen, der in Volksabstimmungen in Frankreich und den Niederlanden abgelehnt worden war. Er soll am 1. Januar 2009 in Kraft treten. Die EU will auf dieser Grundlage künftig eine gemeinsame Politik (mit Mehrheitsentscheidungen) auf den Gebieten Asyl, Einwanderung und Kontrolle der Außengrenzen betreiben sowie die Justiz- und Polizeizusammenarbeit ausweiten. Die Rechte des Parlaments werden erweitert und die Grundrechtecharta wird durch einen Verweis im Lissabonner Vertrag verbindlich. (→ 13.12.)

22./23.10. Kassel Bei der jährlichen Herbsttagung der *INTHEGA* treffen sich 700 VertreterInnen von Theatern, Veranstaltern und Kommunalverwaltungen, darunter 200 Kultureinrichtungen und 150 Theater- und Gastspieldirektionen, und tauschten

sich über Probleme von Gastspieltheatern und die Stücke der neuen Spielzeit aus. Den Hauptvortrag hält Susanne Keuchel zum Thema »Kulturelle Bildung im Bereich der Provinz«. (→ 7./8.5.)

23.10. Berlin Die Regierungskoalition hat sich, wie Bundeskanzlerin Angela Merkel beim Festakt zum 50-jährigen Bestehen des *Bundes der Vertriebenen* ankündigt, auf ein Konzept für das umstrittene Dokumentationszentrum zum Schicksal der Vertriebenen geeinigt. Danach soll es als unselbständige Stiftung unter dem Dach des *Deutschen Historischen Museums* aufgebaut werden. (→ 5.7., 9.9., 28.10.)

24.10. Weimar Die 1691 gegründete und 2004 durch einen Brand teilweise zerstörte *Herzogin-Anna-Amalia-Bibliothek* wird am Geburtstag der Namenspatronin nach aufwändigen Rekonstruktionsarbeiten wieder eröffnet. Der Bund beteiligte sich am Wiederaufbau mit 8,5 Millionen Euro. Bund und Land erhöhen ab 2008 die institutionellen Mittel der Stiftung um rund 20 Prozent.

24.10. Berlin/Münster Die Gefängnisbücherei der *JVA Münster* erhält für ihre vorbildliche soziale Kulturarbeit die Auszeichnung »Bibliothek des Jahres« des *Deutschen Bibliotheksverbandes* und der *Zeit-Stiftung*. Sie ist eine der nur vier von hauptamtlichen Bibliothekaren geleiteten Bibliotheken im gesamten deutschen Justizvollzug.

25.10. Stuttgart/Berlin Als schönstes Wort der Welt wird bei einer Ausschreibung der Zeitschrift *Kulturaustausch* des *Instituts für Auslandsbeziehungen* und des Bundesbildungsministeriums »Yakamoz«, türkisch für »die Widerspiegelung des Mondes im Wasser«, gewählt, gefolgt vom chinesischen Wort »hu lu« (schnarchen) und »volongoto« (luganda für unordentlich, chaotisch). Eine dreiköpfige Jury wählte sie unter knapp 2 500 Einsendungen aus rund 60 Nationen aus. In der Begründung der Jury heißt es: »Ausschlaggebend für die Wahl von ›yakamoz‹ war die Besonderheit des Wortes selbst. Es zeigt sich, dass es mit Hilfe der türkischen Sprache möglich ist, mit einem einzigen sehr poetischen Wort ein Phänomen zu beschreiben, für das man in anderen Sprachen mehrere Substantive benötigt.« (→ 20.1., 11.6., 15.12.)

25.–28.10. Darmstadt Bei der Herbsttagung der *Deutschen Akademie für Sprache und Dichtung* wird der »Georg-Büchner-Preis« an den Frankfurter Erzähler Martin Mosebach verliehen. Mit dem »Johann-Heinrich-Merck-Preis für literarische Kritik und Essay 2007« wird der Journalist, Theaterkritiker und -praktiker Günther Rühle ausgezeichnet, mit dem »Sigmund-Freud-Preis für wissenschaftliche Prosa 2007« der Zoologe und Naturwissenschaftler Josef H. Reichholf.

27.10. Bundesgebiet Um 00.00 Uhr beginnt der Verkauf der deutschen Übersetzung des siebten und letzten Bandes der Harry-Potter-Reihe »Harry Potter und die Heiligtümer des Todes«. Die Rekordstartauflage beträgt drei Mio. Exemplare. Seit Erscheinen des ersten Bandes vor zehn Jahren wurden weltweit rund 350 Millionen Harry-Potter-Bücher verkauft, allein in Deutschland mehr als 25 Millionen der deutschen Ausgaben. (→ 21.7.)

28.10. Hamburg Auf dem *SPD*-Parteitag wird einstimmig der Leitantrag »Kultur in unserer Zukunft« verabschiedet. Im Leitantrag unterstreicht die *SPD* die Bedeutung der Kulturpolitik für die moderne Gesellschaft. Sie macht sich für den Eigenwert von Kunst- und Kultur stark und fordert mehr Teilhabegerechtigkeit in der Kultur. (→ 16.6., 3.12.)

28.10. Bergen-Belsen In der Gedenkstätte wird ein neues Dokumentationszentrum über das nationalsozialistische Kriegsgefangenen- und Konzentrationslager Bergen-Belsen eröffnet. (→ 5.7., 9.9., 23.10.)

31.10. Madrid Das spanische Parlament verabschiedet das »Gesetz, durch das Rechte anerkannt und Maßnahmen zugunsten jener ergriffen werden, die Verfolgung oder Gewalt während des Bürgerkriegs und der Diktatur erlitten«. Damit werden Unrechtsurteile der Franco-Zeit von 1939 bis 19 754 für »illegitim« erklärt und erfahren die Opfer politisch oder religiös motivierter Verfolgung eine moralische Wiedergutmachung.

November

8.11. Berlin Das Haushaltsausschuss des Deutschen Bundestages legt die verbindliche Kostenobergrenze von 552 Mio. Euro für den Bau des *Humboldt-Forums* auf dem Berliner Schlossplatz mit dem Wiederaufbau der historischen Schlossfassade fest. Damit kann nach dem Abriss des *Palastes der Republik* 2010 mit dem Bau des zweitgrößten Projektes des Bundes in Berlin begonnen werden. (→ 1.3., 3.3., 29.3., 4.7., 28.9.)

9./30.11. Berlin Die große Koalition billigt das umstrittene »Gesetz zur Telekommunikationüberwachung«. Danach werden künftig alle Verbindungsdaten sechs Monate lang gespeichert. Außerdem wird der Vertraulichkeitsschutz für Berufsgeheimnisträger wie Ärzte, Journalisten etc. eingeschränkt. Der Bundesrat billigt das Gesetz am 30.11. (→ 18.1., 27.1., 24.5.)

9.11. Berlin Am 18. Jahrestag des Mauerfalls beschließt der Bundestag, in der Hauptstadt ein Einheitsdenkmal zu errichten.

10.11. Kyoto Die Choreografin Pina Bausch bekommt für ihr Lebenswerk den Kyoto-Preis 2007. Die mit 400 000 Euro prämierte Auszeichnung ist neben dem Nobelpreis eine der weltweit wichtigsten Ehrungen in Kultur und Wissenschaft.

13.11. Berlin Nach vierjähriger Arbeit verabschiedet die *Enquête-Kommission »Kultur in Deutschland« des Bundestages* ihren Abschlussbericht. Die Zustandsbeschreibung der Lage der Kultur, Künste und KünstlerInnen in Deutschland umfasst mit 400 Handlungsempfehlungen über 500 Seiten. (→ 11.12.)

14.11. Bautzen Das sächsische Oberverwaltungsgericht hebt den Baustopp für die umstrittene Waldschlösschen-Brücke in Dresden auf und am 19.11. beginnen die Bauarbeiten. Damit wird wahrscheinlich, dass Dresden den Titel »Weltkulturerbe« von der UNESCO aberkannt bekommt. (→ 13.3., 23.6.–2.7.)

16.11. Brüssel Der *Rat der Kulturminister* verabschiedet die im Mai vorgelegte Kulturagenda der EU-Kommission. Damit soll eine bessere kulturpolitische Zusammenarbeit der Mitgliedstaaten im Kultursektor ermöglicht werden. In drei Jahren wird eine erste Zwischenbilanz gezogen. Die Schwerpunkte für die nächsten drei Jahre sind die Verbesserung der Mobilität von Künstlern und anderen Kulturschaffenden, die Förderung des Zugangs zur Kultur, die Erhebung von Daten und Statistiken im Kultursektor, die bestmögliche Nutzung der Potenziale der Kulturkreativwirtschaft und die Unterstützung und Umsetzung des *UNESCO*-Übereinkommens. (→ 10.5.)

17.11. Valencia Der *UNO*-Klimabericht zeichnet ein düsteres Bild. Die Erderwärmung sei nicht mehr zu stoppen, allenfalls zu bremsen, erklären die Experten bei der Vorstellung des letzten Teil des Klimareportes. (→ 2.2., 6.4., 4.5., 7.6., 7.7., 28.12.)

23.11.München Im *Prinzregententheater* wird der deutsche Theaterpreis »Der Faust« zum zweiten Mal verliehen. Für die beste Regie wird Stephan Tschimmig für »Maria Stuart« (*Thalia Theater Hamburg*) ausgezeichnet, für die beste darstellerische Leistung Brigitte Hobmeier für ihre Rolle der Elisabeth in »Glaube, Liebe, Hoffnung« (*Münchner Kammerspiele*). Für die beste Musiktheaterregie wird Dietrich Schilksdorf für »Die Liebe zu den drei Orangen« (*Städtisches Theater Chemnitz*) prämiert und für sein Lebenswerk der Dirigent Michael Gielen. Der erstmals vergebene Sonderpreis geht an die Gruppe »Rimini Protokoll« für außergewöhnliche Theaterformen. (→ 5.–21.5., 1.8., 29.8.)

24.11. Regensburg Im Rahmen eines bunten Kulturprogramms findet die offizielle Verleihung der Welterbe-Urkunde an die Stadt Regensburg statt. Unter dem Motto »Kultur trifft Geschichte« präsentiert die Stadt mit der historischen Altstadt, dem Stadtamthof und der Steinernen Brücke ihr Weltkulturerbe.

27.11. Potsdam Der *SAP*-Gründer H. Glattner spendet 20 Mio. Euro für die Fassadenrekonstruktion des Potsdamer Stadtschlosses. (→ 29.3., 4.7., 8.11.)

28.11. Dortmund Die Internationale »Iglu-Studie« 2006 zeigt, dass sich deutsche Grundschüler im Lesen deutlich verbessert haben. An der Studie nahmen 35 Staaten und 10 Regionen teil. Die deutschen Schüler liegen über dem Mittelwert der EU-Staaten und über dem Mittelwert der *OECD*-Staaten. (→ 20.2., 18.9., 4.12.)

30.11. Berlin Der Bund und das Land Berlin unterzeichnen den Hauptstadtfinanzierungsvertrag 2007, der am 1.1.2008 in Kraft tritt und für 10 Jahre gilt. Danach beteiligt sich der Bund u. a. mit einem Zuschuss von 200 Mio. Euro an der Sanierung der Berliner *Staatsoper*.

30.11. Berlin Der Bundestag beschließt mit den Stimmen der Koalitionsparteien den Bundeshaushalt 2008 mit Ausgaben in Höhe von 283,2 Milliarden Euro. Der Kulturhaushalt des Bundesbeauftragten für Kultur und Medien steigt um 1,3 Prozent auf 1,1 Milliarden Euro. Er wird damit zum dritten Mal hintereinander angehoben. Darunter ist ein zusätzlicher Fonds in Höhe von 400 Mio. Euro, aus dem unter anderem Bundesmittel für die *Berliner Staatsoper*, 54 Mio. für die Stiftung Weimarer Klassik, 78 Mio. für die *Stiftung Preußische Schlösser und Gärten* sowie von 39 Mio. Euro für die *Stiftung Festspielhaus Beethoven* in Bonn vorgesehen sind. Die *Deutsche Welle* bekommt 275 Millionen, vier Millionen Euro mehr als vorgesehen und kann damit vor allem ihr arabisches Programm ausbauen. Die Gedenkstättenförderung wird auf zwanzig Millionen verdoppelt .

30.11. Bonn Der vorgestellte *UNESCO*-Weltbildungsbericht 2008, mit dem jährlich die Entwicklung bei der Erreichung der Ziele des Aktionsplanes »Bildung für alle« überprüft wird, verzeichnet eine Zunahme der Grundschülerzahl um 41 Mio. Trotzdem besteht weiterhin dringender Handlungsbedarf, da 72 Mio. Kinder und Jugendlich noch nicht zur Schule gehen und jeder 5 Erwachsene Analphabet ist. (→ 2.7., 18.9.)

Dezember

2.12. Berlin Der europäische Filmpreis 2007 für den besten Film geht an das rumänische Abtreibungsdrama »4 Monate, 3 Wochen und 2 Tage« von Regisseur Christian Mungiu, der auch als bester Regisseur ausgezeichnet wird. Mit dem Preis für das beste europäische Drehbuch wird Fatih Akins Film »Auf der anderen Seite«, als beste Schauspielerin Helen Mirren für ihre Rolle als Königin Elizabeth II. in »Die Queen« und als bester Schauspieler Sasson Gabai (»The Band's Visit«) geehrt. Der deutsche Kameramann Frank Griebe wird für den Film »Das Parfum« prämiert, und der europäische Preis der Filmkritik geht an Alain Resnais für »Herzen«. (→ 8.–18.2., 25.2., 5.5., 16.–27.5., 1.–11.8., 29.8.–9.9., 18.10.)

3.12. Hannover Auf ihrem Parteitag beschließt die *CDU* ein neues Grundsatzprogramm mit einem Kulturteil unter der Überschrift »Kultur: Ausdruck nationaler Identität und Weltoffenheit«. Im Rahmen der Passagen zu »Integrationsland Deutschland« wird auch der umstrittene Begriff »Leitkultur in Deutschland« gebraucht. (→ 16.6., 28.10.)

3.12. Leipzig Zur Eröffnung des renovierten Gebäudes des *Grassi Museums* zeigt das *Museum für angewandte Kunst* zum ersten Mal wieder große Teile seiner Sammlung. Es gehört mit etwa 90 000 Objekten des europäischen und außereuropäischen Kunsthandwerkes zu den führenden Museen seiner Art. Das ehemalige Kunstgewerbemuseum im Grassi-Komplex blickt auf eine über 130-jährige Geschichte zurück und wurde 1874 als zweites Kunstgewerbemuseum Deutschlands durch eine bürgerschaftliche Stiftung gegründet. (→ 13.7., 28.9.)

4.12. Paris Die *OECD* veröffentlicht die Pisa-Studie 2006 mit Schwerpunkt Naturwissenschaften. Die deutschen Schüler haben ein Ergebnis erzielt, dass über dem *OECD*-Durchschnitt liegt und sich damit erheblich verbessert. Sie erreichten 516 Punkte – der *OECD*-Durchschnitt liegt bei 500 Punkten – und damit den 13. Platz von 27 Staaten. (→ 20.2., 18.9., 28.11.)

4.12. Baden-Baden Beim Fernsehfilm-Festival in Baden-Baden geht der Fernsehfilmpreis der *Deutschen Akademie der Darstellenden Künste* für Regie (Lars Kraume), Buch (Beate Langmaack) und Hauptdarsteller (Sebastian Blomberg) an »Guten Morgen, Herr Grothe« (*ARD/WDR*), der zusätzlich den »Preis Studentenjury« erhält. Mit dem »3sat Zuschauerpreis« wird »Einsatz in Hamburg: Die letzte Prüfung« (*ZDF*) ausgezeichnet (Regie/Buch Stephan Wagner). Mit einem »Sonderpreis« wird der *ZDF*-Theaterkanal für »Peer Gynt« geehrt, und der »Hans-Abich-Preis« geht an Edgar Reitz für sein Gesamtwerk. (→ 15.3., 29.9.)

7.12. Berlin Georg Ruppelt, Direktor der *Gottfried Wilhelm Leibniz-Bibliothek – Niedersächsische Landesbibliothek Hannover*, wird bei einer Nachwahl zum stellvertretenden Vorsitzenden des *Deutschen Kulturrates* gewählt.

10.12. Stockholm/Oslo In der schwedischen Hauptstadt wird der Literaturnobelpreis an die südafrikanische Schriftstellerin Doris Lessing verliehen. Den Friedensnobelpreis erhält der *Weltklimarat der Vereinten Nationen* und der frühere amerikanische Vizepräsident Al Gore.

11./12.12. Berlin Die Mitglieder der *Enquetekommission des Deutschen Bundestages »Kultur in Deutschland«* übergeben Bundestagspräsident Dr. Norbert Lammert ihren Abschlussbericht. Im Bundestag findet zu dem über 500-seitigen Bericht eine erste Debatte statt. (→ 13.11.)

13.12. Lissabon Die EU-Staats- und Regierungschefs unterzeichnen den Vertrag zur Reform der Europäischen Union. Rechtskräftig wird der Vertrag, wenn ihn alle 27 EU-Staaten ratifiziert haben. (→ 19.10.)

13.12. Berlin Die 320. Plenarsitzung der *Konferenz der Kultusminister (KMK)* befasst sich u. a. mit einem Positionspapier zur Bildungs-, Wissenschafts- und Kulturpolitik in der Europäischen Union. Mit Beginn des neuen Jahres übernimmt die saarländische Ministerin für Bildung, Familie, Frauen und Kultur Annegret Kramp-Karrenbauer die Präsidentschaft. Als zweite Vizepräsident und Sprecher für Kultur wird der bayerische Staatsminister Thomas Goppel gewählt. (→ 28.2., 14./15.6., 17./18.10.)

15.12. Wiesbaden Die *Gesellschaft für deutsche Sprache* kürt »Klimakatastrophe« zum »Wort des Jahres«, weil es die Diskussion im ablaufenden Jahr geprägt habe: »Klimakatastrophe zeigt die Richtung, die der Klimawandel annimmt«. Auf Platz zwei landet »Herdprämie«, gefolgt von »Raucherkneipe«. Auf Platz zehn der Liste kommt der Slogan »Alles wird Knut«. (→ 20.1., 11.6., 25.10.)

20.12. Bad Homburg Der Hessische Minister für Wissenschaft und Kultur, die Kreise Main-Taunus und Hochtaunus sowie die Städte Frankfurt am Main und Darmstadt gründen die *Kulturfonds Frankfurt RheinMain GmbH*. Der *Kulturfonds* soll kulturelle Großereignisse mit nationaler und internationaler Bedeutung fördern.

28.12. München Bei den Naturkatastrophen 2007 belaufen sich die volkswirtschaftlichen Schäden auf 75 Mrd. Dollar – rund die Hälfte mehr als 2006.

Mehr als 20 000 Menschen kamen in diesem Jahr durch Erdbeben, Hurrikane und andere Katastrophen ums Leben. Die Zahl der Naturkatastrophen ist auf 950 gestiegen, den höchsten Wert seit Beginn der Erfassung 1974. (→ 6.4., 4.5., 7.6., 7.7., 17.11.)

31.12. New York/London Das teuerste Kunstwerk bei internationalen Auktionen 2007 war Mark Rothkos »White Center (Yellow, Pink and Lavender on Rose)« (1950) mit 65,8 Mio. Dollar, gefolgt von Andy Warhols »Green Car Crash« (1963) mit 64,0 Mio. Euro, der Kalkstein-Schnitzerei »Guennol Lioness« (3 000 v. Chr.) mit 51,0 Mio. Euro. Auf die weiteren Plätze kamen Werke von Francis Bacon, Paul Gauguin, Raffael, Claude Monet und Mark Rothko. Bei deutschen Auktionen erzielte Emil Noldes »Nadja« (1919) mit 2,15 Mio. Euro den höchsten Preis, gefolgt von Ernst Ludwig Kirchners »Landschaft am Ufer« (1913) und August Mackes »Frau mit Papagei in einer Landschaft« (1914) mit jeweils 2,0 Mio. Euro sowie Emil Noldes »Kleine Sonnenblumen« (1946) mit 1,8 Mio. Euro. Die nächst höheren Preise erzielten Werke von Alexej von Jawlensky, Bridget Riley, Adolph Menzel, Alberto Giacometti, Heinrich Campendonk, Fernand Léger und eine chinesische Vase.

31.12. Hamburg Auf der Belletristik-Jahresbestsellerliste von *Buchreport* und *Spiegel* steht bei den Hardcover-Büchern 2007 Joanne K. Rowling mit dem siebten Band von Harry Potter »H. P. und die Heiligtümer des Todes« auf Platz 1, mit dessen englischer Ausgabe auf Platz 2 und mit »H. P. und der Halbblutprinz« auf Platz 16. Auf dem dritten Platz landet Andrea Maria Schenkel mit »Tannöd«, die mit »Kalteis« ein zweites Buch auf den 10. Platz bringt. Mit drei Büchern ist Cornelia Funke vertreten (4: »Tintentod«, 9: »Tintenherz«, 19.: »Tintenblut«). Auf dem 5. Platz steht Julia Franck mit »Die Mittagsfrau«, gefolgt von Daniel Kehlmanns »Vermessung der Welt«. Weitere Bestseller sind Marina Lewyckas »Kurze Geschichte des Traktors auf Ukrainisch« (8), Khaled Hosseins »Tausend strahlende Sonnen« (11), Donna Leons »Wie durch ein dunkles Glas« (12) und Henning Mankells »Die italienischen Schuhe« (13).
Bei den Sachbüchern dominieren religiöse Themen mit Hape Kerkeplings »Ich bin dann mal weg« (Platz 1), gefolgt von Bendikt XVI. »Jesus von Nazareth«, Richard Dwarkins »Der Gotteswahn« (6), Veronika Peters »Was in zwei Koffer passt – Klosterjahre« (9) und Tiziano Terzanis »Das Ende ist mein Anfang« (10). Mit Eva-Maria Zuhorst »Liebe dich selbst« (4), Susanne Fröhlich/Constanze Kleis (»Runzel-Ich – Wer schön sein will …«, 7) und Petra Gerster (»Reifeprüfung – Die Frau von 50 Jahren«, 8) stehen drei Ratgeber auf den Plätzen. Roberto Savianos »Gomorrah« steht auf Platz 5 und Eric Claptons Biografie »Mein Leben« an 10. Stelle.
Bei den meistverkauften DVDs belegt »Harry Potter und der Orden des Phönix« Platz 1, gefolgt von »Casino Royal«, »Pirates of the Caribbean – Am Ende der Welt«, »300« sowie »Deutschland. Ein Sommermärchen«.

31.12. Berlin Nach der Bilanz der *Filmförderungsanstalt (FFA)* kamen 2007 gegenüber dem Vorjahr knapp 11,3 Millionen weniger Besucher (124,4 Mio.) in die deutschen Kinos. Das bedeutet einen Rückgang um 8,2 Prozent. Auch die Umsätze gingen um 5,7 Prozent zurück auf 760 Millionen Euro (2006: 814 Mio.). Der erfolgreichste Film 2007 war »Harry Potter und der Orden des Phönix« mit 7 Mio. Besuchern, gefolgt von »Pirates of the Caribbean« und »Ratatouille« mit jeweils rund 6 Millionen Zuschauern. Der bestbesuchteste deutsche Film war mit 2,45 Millionen Besuchern »Die wilden Kerle 4«, gefolgt von Bully Herbigs »Lissi und der wilde Kaiser« (2,7 Mio.). 2007 gab es 484 Neustarts, drei weniger als 2007. Der deutsche Film verzeichnete mit 174 Neustarts genau so viele wie 2006. (→ 7.2.)

Bibliographie kulturpolitischer Neuerscheinungen 2007

Bei dieser Bibliographie deutschsprachiger Neuerscheinungen aus dem Jahr 2007 handelt es sich um einen Auszug aus der für das *Kulturpolitische Informationssystem* (»*kis*«) vom *Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft* erstellten Datenbank. In diese werden Bücher und Broschüren, Aufsätze aus Sammelbänden und Loseblattwerken sowie Zeitschriftenaufsätze aufgenommen. Darüber hinaus werden ausgewählte Bundestags- und Landtagsdrucksachen zum Themenfeld erfasst sowie »graue« Literatur, soweit sie uns zugänglich ist; Buchbesprechungen und Artikel aus Zeitungen finden nur in Ausnahmefällen Aufnahme.

Gegenstand der Bibliographie sind Kulturpolitik und kulturpolitische Praxisfelder. Insgesamt ist für die Aufnahme eines Eintrags der kulturpolitische Aspekt ausschlaggebend. Wie in den Vorjahren mussten aus Platzgründen einige weitere Einschränkungen vorgenommen werden: In der Druckfassung weggelassen werden mussten die meisten Artikel mit geringem Seitenumfang. Zudem musste auf die gesamte Rubrik »Medien« verzichtet werden.

Jede bibliographische Angabe ist in der Regel nur einmal aufgeführt, einzelne Beiträge aus ebenfalls aufgenommenen Sammelbänden nur dann, wenn sie einer anderen Rubrik als der des Sammelbandes zuzuweisen waren.

Den Rubriken voran stehen jeweils die einschlägigen Fachzeitschriften, wobei diese nicht identisch sind mit den für die Bibliographie laufend ausgewerteten. Die Liste dieser laufend ausgewerteten Fachzeitschriften umfasst über hundert Titel, darunter auch soziologische, allgemeinpolitische, Rechts- und Verwaltungszeitschriften.

Die ausführliche kumulierte Bibliographie-Datenbank des »*kis*« ist online zugänglich unter http://www.kupoge.de.

In den *Kulturpolitischen Mitteilungen*, der Zeitschrift für Kulturpolitik der *Kulturpolitischen Gesellschaft*, erscheint viermal im Jahr ebenfalls ein aktueller Auszug mit Neuerscheinungen aus dem Berichtszeitraum. Hier werden in jedem Heft darüber hinaus auf acht Seiten Buchneuerscheinungen vorgestellt und rezensiert.

1 Kultur und Gesellschaft – Kulturverständnis – Kulturwissenschaften

2 Kulturpolitik

2.1 Grundlagen

2.2 Kommunale Kulturpolitik
2.2.1 Allgemein
2.2.2 Einzelne Städte

2.3 Regionale Kulturpolitik

2.4 Kulturpolitik der Länder

2.5 Kulturpolitik auf Bundesebene
2.5.1 Allgemein
2.5.2 Einzelne Felder
2.5.2.1 Urheberrecht, Folgerecht, Verwertung
2.5.2.2 Künstlersozialversicherung
2.5.2.3 Steuerrecht und andere rechtliche Regelungen
2.5.2.4 Auswärtige Kulturpolitik allgemein
2.5.2.5 Kulturgüterschutz, Beutekunst, Restitution etc.

2.6 Kulturförderung, Kulturfinanzierung
2.6.1 Allgemein
2.6.2 Öffentliche Kulturförderung und Kulturausgaben
2.6.3 Private Kulturfinanzierung, Sponsoring, Mäzenatentum, Stiftungen

2.7 Kulturmanagement

2.8 Qualitätsmessung, Evaluation, Nutzerforschung

2.9 Kultur und Ökonomie – Kulturwirtschaft – Kultur und Arbeit

3 Kulturpolitische Positionen von Parteien und Verbänden

4 Europäische und internationale Kulturpolitik

4.1 Allgemein

4.2 Kulturpolitik der EU

4.3 Überstaatliche Organisationen

4.4 Kulturpolitik in anderen Ländern

5 Kulturpolitische Praxisfelder

5.1 Theater
5.1.1 Allgemein
5.1.2 Theaterstruktur, Theaterfinanzierung
5.1.3 Kinder- und Jugendtheater, Theaterpädagogik
5.1.4 Freies Theater

5.2 Musik
5.2.1 Allgemein
5.2.2 Musikpädagogik
5.2.3 Musikschulen und Musikhochschulen

5.3 Bildende Kunst
5.3.1 Allgemein
5.3.2 Kunstpädagogik
5.3.3 Kunstschulen, Kunsthochschulen

5.4 Museen und Ausstellungen
5.4.1 Allgemein
5.4.2 Museumspädagogik, Kindermuseen

5.5 Kunst im öffentlichen Raum, Straßenkunst

5.6 Kulturelles Erbe
5.6.1 Denkmäler, Denkmalschutz
5.6.2 Erinnungskultur, Mahn- und Gedenkmale

5.7 Literatur und Bibliothek
5.7.1 Allgemein
5.7.2 Bibliotheken
5.7.3 Leseförderung, Leseforschung, Literaturförderung

5.8 Volkshochschulen, kulturelle Erwachsenenbildung

5.9 Soziokultur und soziokulturelle Praxisfelder

5.10 Kulturpädagogik, kulturelle Bildung, ästhetische Erziehung

5.11 Archive

5.12 Baukultur

6 Weitere kulturpolitische Themen und Felder

6.1 Interkulturelle Kulturarbeit

6.2 Kultur und Nachhaltigkeit

6.3 Events, Festivals, Freizeitkultur, Tourismus

6.4 Kultur und Kunst als Beruf

6.5 Bürgerschaftliches Engagement, Freiwilligenarbeit, Ehrenamt

1 Kultur und Gesellschaft – Kulturverständnis – Kulturwissenschaften

Adolf, Marian: »A Goad for Everyone Else: Die Medienkulturwissenschaft der Cultural Studies«, in: *Österreichische Zeitschrift für Soziologie*, Heft 4/2007, S. 66–89

Antweiler, Christoph: *Was ist den Menschen gemeinsam? Über Kultur und Kuturen*, Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft 2007, 320 S.

Appiah, Kwame Anthony: *Der Kosmopolit. Philosophie des Weltbürgertums*, München: C. H. Beck 2007, 222 S.

Bhabha, Homi K.: *Die Verortung der Kultur*, Tübingen: Stauffenberg-Verlag (Stauffenberg discussion, 5) 2007, 408 S. (unveränd. Nachdr. der 1. Auflage 2000)

Beyme, Klaus von: *Theorie der Politik im 20. Jahrhundert. Von der Moderne zur Postmoderne*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2007, 394 S.

Bielefeld, Christian/Dahmen, Udo/Grossmann, Rolf (Hrsg.): *PopMuscology. Perspektiven der Popmusikwissenschaft*, Bielefeld: transcript 2007, 220 S.

Boeckh, Andreas/Sevilla, Rafael (Hrsg.): *Kultur und Entwicklung. Vier Weltregionen im Vergleich*, Baden-Baden: Nomos 2007, 219 S.

Bollenbeck, Georg: *Eine Geschichte der Kulturkritik. Von Rousseau bis Günter Anders*, München: C. H. Beck 2007, 320 S.

Bonacker, Thorsten/Reckwitz, Andreas (Hrsg.): *Kulturen der Moderne. Soziologische Perspektiven der Gegenwart*, Frankfurt am Main: Campus 2007, 324 S.

Brenne, Andreas: »Sündenbock-Puppen. Wer ist Schuld? Der Nubbel ist Schuld. Er soll brennen!«, in: *BDK-Mitteilungen*, Heft 1/2007, S. 34–35

Briedis, Kolja/Minks, Karl-Heinz: *Generation Praktikum. Mythos oder Massenphänomen, Hochschul-Informations-System GmbH*: Hannover (Selbstverlag) 2007, 11 S.

Brown, Juanita/Isaacs, David: *Das World Cafe. Kreative Zukunftsgestaltung in Organisationen und Gesellschaft*, Heidelberg: Carl-Auer Verlag 2007, 191 S.

Büschemann, Karl-Heinz: *Der Rauswurf aus dem Paradies. Wohlstandskiller Energie*, Hamburg: Murmann 2007, 220 S.

Caduff, Corina/Wälchli, Tan (Hrsg.): *High Low. Hoch- und Atagskultur in Musik, Kunst, Literatur, Tanz und Kino*, Berlin: Kadmos (Kaleidogramme, 27) 2007, 158 S.

Calmbach, Marc: *More than Music. Einblicke in die Jugendkultur Hardcore*, Bielefeld: transcript 2007, 282 S.

Couldry, Nick: »Soziologie und das Versprechen der Cultural Studies«, in: *Österreichische Zeitschrift für Soziologie*, Heft 4/2007, S. 14–20

Därmann, Iris/Jamme, Christoph (Hrsg.): *Kulturwissenschaften. Konzepte, Theorien, Autoren*, Paderborn: Wilhelm Fink 2007, 373 S.

Ehrenberg, Alain: »Depression: Unbehagen der Kultur oder neue Formen der Sozialität«, in: *Texte zur Kunst*, Heft 65 (2007), S. 56–65

Ensslin, Felix/Heiser, Jörg/Rebentisch, Juliane/Rottmann, André/Verwoert, Jan: »Powered by Emotion? Ein Roundtablegespräch über Romantik, Kunst und Melancholie«, in: *Texte zur Kunst*, Heft 65 (2007), S. 34–55

Fleckner, Uwe (Hrsg.): *Angriff auf die Avantgarde. Kunst und Kunstpolitik im Nationalsozialismus*, Berlin: Akademie Verlag (Schriften der Forschungsstelle »Entartete Kunst«, 1) 2007, 397 S.

Frey, Peter (Hrsg.): *77 Wertsachen. Was gilt heute?*, Freiburg im Breisgau: Herder 2007, 224 S.

Gleißner, Friedrich/Ruedl, Hanspeter/Schneider, Heinrich/Schwarz, Ludwig (Hrsg.): *Religion im öffentlichen Raum. Religiöse Freiheit im neuen Europa*, Wien: Böhlau 2007, 120 S.

Göhmann, Lars: »Kunst, Kultur, Gesellschaft – zwischen Internationalität und Globalisierung«, in: *Spiel&Bühne*, Heft 3/2007, S. 6–9

Göttlich, Udo: »Die Soziologie der Cultural Studies«, in: *Österreichische Zeitschrift für Soziologie*, Heft 4/2007, S. 3–13

Hecken, Thomas: *Theorien der Populärkultur. Dreißig Positionen von Schiller bis zu den Cultural Studies*, Bielefeld: transcript 2007, 230 S.

Heidbrink, Ludger (Hrsg.): *Das Ende der Bescheidenheit. Zur Verbesserung der Kultur- und Geisteswissenschaften*, München: C. H. Beck (Beck'sche Reihe, 1747) 2007, 190 S.

Heidbrink, Ludger/Hirsch, Alfred (Hrsg.): *Staat ohne Verantwortung? Zum Wandel der Aufgaben von Staat und Politik*, Frankfurt am Main: Campus 2007, 500 S.

Heil, Christine: *Kartierende Auseinandersetzung mit aktueller Kunst. Erfinden und Erforschen von Vermittlungssituationen*, München: kopaed 2007, 362 S.

Hieber, Lutz/Schrage, Dominik (Hrsg.): *Technische Reproduzierbarkeit. Zur Kultursoziologie massenmedialer Vervielfältigung*, Bielefeld: transcript (Kultur und Medientheorie) 2007, 200 S.

Jansen, Stephan A./Priddat, Birger P./Stehr, Nico (Hrsg.): *Die Zukunft des Öffentlichen. Multidisziplinäre Theorie-Perspektiven für eine Öffnung der Diskussion des Öffentlichen*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2007, 332 S.

Kaatsch, Hans-Jürgen (Hrsg.): *Ethik des Alters*, Berlin/ Münster: Lit (Ethik interdisziplinär, 14) 2007, 81 S.

Kappelhoff, Hermann: »Der Film: ein Text, ein Bild, ein Objekt. Zur psychoanalytischen Theorie des Zuschauers«, in: *Texte zur Kunst*, Heft 68 (2007), S. 103–112

Kimminich, Eva/Rappe, Michael/Geuen, Heinz/Pfänder, Stefan (Hrsg.): *Express yourself! Europas kulturelle Kreativität zwischen Markt und Underground*, Bielefeld: transcript 2007, 254 S.

Kleiner, Marcus S.: *Im Widerstreit vereint. Kulturelle Globalisierung als Geschichte der Grenzen*, Bielefeld: transcript 2007, 150 S.

Kollmorgen, Raj: »Diskursive Missachtung. Zur Subalternisierung ostdeutscher Soziokulturen«, in: *Deutschland Archiv*, Heft 2/2007, S. 481–491

Kröncke, Meike/Mey, Kerstin/Spielmann, Yvonne (Hrsg.): *Kultureller Umbau. Räume, Identitäten und Re/Präsentationen*, Bielefeld: transcript 2007, 208 S.

Lehmann, Harry: »Schönheit – Wahrheit – Kunst? Zur Neujustierung ästhetischer Kategorien«, in: *Neue Zeitschrift für Musik*, Heft 3/2007, S. 16–21

Lehmann, Harry: »Schneeschaufel im Museum, Stille als Musik. Vom Staunen der Kinder zum Staunen der Kunst«, in: *Neue Zeitschrift für Musik*, Heft 4/2007, S. 16–21

Lepenies, Wolf: »Geisteswissenschaft in der Fremde. Eine besondere Krisendiskussion ist angebracht«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 2/2007, S. 1–5

Lütticken, Sven: »Der Rebell als Konsument. Über Künstlermythen, romantisch und/oder zeitgenössisch«, in: *Texte zur Kunst*, Heft 65 (2007), S. 66–79

Mattl, Siegfried (Hrsg.): *Filmwissenschaft als Kulturwissenschaft*, Bielefeld: transcript (Zeitschrift für Kulturwissenschaften, 2) 2007, 119 S.

Mesch, Stefan/Splittgerber, Kai (Hrsg.): *Kulturtagebuch. Leben und Schreiben in Hildesheim*, Hildesheim: Glück und Schiller 2007, 378 S.

Miegel, Meinhard: *Epochenwende. Gewinnt der Westen die Zukunft?*, Berlin: Propyläen 2007, 312 S.

Misik, Robert: *Das Kultbuch. Glanz und Elend der Kommerzkultur*, Berlin: Aufbau-Verlag 2007, 199 S.

Mörchen, Helmut: »Schule der Arbeitslosen. Bewegendes von Bühne, Literatur und Fernsehunterhaltung«, in: *Neue Gesellschaft/Frankfurter Hefte*, Heft 12/2007, S. 70–72

Plum, Jacqueline: *Französische Kulturpolitik in Deutschland 1945–1955. Jugendpolitik und internationale Begegnungen als Impulse für Demokratisierung und Verständigung*, Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag 2007, 347 S.

Raunig, Gerald/Wuggenig, Ulf (Hrsg.): *Kritik der Kreativität*, Wien: Turia + Kant 2007, 251 S.

Reckwitz, Andreas: *Die Transformation der Kulturtheorien. Zur Entwicklung eines Theorieprogramms*, Weilerswist: Velbrück 2007, 728 S.

Robertson-von Trotha, Caroline Y. (Hrsg.): *Kultur und Gerechtigkeit*, Baden-Baden: Nomos (Kulturwissenschaft interdisziplinär, 2) 2007, 241 S.

Sennett, Richard: »Kulturmaterialismus«, in: *Blätter für deutsche und internationale Politik*, Heft 5/2007, S. 585–590

Siegmund, Judith: »Die Dienste, die Kunst uns leistet, sind keine Dienstleistungen. Zum Diskurs zwischen Autonomie, Anspruch und Vereinnahmung«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 118 (III/2007), S. 67–69

Stern, Klaus/Raabe, Paul/Scholz, Rupert: »Staatsziel Kultur«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 2/2007, S. 20–22

Strachwitz, Rupert Graf: »Neue Rahmenbedingungen für die Zivilgesellschaft«, in: *liberal*, Heft 1/2007, S. 27–30

Virchow, Fabian/Tanja, Thomas: »Militär und Krieg in einer Medienkultur: Perspektivierungen aus Sicht von Cultural Studies und Politischer Kulturforschung«, in: *Österreichische Zeitschrift für Soziologie*, Heft 4/2007, S. 40–65

Wagner, Bernd: »Symbolische Politik und russisches Roulette mit neun Kugeln«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 116 (I/2007), S. 21–23

Warneken, Bernd Jürgen: *Die Ethnographie populärer Kulturen. Eine Einführung*, Wien: Böhlau 2007, 409 S.

Weddingen, Tristan/Zschocke, Nina/Trempler, Jörg/Schmidt, Sarah u. a.: »Mythen der Kunstwissenschaft«, in: *Kritische Berichte*, Heft 3/2007, S. 3–89

Weibel, Peter: »Artmix. Die Entgrenzung der Kunst«, in: *Neue Zeitschrift für Musik*, Heft 5/2007, S. 16–21

Winter, Rainer: »Das Geheimnis des Alltäglichen. Michel de Certeau und die Kulturanalyse«, in: *Österreichische Zeitschrift für Soziologie*, Heft 4/2007, S. 21–39

Zehelein, Klaus/Goehler, Adrienne: »Kunst oder Bildung. Autonomie oder Arbeit an der Wissensgesellschaft. Ein Gespräch«, in: *Theater heute*, Heft 3/2007, S. 4–9

Zimmermann, Olaf/Huber, Wolfgang/Neubert, Christhard-Georg u. a.: »Kultur und Kirche«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 2/2007, S. 16–19

2 Kulturpolitik

2.1 Grundlagen

Kulturpolitische Mitteilungen. Zeitschrift für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft, Bonn: Kulturpolitische Gesellschaft (viermal im Jahr)

Kunst & Kultur. Kulturpolitische Zeitschrift der IG Medien, Stuttgart: IG Medien (achtmal im Jahr)

Politik und Kultur (puk). Zeitung des Deutschen Kulturrates, Regensburg: ConBrio Verlagsgesellschaft mbH (zweimonatlich)

Articus, Stephan: »Föderalismusreform II: Chance zur Modernisierung«, in: *der städtetag*, Heft 3/2007, S. 17–19

Baatz, Ursula u. a.: *Bilderstreit 2006: Pressefreiheit? Blasphemie? Globale Politik?*, Wien: Picus (Wiener Vorlesungen im Rathaus, 122) 2007, 72 S.

Beck, Kurt: »Aus dem kritischen Dialog mit Künstlern lernen. Kulturpolitik und Sozialdemokratie«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 4/2007, S. 3–4

Beck, Kurt/Thierse, Wolfgang/Steinbrück, Peer u. a.: »Debatte zum Leitantrag ›Kultur ist unsere Zukunft‹ Hamburger Bundesparteitag der SPD«, in: *Kulturnotizen*, Heft 11/2007, S. 4–15

Beckstein, Günther/Laschet, Armin/Ehrle, Michael/Kaminski, Wilfried u. a.: »Streitfall: Computerspiele«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 3/2007, S. 7–16

Berlin-Brandenburgische Akademie der Wissenschaften (Hrsg.): *Preußen als Kulturstaat*, Berlin: Berlin-Brandenburgische Akademie der Wissenschaften 2007, 31 S.

Bettge, Götz: »›Die Brücke‹. Ein Ort der Völkerverständigung und der politischen Bildung«, in: *Der Märker*, Heft 1–4/2007, S. 150–153

Birke, Peter: »Die Protestbewegungen und die ›kulturelle Revolution‹ der 1960er Jahre in der bundesdeutschen Historiographie: Montage und Virtualität«, in: *Sozial.Geschichte*. Zeitschrift für historische Analyse des 20. und 21. Jahrhunderts, Heft 2/2007

Brown, Juanita/Isaacs, David: *Das World Cafe. Kreative Zukunftsgestaltung in Organisationen und Gesellschaft*, Heidelberg: Carl-Auer-Verlag 2007, 191 S.

Bühren, Ralf van: *Kunst und Kirche im 20. Jahrhundert. Die Rezeption des Zweiten Vatikanischen Konzils*, Paderborn: Fedinand Schöningh 2007, 980 S.

CDU/CSU-Bundestagsfraktion/Pawelski, Rita/Börnsen, Wolfgang/Connemann, Gitta u. a.: »Berichte aus der Kulturpolitik. Berichtszeitraum November 2006 bis 15. Oktober 2007«, in: *Im Gespräch*, Heft 19 (2007), S. 5–37

Demand, Christian: »Die Invasion der Barbaren. Weshalb ist Kultur eigentlich immer bedroht?«, in: *Merkur*, Heft 8–9/2007, S. 870–880

Derleder, Peter: »Rechtsstaat, Sozialstaat, Kulturstaat. Überlegungen zur Fortentwicklung alter Theorien«, in: *Kri-*

tische Justiz. Vierteljahresschrift für Recht und Politik 2007, S. 110–123

Ehrmann, Siegmund: »Kulturpolitik: Aufgabe von Staat, Zivilgesellschaft und Markt«, in: *Kulturnotizen*, Heft 11/2007, S. 41–44

Fahlenbach, Kathrin/Klimke, Martin/Scharloth, Joachim: »›Macht Happening und schmeißt Genossen raus‹. Internationale Protestkulturen um 1968 und ihre kulturgeschichtlichen Folgen«, in: *Kulturstiftung des Bundes*, Heft 10/2007, S. 4–5

Fehervary, Helen/Fischer, Bernd (Hrsg.): *Kulturpolitik und Politik der Kultur/Cultural Politics and the Politics of Culture. Festschrift für Alexander Stephan*, Bern: Lang, Peter (German Life and Civilisation, 47) 2007, 489 S.

Fuchs, Max: »Die Verbände im Fokus. Zum politischen Mandat zivilgesellschaftlicher Organisationen in der Kulturpolitik«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 3/2007, S. 5–6

Fuchs, Max: »Kulturelle Vielfalt – Europas Reichtum. Fachkonferenz im Rahmen der Deutschen EU-Präsidentschaft 2007 vom 26. bis 28.4.2007 in Essen«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 4/2007, S. 23–24

Fuchs, Max: *Kulturpolitik*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2007, 133 S.

Glaser, Hermann: *Die 60er Jahre. Deutschland zwischen 1960 und 1970*, Hamburg: Ellert&Richter 2007, 192 S.

Haslauer, Wilfried: »Kultur ist mehr als Standortmarketing«, in: Mozart 2006 Salzburg/Robert-Jungk-Bibliothek für Zukunftsfragen (Hrsg.): *Sustainable Mozart, Kunst, Kultur und Nachhaltigkeit*, Salzburg: Robert-Jungk-Bibliothek für Zukunftsfragen 2007, S. 125–126

Horky, Dieter: »Immer wieder in der Diskussion. Die Freiheit der Kunst«, in: *kulturpolitik*, Heft 4/2007, S. 6–7

Imorde, Jens: »Identität durch Kunst und Kultur«, in: *Das Rathaus*, Heft 5/2007, S. 133–134

Isensee, Josef: »Wiederentdeckung deutscher Identität. Verfassungstheoretische Anmerkungen zur Leitkultur«, in: *Die Ordnung der Freiheit, Festschrift für Christian Starck zum 70. Geburtstag*, Tübingen: Mohr Siebeck 2007, S. 55–72

Kleinert, Matthias/Wintermantel, Margret/Beiner, Marcus: »Jahr der Geisteswissenschaften«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 5/2007, S. 13–16

Knüppel, Helmut (Hrsg.): *Wege und Spuren. Verbindungen zwischen Bildung, Wissenschaft, Kultur, Geschichte und Politik, Festschrift für Joachim-Felix Leonhard*, Berlin: Verlag für Berlin-Brandenburg (Schriftenreihe des Wilhelm-Fraenger-Instituts Potsdam, 10) 2007, 921 S.

Köppen, Manuel/Schütz, Erhard (Hrsg.): *Kunst der Propaganda. Der Film im Dritten Reich*, Frankfurt am Main u. a.: Peter Lang (Publikationen zur Zeitschrift für Germanistik, 15) 2007, 298 S.

Körper, Fritz Rudolf/Höppner, Christian/Feierabend, Sabine/Rathgeb, Thomas u. a.: »Streitfall Computerspiele«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 4/2007, S. 9–15

Koppel, Oliver: *Föderalismusreform. Leitfaden für die nächsten Schritte* (hrsg. v. Institut der Deutschen Wirtschaft), Köln: Deutscher Instituts-Verlag 2007, 32 S.

Kramer, Dieter: »Das entmündigte Publikum. Kunst ist autonom – aber das Publikum ist auch Subjekt des Kunstprozesses, nicht nur Objekt der Vermittlung«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 116 (I/2007), S. 68–69

Kuballa, Ulrich: »Politik in Karikatur, Comic und Computerspiel«, in: *BDK-Mitteilungen*, Heft 4/2007, S. 33–34

Lüddemann, Stefan: *Mit Kunst kommunizieren. Theorien, Strategien, Fallbeispiele*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2007, 198 S.

Magdowski, Iris: »Leitkultur und Weltoffenheit. Die CDU arbeitet an einem neuen Grundsatzprogramm«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 117 (II/2007), S. 14–15

Neumann, Bernd/Börnsen, Wolfgang/Wanka, Johanna/Grosse-Brockhoff, Hans-Heinrich/Gauger, Jörg-Dieter/Clement, Hans-Jörg: »Kulturpolitik der CDU«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 6/2007, S. 3–9

Obergfell, Eva Inés: »Dichtung oder Wahrheit? Anmerkungen zum Spannungsverhältnis zwischen Kunstfreiheit und Persönlichkeitsrechtsschutz sowie zum Beschluss des BVerfG, in: *ZUM*. Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht, Heft 12/2007, S. 910–929

Opielka, Michael: *Kultur versus Religion? Soziologische Analysen zu modernen Wertkonflikten*, Bielefeld: transcript 2007, 190 S.

Rasche, Adelheid in Zusammenarbeit mit Christina Thomson (Hrsg.): *Christian Dior und Deutschland. 1947 bis 1957*, erschienen anlässlich der Ausstellung ›Christian Dior und Deutschland 1947 bis 1957‹ in der Kunstbibliothek Staatliche Museen zu Berlin in Zusammenarbeit mit der Deutschen Kinemathek – Marlene Dietrich Collection Berlin und dem Kunstgewerbemuseum, Staatliche Museen zu Berlin, 13. Februar bis 28. Mai 2007, Stuttgart: Arnoldsche Art Publishers 2007, 270 S.

Ries, Klaus: »Kultur als Politik. Das ›Ereignis Weimar-Jena‹ und die Möglichkeiten und Grenzen einer ›Kulturgeschichte des Politischen‹«, in: *Historische Zeitschrift*, 2007, S. 303–354

Scheytt, Oliver: *Kulturstaat Deutschland. Ein kulturpolitisches Plädoyer*, Bielefeld: transcript 2007, 200 S.

Scheytt, Oliver: »Polit-Marketing für Kultureinrichtungen. Empfehlungen für eine aktive Positionierung in politischen Entscheidungsprozessen«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 14 S., B 1.4

Schwencke, Olaf/Bühler, Joachim/Wagner, Katharina (Hrsg.): *Kulturpolitik von A–Z*, Berlin: Bostelmann & Siebenhaar 2007, 200 S.

Sievers, Norbert: »Neue Kulturpolitik plus. Wie die SPD versucht, ihre kulturpolitische Programmhoheit zurückzugewinnen«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 118 (III/2007), S. 10–11

Spieler, Klaus: »Computerspiele und kulturelle Kontrolle. Jugendschutz, Kultur und Kulturwirtschaft am Beispiel einer kulturellen Schlüsseltechnologie«, in: *kultur – kompetenz – bildung*, Heft 8/2007, S. 3–4

Stratmann, Bernhard: *Megastädte – Größe ohne Klasse? Zur Soziologie der Megaurbanisierung – Wissensstand und aktuelle Forschungsprogramme*, Hamburg: Kovac (Socialia, 86) 2007, 127 S.

Stunz, Holger R.: »Hitler und die ›Gleichschaltung‹ der Bayreuther Festspiele. Ausnahmezustand, Umdeutung und sozialer Wandel einer Kulturinstitution 1933–1934«, in: *Vierteljahrshefte für Zeitgeschichte*, Heft 2/2007, S. 237–268

Tesch, Henry: »Integrationspolitik und kulturelle Bildung. Der Nationale Integrationsplan von Bund, Länder und

Kommunen«, in: *kultur – kompetenz – bildung*, Heft 12/2007, S. 2–3

Theweleit, Klaus: »68 total Hybrid«, in: *Kulturstiftung des Bundes*, Heft 10/2007, S. 8–9

Topp, Hartmut H.: »Was bewegt die Stadt? Mobilität, Urbanität, Baukultur, Kunst«, in: *Internationales Verkehrswesen*, Heft 3/2007, S. 77–83

Wagner, Bernd: »Kulturpolitik (3). Bildung, Demokratisierung und ›Kulturstaat‹ als Legitimationsmuster«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 118 (III/2007), S. 72–73

Wagner, Bernd: »Kulturpolitik im Zusammenwirken von Staat, Markt und Gesellschaft«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 22 S., B 2.2

Wagner, Bernd: »›Tradition ist Bewahrung des Feuers und nicht Anbetung der Asche‹«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV/2007), S. 23–25

Willhöft, Manfred: »Kulturstaatsminister Neumann würdigt Kulturarbeit der Landkreise«, in: *Der Landkreis*, Heft 11/2007, S. 586–587

Wulf, Christian: »Eine Kulturpolitik für die Chancengesellschaft«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 6/2007, S. 1–2

Zimmermann, Olaf: »›Den Wert der schöpferischen Leistung wieder stärker in den Vordergrund rücken‹. Im Gespräch mit Rolf W. Stoll«, in: *Neue Zeitschrift für Musik*, Heft 2/2007, S. 10–13

Zimmermann, Olaf/Geißler, Theo (Hrsg.): *Die Kirchen, die unbekannte kulturpolitische Macht*, Berlin: Deutscher Kulturrat 2007, 108 S.

Zimmermann, Olaf/Schulz, Gabriele: »Von Pong und Blipo-mat bis zum Leben in Second Life. Computerspiele in der Diskussion – Zensur oder öffentliche Förderung«, in: *nmz. Neue Musikzeitung*, Heft 3/2007, S. 15–16

Zimmermann, Olaf/Schulz, Gabriele: »Zensur oder öffentliche Förderung? Computerspiele in der Diskussion«, in: *kultur – kompetenz – bildung*, Heft 8/2007, S. 1–2

2.2 Kommunale Kulturpolitik

2.2.1 Allgemein

der städtetag, herausgegeben vom Präsidium des Deutschen Städtetages, Köln: Carl Heymanns (zweimonatlich)

Stadt und Gemeinde interaktiv. Zeitschrift des Deutschen Städte und Gemeindebundes, Berlin/Bonn/Brüssel, herausgegeben von Präsidium des Deutschen Städte und Gemeindebundes, Burgwedel: Winkler & Stenzel (monatlich)

»Brot und Spiele. Die Stadt als Kunststück. Schwerpunktthema«, in: *Der Architekt*, Heft 2/2007, S. 22–66

»Bürgermitwirkung in Stadtentwicklungsprozessen. Schwerpunktthema«, in: *Informationen zur Raumentwicklung*, Heft 1/ 2007, S. 1–72

Informationen zur modernen Stadtgeschichte, Berlin: Deutsches Institut für Urbanistik (Stadt und Migration, 2) 2007, 148 S.

»Kultur ist keine Ware – Risiken und Chancen der kommunalen Kulturarbeit«, in: *Kommunalpolitische Blätter*, Heft 5/2007, S. 24–25

Articus, Stephan: »Städte sind Orte der Integration«, in: *der städtetag*, Heft 4/2007, S. 14–18

Articus, Stephan: »Zur Vernetzung von Städten«, in: *der städtetag*, Heft 6/2007, S. 28–30

Balleis, Siegfried/Hill, Jolana: »Die Kommune als Moderator und Koordinator gesellschaftlicher Verantwortungsübernahme«, in: *Politische Studien*, Heft 2/2007, S. 6–15

Baraulina, Tatjana: »Integration und interkulturelle Konzepte in Kommunen«, in: *aus politik und zeitgeschichte*, Heft 22-23/2007, S. 26–32

Baumeister, Martin: »Stadt und Migration in Europa. Aspekte einer vielschichtigen Wechselbeziehung«, in: *Informationen zur modernen Stadtgeschichte*, Heft 2/2007, S. 98–111

Beckmann, Klaus J.: »Städte der Zukunft brauchen Wissen«, in: *difu-Berichte*, Heft 2/2007, S. 2–4

Behrens, Roger: »Kritische Theorie der Stadt«, in: *Widerspruch*, Heft 46 (2007), S. 13–38

Bogumil, Jörg/Grohs, Stephan/Kuhlmann, Sabine /Ohm, Anna K.: *Zehn Jahre Steuerungsmodell. Eine Bilanz kommunaler Verwaltungsmodernisierung*, Berlin: edition sigma (Modernisierung des öffentlichen Sektors, Sonderband, 29) 2007, 342 S.

Bogumil, Jörg/Holtkamp, Lars/Kißler, Leo/Kuhlmann, Sabine/Reichard, Christoph/Schneider, Karsten/Wollmann, Hellmut: *Perspektiven kommunaler Verwaltungsmodernisierung. Praxiskonsequenzen aus dem Neuen Steuerungsmodell*, Berlin: edition sigma (Modernisierung des öffentlichen Sektors, 30) 2007, 99 S.

Bohne, Rainer/Kaufmann, Andreas u. a.: »Soziale Stadt. Schwerpunktthema«, in: *Planerin*, Heft 5/2007, S. 3–29

Brocke, Hartmut (Hrsg.): *Zu einer gemeinsamen Kultur der Zusammenarbeit zwischen der Zivilgesellschaft und kommunaler Politik und Verwaltung. Menschenrechtsbildung und Jugendpartizipation*, Berlin: Stiftung SPI 2007, 232 S.

Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (Hrsg.): *Auf dem Weg zu einer Nationalen Stadtentwicklungspolitik. Dokumentation Auftaktkongress, 2. Juli 2007, ewerk Berlin, Kongress in Zusammenarbeit mit Bauministerkonferenz – Konferenz der für Städtebau, Bau- und Wohnungswesen zuständigen Minister und Senatoren der Länder (ARGEBAU)/Deutscher Städtetag/Deutscher Städte- und Gemeindebund*, Berlin: Selbstverlag 2007, 24 S.

Burckardt, Jacob/Lefebvre, Henri: *Von der Stadt zur urbanen Gesellschaft*, Paderborn/München: Fink 2007, 408 S.

Derenbach, Rolf: »Plädoyer für eine Wiederbelebung. Die Geschichte des Örtlichen und der Stadt«, in: *Stadt und Gemeinde interaktiv*, Heft 7-8/2007, S. 275–278

Engert, Gabriel: »Kultur in den Kommunen«, in: *Der Bayerische Bürgermeister*, Heft 1/2007, S. 14–15

Fürth, Baureferat (Hrsg.): *Die wiederentdeckte Innenstadt. Aspekte der Stadtsanierung für Bewohner, Besucher und andere Neugierige*, Fürth 2007, 16 S.

Fuhrich, Manfred: »Stadtquartiere für Jung und Alt. Beitrag zur Umsetzung einer Nationalen Stadtentwicklungspolitik«, in: *Stadt und Gemeinde interaktiv*, Heft 11/2007, S. 427–428

Glück, Alois: »Kommunalpolitik und Aktive Bürgergesellschaft«, in: *Politische Studien*, Heft 2/2007, S. 50–60

Göddecke-Stellmann, Jürgen u. a.: »Soziale Stadtpolitik – eine Zukunftsaufgabe. Schwerpunktthema«, in: *Informationen zur Raumentwicklung*, Heft 6/2007, S. 345–450

Göschel, Albrecht: *Strategien und Verfahren für Forschung und Politik. Beiträge zum Forschungsverbund ›Stadt 2030‹*, hrsg. vom Deutschen Institut für Urbanistik, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (Zukunft von Stadt und Region, V) 2007, 215 S.

Goppel, Thomas: »Förderung der Kultur. Der Staat lässt die Kommunen nicht allein«, in: *Der Bayerische Bürgermeister*, Heft 1/2007, S. 16–17

Hafner, Sabine/Miosga, Manfred: »Großprojekte in München im Spannungsfeld zwischen wettbewerbsorientierter Stadtentwicklungsstrategie, sozialer Integration und ökologischen Belangen«, in: *DISP*, Heft 4/2007, S. 25–35

Hatzfeld, Ulrich: »Stadtpositionen und Stadtpolitik. Strategische Ansätze für eine nationale Stadtentwicklungspolitik«, in: *Forum Wohneigentum*, Heft 6/2007, S. 299–302

Hirsch, Stefan: »Brauchtum in den Kommunen«, in: *Politische Studien*, Heft 2/2007, S. 130–137

Höpel, Thomas: *Von der Kunst- zur Kulturpolitik. Städtische Kulturpolitik in Deutschland und Frankreich 1918–1939*, Stuttgart: Steiner (Franz) 2007, 516 S.

Huber, Peter M.: »Öffentliche Aufgabenerfüllung bei sich wandelnden Marktbedingungen«, in: *Der Landkreis*, Heft 8–9/2007, S. 445–455

Jessen, Johann/Walther, Uwe-Jens: »Schrumpfende Städte«, in: *Sociologia Internationalis*, Heft 4/2007, S. 383–392

Krause, Manfred: »Integration trotz Segregation. Das viel beachtete und von der Schader-Stiftung federführend betreute Projekt ›Zuwanderer in der Stadt – Perspektiven sozialräumlicher Integration‹ ist beendet. Ein Mitwirkender zieht Bilanz«, in: *AKP*, Heft 1/2007, S. 28–29

Kreidl, Jakob/Stein, Peter: »Heimat lebens- und liebenswert gestalten: Herausforderung für Staat und Kommunen im Zeichen veränderter Rahmenbedingungen«, in: *Politische Studien*, Heft 2/2007, S. 16–29

Lehner, Julia: »Kultur ist keine Ware. Vor dem Hintergrund schwieriger Haushaltslagen und Reformdebatten droht die Kultur zu einem reinen Wirtschaftsfaktor zu verkommen – unsere kulturelle Vielfalt geht langsam verloren«, in: *Kommunalpolitische Blätter*, Heft 5/2007, S. 24–25

Merkel, Angela: »Städte brauchen Gestaltungsspielraum«, in: der *städtetag*, Heft 4/2007, S. 19–21

Metscher, Walter: »Stadtentwicklung in der Bürgergesellschaft. Rahmenbedingungen, Zwischenergebnisse und Arbeitshypothesen am Beispiel der Handlungsfelder ›Stadtumbau‹ und ›soziale Stadt‹«, in: *Forum Wohneigentum*, Heft 6/2007, S. 326–330

Metzner, Helmut: »Kultur – Zukunftsenergie für Kommunen«, in: *Das Rathaus*, Heft 4/2007, S. 107–109

Müller, Christa: »Interkulturelle Gärten – Urbane Orte der Subsistenzproduktion und der Vielfalt«, in: *Deutsche Zeitschrift für Kommunalwissenschaften*, Heft 1/2007, S. 55–67

Nadler, Michael: »(Innen-)Stadtentwicklungsfonds. Public Private Partnerships im Spannungsfeld zwischen Immobilienbestandsentwicklung und Stadterneuerung«, in: *Zeitschrift für Öffentliche und Gemeinwirtschaftliche Unternehmen*, Heft 4/2007, S. 414–435

Richter, Reinhart/Drews, Albert (Hrsg.): *Kommunale Kulturpolitik in Europa. Eine Lernpartnerschaft*, Rehburg-Loccum: Evangelische Akademie Loccum (51. Loccumer Kulturpolitisches Kolloquium) 2007, 147 S.

Roßberg, Ingolf: *Die marktorientierte Umstrukturierung kommunaler Kultureinrichtungen. Besonderheiten und Lösungsansätze*, Marburg: Tectum 2007, 246 S.

Roter, Andreas: »Gebündelte Infrastrukturkonzepte für Schule, Kultur, Sport und Freizeit«, in: *Städte- und Gemeinderat*, Heft 10/2007, S. 10–12

Roth, Roland: »Moderner Staat und Bürgerkommune. Modelle der Partizipation auf dem Prüfstand. Anregung für eine Belebung der Kiezperspektive«, in: *Rundbrief. Verband für sozial-kulturelle Arbeit*, Heft 1/2007, S. 19–22

Sailer, Martin: »Demographischer Wandel und familiennahe Infrastruktur – Weichenstellungen für die Zukunft unserer Kommunen«, in: *Politische Studien*, Heft 2/2007, S. 50–60

Schmid, Josef: »Zukunftsperspektiven der Stadtgesellschaft – Kommunalpolitik findet Stadt«, in: *Politische Studien*, Heft 2/2007, S. 30–37

Siebel, Walter: »Die Stadt als Ort der Integration. Ergebnisse und Schlussfolgerungen«, Projekt der Schader-Stiftung ›Zuwanderer in der Stadt‹, in: *Wohnen*, Heft 9/2007, S. 416–419

Sinnig, Heidi: »Stadtplanung, Stadtentwicklung, Stadtmanagement: Herausforderungen für eine nationale Stadtentwicklungspolitik«, in: *Forum Wohneigentum*, Heft 6/2007, S. 299–302

Stoiber, Edmund: »Kommunen sind Herzstück der Demokratie«, in: *der städtetag*, Heft 4/2007, S. 22–24

Sulzer, Jürg (Hrsg.): *Revitalisiernder Städtebau – Werte. Aus Anlass des zweiten Denksalons Revitalisierender Städtebau am 16. und 17. Juni 2006 in Görlitz*, Dresden: TUDpress (Stadtentwicklung und Denkmalpflege, 5) 2007, 187 S.

Ude, Christian: »Nur mit starken Städten ist ein Staat zu machen«, in: *der städtetag*, Heft 4/2007, S. 10–13

Wiedinger, Nicole/Enkelmann, Wolf-Dieter: »Städte – Das Leben von der Spekulation auf die Zukunft«, in: *Widerspruch*, Heft 46 (2007), S. 49–64

Zehetmair, Hans: »Perspektiven einer zukunftsorientierten Kulturpolitik«, in: *Politische Studien*, Heft 2/2007, S. 123–129

2.2.2 Einzelne Städte

»Städtetag findet gemeinsame Linie zum Ergebnis der Kulturmediation Ballungsraum Frankfurt/Rhein-Main«, in: *Informationen*, Heft 3/2007, S. 72–74

Architektur Forum Rheinland e. V. (Hrsg.): *Kölner Stadtbaumeister und die Entwicklung der städtischen Baubehörden seit 1821*, Köln: Selbstverlag (Publikationen des Kölnischen Stadtmuseums, 9) 2007, 288 S.

Berlin, Landesdenkmalamt (Hrsg.): *Das Hansaviertel in Berlin. Bedeutung Rezeption Sanierung*, Petersberg: Imhof 2007, 238 S.

Berlin, Senatsverwaltung für Stadtentwicklung (Hrsg.): *Urban Pioneers. Berlin: Stadtentwicklung durch Zwischennutzung*, Berlin: Jovis 2007, 192 S., dt./engl.

Binder, Beate: *Streitfall Stadtmitte. Der Berliner Schlossplatz*, Köln: Böhlau 2007, 304 S.

Bögner, Hans-Georg: »Ein hartes Stück Arbeit. Kultur in Köln«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 1/2007, S. 14–15

Bögner, Hans-Georg: »Ein hartes Stück Arbeit. Kulturentwicklungsplanung in Köln«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 117 (II/2007), S. 10–11

Buck, Elmar/Franke, Daniela: *KÖLN – Die Stadt und ihr Theater. Orte und Personen, Oper, Schauspiel, Tanz, Dokumente der Theaterwissenschaftlichen Sammlung Schloss Wahn Universität zu Köln*, Kassel: M. Faste 2007, 306 S.

Darmstadt, Stadtplanungsamt (Hrsg.): *Darmstadt-Eberstadt Süd. Bericht 2005/2006. HEGISS Soziale Stadt, hessische Gemeinschaftsinitiative Soziale Stadt*, Darmstadt 2007, 88 S.

Graf, Christoph/Kalina-Klensch, Nicole: *Standort-Marketing und Event-Management. Kulturfaktor Gestüt als Element erfolgreichen Stadtmarketings: Ein Betriebs- und Marketingkonzept für das Landesgestüt Zweibrücken*, Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag 2007, 216 S.

Haumann, Sebastian: »Protest auf Kölsch: Lokale Identität und Mobilisierung in der Kölner Südstadt 1970–1980«, in: *Geschichte im Westen*, Heft 22 (2007), S. 251–268

Hippe, Wolfgang: »Alaaf! 120 Stunden Kölner Kulturpolitik«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV), 2007, S. 17–18

König, Armin: »Bürger machen Gemeinde zukunftsfähig. Das Modellprojekt ›Illingen 2030‹«, in: *Stadt und Gemeinde interaktiv*, Heft 5/2007, S. 186–187

Könneke, Achim: »Kulturkonzept Freiburg. Kulturentwicklungsplanung als Beteiligungsprozess«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 118 (III/2007), S. 6–7

Kotzke, Gabriele: »Kulturpark Wiesbaden. Freiraumplanung als Instrument zur Aushandlung von Nutzungsinteressen«, in: *planerin*, Heft 1/2007, S. 18–20

Kuhn, Nikolaus: »Freax. Oder: Warum der Leopard sich nach dem Singen um seinen Schwanz kümmern muss«, in: *Oper und Tanz*, Heft 5/2007, S. 12–13

Kulturamt der Stadt Bielefeld (Hrsg.): *Kulturjahr. Geschäftsbericht 2006, Kulturamt Bielefeld*, Bielefeld: Selbstverlag 2007, 26 S.

KunstSalon e. V. für den Kölner Kulturrat (Hrsg.): *I. Kölner Kulturpolitisches Symposium. 20.–21. Oktober im Rathaus der Stadt Köln*, Köln: Selbstverlag 2007, 221 S.

Lanz, Stephan: *Berlin aufgemischt: abendländisch, multikulturell, kosmopolitisch? Die politische Konstruktion einer Einwanderungsstadt*, Bielefeld: transcript 2007, 430 S.

Monheim/Rhein, Bürgermeister (Hrsg.): *Handlungskonzept für die Stadt Monheim am Rhein. Zielkonzept 2020*, Dresden 2007, 28 S.

Pierwoß, Klaus: »Zwischen Euphorie und Depression: Eine Achterbahnfahrt. Über die kulturpolitischen Erfahrungen in Bremen«, in: *Die Deutsche Bühne*, Heft 4/2007, S. 28–32

Riel, Jan: »Karlsruhe: Wegweiser für Fußgänger ›zur Kultur‹«, in: *Stadt und Raum*, Heft 1/2007, S. 18–20

Rosseaux, Ulrich: *Freiräume. Unterhaltung, Vergnügen und Erholung in Dresden 1694–1830*, Köln: Böhlau (Norm und Struktur, 27) 2007, 416 S.

Rottenburg/Neckar, Baudezernat (Hrsg.): *Stadtentwicklungsplanung vor dem Hintergrund des demographischen Wandels. Bericht über die Gemeinderatsklausur am 23./24.2.2007*, Rottenburg/Neckar (Beiträge des Baudezernates, 71) 2007, 33 S.

Schwabach, Referat für Stadtplanung und Bauwesen (Hrsg.): *Soziale Stadt Altstadt Schwabach. Integriertes Handlungskonzept*, Schwabach 2007, 44 S.

Seiß, Reinhard: *Wer baut Wien? Hintergründe und Motive der Stadtentwicklung Wiens seit 1989*, Salzburg: Pustel 2007, 215 S.

Stadt Dortmund, Eigenbetrieb Kulturbetriebe Dortmund (Hrsg.): *Kultur Dortmund. Geschäftsbericht der Kulturbetriebe 2006*, Dortmund: Selbstverlag o. J. (2007), 42 S.

Stahl, Enno: »›Kulturkampf‹ in Köln: Die XSCREEN-Affäre 1968«, in: *Geschichte im Westen*, Heft 22 (2007), S. 177–200

Team Masterplan Karlsruhe 2015 (Hrsg.): *Der Masterplan 2015 – Eine Perspektive für das Karlsruhe von morgen. Innovation & Lebensqualität*, Karlsruhe: Selbstverlag 2007, 89 S.

Trouwborst, Bettina: »Den Tanz Huckepack nehmen. Bekommt die Tanzszene in Köln ein eigenes Haus?«, in: *K.West*, Heft 9/2007, S. 52–53

Waltz, Viktoria/Fischer-Krapohl, Ivonne: »Migration – ein Dauerthema der Stadtentwicklung. Über 40 Jahre Migrationsgeschichte«, in: *plan07. Forum aktueller Architektur in Köln* 2007, S. 42–45

Yildiz, Erol: »Urbaner Wandel durch Migration: das Beispiel eines Einwandererquartiers in Köln-Mülheim; die Keupstraße«, in: *Forum Wohnungseigentum*, Heft 6/2007, S. 319–326

Zieger, Jürgen/Kastner, Peter: »Neue Ansätze zur Förderung der freien Kulturszene in Esslingen«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 116 (I/2007), S. 13–14

2.3 Regionale Kulturpolitik

Becker, Franz: *Kultur im Schatten der Trikolore. Theater, Kunstausstellungen, Kino und Film im französisch besetzten Württemberg-Hohenzollern 1945–1949*, Frankfurt am Main u. a.: Peter Lang (Europäische Hochschulschriften: Reihe 3, Geschichte und ihre Hilfswissenschaften, 1041) 2007, 200 S.

Bohr, Kurt/Winterhoff-Spurk, Peter (Hrsg.): *Erinnerungsorte – Ankerpunkte saarländischer Identität*, St. Ingbert: Röhrig Universitätsverlag 2007, 119 S.

Gebel, Volkram: »Kulturelle Grund- und Selbstversorgung in den deutschen Landkreisen – am Beispiel des Kreises Plön«, in: *Der Landkreis*, Heft 3/2007, S. 144–145

Geographische Kommission für Westfalen, Münster/Landschaftsverband Westfalen-Lippe -LWL-, Münster: *Westfalen regional. Aktuelle Themen, Wissenswertes und Medien über die Region Westfalen-Lippe, Gebiet und Identität, Naturraum, Bevölkerung, Siedlung, Wirtschaft und Verkehr, Bildung und Kultur, Gesellschaft und Politik*, Münster (Siedlung und Landschaft in Westfalen, 35) 2007, 337 S.

Günzel, Ann-Katrin: »Kunstverein der Region Heinsberg. Engagierte Vermittlung zeitgenössischer Positionen«, in: *Junge_Kunst*, Heft 73 (2007), S. 7–8

Helms, Katja/Pauli, Angelika: »Das IRS als Akteur in governance-Prozessen«, in: *IRS aktuell*, Heft 57 (2007), S. 6–8

Kaufmann, Michael: »Viele einzelne Töne. Die Ruhrgebietskultur boomt – und bleibt zerfallen. Ein Seufzer aus klangvollem Mund«, in: *K.West*, Heft 6/2007, S. 12–13

Kluxen, Andrea M./Brandt, Michael: »Kulturregionen«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 6/2007, S. 20–21

Ludger, Gailing/Röhring, Andreas/Vetter, Andreas: »Kulturlandschaft – Perspektive für eine integrierte und nachhaltige Regionalentwicklung in der Niederlausitz«, in: Wöllecke, Jens u. a. (Hrsg.): *Landschaft im Wandel, Natürliche und anthropone Besiedlung der Niederlausitzer Bergbaufolgelandschaft*, Aachen: Shaker 2007, S. 233–248

Martin, Olaf/Arnold, Roswitha: »Regionale Kulturpolitik«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 1/2007, S. 12–13

Micheel, Monika: »Kultur in Mitteldeutschland zwischen Identifikationsangebot und Substanzverlust«, in: *Geographische Rundschau*, Heft 6/2007, S. 10–16

Röhring, Andreas: »Wirkungszusammenhänge und Steuerungsansätze der Kulturlandschaftsentwicklung – dargestellt am Beispiel des Oderbruchs«, in: Bauerochse, A./Hassmann, H./Ickerodt, U. (Hrsg.): *Kulturlandschaft: administrativ – digital – touristisch*, Berlin: Erich Schmidt (Initiativen zum Umweltschutz, 67) 2007, S. 195–209

Schimpf, Gudrun-Christine: *Geld, Macht, Kultur. Kulturpolitik in Frankfurt am Main zwischen Mäzenatentum und öffentlicher Finanzierung 1866–1933*, Frankfurt am Main: Kramer 2007, 528 S.

Sturm, Michael/Monßen, Birgit: »Attraktiv für Investoren: Ostdeutschland«, in: *der städtetag*, Heft 1/2007, S. 11–13

Willhöft, Manfred: »DLT-Kulturausschuss: Jugendhilfe im Fokus«, in: *Der Landkreis*, Heft 1/2007, S. 32–33

Willinger, Stephan u. a.: »Raumbilder und Stadtentwicklung« (Schwerpunktthema), in: *Informationen zur Raumentwicklung*, Heft 12/2007, S. 679–750

2.4 Kulturpolitik der Länder

arsprototo. Das Magazin der Kulturstiftung der Länder, Berlin: Kulturstiftung der Länder (viermal jährlich)

»Kulturpolitik in Ländern und Kommunen«, in: *Im Gespräch*, Heft 19 (2007), S. 39–47

anschlaege.de (Hrsg.): *Plan B: Kulturwirtschaft in Berlin*, Berlin: Regioverlag 2007, 429 S.

Bauer, Michael W./Bogumil, Jörg/Knill, Christoph u. a.: *Modernisierung der Umweltverwaltung. Reformstrategien und Effekte in den Bundesländern*, Berlin: edition sigma (Modernisierung des öffentlichen Sektors, Sonderband, 30) 2007, 244 S.

Carstensen, Peter Harry: »Aus Sorge wurde Zustimmung. Was passiert, wenn die Kultur zur Chefsache wird«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 1/2007, S. 3–4

Eisenberg, Sylvia/Rodust, Ulrike/Hentschel, Karl-Martin u. a.: »Kulturpolitik der Länder«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 1/2007, S. 4–11

Ernst, Stefanie/Goebel, Jens/Schwäblein, Jörg u. a.: »Kulturpolitik in Thüringen«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 2/2007, S. 5–11

Goebel, Jens: »Kahlschlagpolitik? Kultusminister Jens Goebel zur Zukunft der Theater- und Orchesterlandschaft in Thüringen. Ein Interview«, in: *Die Deutsche Bühne*, Heft 4/2007, S. 22–24

Hebborn, Klaus/Hamacher, Claus/Eichler, Kurt/Zahn, Robert von: »Jedem Kind ein Instrument«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 4/2007, S. 15–18

Jellonnek, Burkhard: »Aus der Kulturpolitik nicht mehr wegzudenken. Die Saarländische Gesellschaft für Kulturpolitik e. V. engagiert für Kommunen und Land«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 118 (III/2007), S. 58–59

Kalus, Wolfgang: »Das sächsische Kulturraummodell. Förderung, Finanzierung und Strukturierung von Kunst und Kultur. Das Beispiel Kulturraum Mittelsachsen«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 4/2007, S. 26–27

Landtag Brandenburg: »Die Globalisierung und ihre Auswirkungen auf das Land Brandenburg, seine Bürger und Unternehmen. Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage der DVU«, Potsdam: *Drucksache* 4/5368 (19.11.07), 31 S., insgesamt fünf Große Anfragen für verschiedene Bereiche

Landtag Mecklenburg-Vorpommern: »Theater- und Kulturförderung in Mecklenburg-Vorpommern. Antwort der Landesregierung auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten der NPD«, in: *Drucksache* 5/426 (9.5.2007), Schwerin 2007, 5 S.

Reichel, Norbert: »›Modell-Land Kulturelle Bildung Nordrhein-Westfalen‹ – curriculare und strukturelle Rahmenbedingungen in einem Flächenland«, in: Kelb, Viola (Hrsg.): *Kultur macht Schule*, München 2007, S. 153–159

Wehling, Hans-Werner: »Kulturlandschaft Ruhrgebiet im Wandel. Regionale, lokale und europäische Aspekte«, in: Ulrich Borsdorf (Hrsg.): *Zukunft war immer*, Essen 2007, S. 40–51

Zacharias, Wolfgang: »Kulturelle Bildung in Bewegung. Zum Beispiel Nordrhein-Westfalen«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 116 (I/2007), S. 11–12

2.5 Kulturpolitik auf Bundesebene

2.5.1 Allgemein

Bühler, Joachim: »Das Staatsziel Kultur ist ein politisches Symbol – ein (ge)wichtiges!«, in: *Kulturnotizen*, Heft 11/2007, S. 47–48

Der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien: *Im Bund mit der Kultur. Kultur- und Medienpolitik der Bundesregierung*, Berlin: Presse- und Informationsamt der Bundesregierung 2007, 27 S.

Ermert, Karl (Hrsg.): *Staatsziel Kultur. Symbolpolitik oder mehr?*, Wolfenbüttel: Bundesakademie für Kulturelle Bildung (Wolfenbütteler Akademie-Texte, 27) 2007, 90 S.

Lux, Claudia/DBV: »Zum Kulturfrühstück beim Bundespräsidenten«, in: *Bibliotheksdienst*, Heft 3/2007, S. 265–268

Neumann, Manfred: »Brauchen wir noch die Bundeszentrale für politische Bildung?«, in: *Verwaltungsrundschau*, Heft 1/2007, S. 16–20

Scheytt, Oliver: »Enquete-Kommission ›Kultur in Deutschland‹. Bestandsaufnahme und Aufgabenbeschreibung«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV/2007), S. 4–5

Wefing, Heinrich: »Zum Wechsel an der Spitze der Stiftung Preußischer Kulturbesitz«, in: *Museumskunde*, Heft 72 (2007), S. 70–73

Völckers, Hortensia: »Nur belastbare Projekte bekommen den Zuschlag. Die neue musikzeitung im Gespräch mit Hortensia Völckers über das ›Netzwerk Neue Musik‹ und Bundesförderung«, in: *nmz. Neue Musikzeitung*, Heft 12/2007 + 1/2008, S. 15–16

2.5.2 Einzelne Felder

2.5.2.1 Urheberrecht, Folgerecht, Verwertung

Gema Nachrichten. Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte, München (zweimal im Jahr)

Kunst und Recht. Journal für Kunstrecht, Urheberrecht und Kulturpolitik, Berlin: Schleuen Verlag OHG

Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht (ZUM), Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft (monatlich)

Alton, Juliane: »Von Seelenverkäufern und Sklavenhändlern. Ideenklau und Plagiarismus«, in: *Kulturrisse*, Heft 1/2007, S. 20–23

Becker, Konrad: »Der Ahnenkult des Originals. Verborgene Quellen des Wissens«, in: *Kulturrisse*, Heft 1/2007, S. 8–11

Boehmer, Konrad: »Finstere Lichtjahre. Die Aushebelung des Urheberrechts durch die Musikindustrie und ihre Folgen«, in: *Neue Zeitschrift für Musik*, Heft 2/2007, S. 34–35

Breinersdorfer, Fred: »Thesen zum Problem der Behandlung unbekannter Nutzungsarten für urheberrechtlich geschützte Werke aus Sicht von Autoren und Produzenten«, in: *ZUM. Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht*, Heft 10/2007, S. 701–702

Bruhn, Christian/Kreile, Reinhold: »Rhythmus und Urheberrecht. Ein Briefwechsel zwischen dem Komponisten Christian Bruhn und dem Juristen Reinhold Kreile«, in: *ZUM. Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht*, Heft 4/2007, S. 267–272

DBV/Beger, Gabriele: »Erläuterungen zur Gemeinsamen Stellungsnahme von DBV und Börsenverein zu §§ 52b und 53a – Historie, Vor- und Nachteile«, in: *Bibliotheksdienst*, Heft 3/2007, S. 261–264

DBV/Börsenverein des Deutschen Buchhandels: »Gemeinsame Stellungsnahme DBV – Börsenverein zu §§ 52–53 UrhG«, in: *Bibliotheksdienst*, Heft 3/2007, S. 257–260

Dokalik, Dietmar: *Musik-Urheberrecht. Österreichisches Urheberrecht für Komponisten, Musiker, Musiknutzer und Produzenten*, Wien/Graz: Neuer Wissenschaftlicher 2007, 291 S.

Ewert, Jonas/Hartz, Nikolaus v.: »Die Abmahnung im Urheberrecht auf dem Weg in die Bedeutungslosigkeit?«, in: *ZUM. Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht*, Heft 6/2007, S. 450–455

Fischer, Hermann J./Beduhn, Elke (Hrsg.): *Der Künstler und sein Recht. Ein Handbuch für die Praxis*, München: C. H. Beck 2007, 320 S. (2., völlig neu bearbeitete Auflage)

Frey, Dieter/Rudolph, Matthias: »Verfügungen über unbekannte Nutzungsarten: Anmerkungen zum Regierungsentwurf des Zweiten Korbs«, in: *ZUM. Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht*, Heft 1/2007, S. 13–23

Grimm, Sonja/Haug, Christoph: »Zugang für alle. Open Access: Publizieren im Netz hat Vorteile für Forscher und Leser«, in: *WZB-Mitteilungen*, Heft 115 (2007), S. 11–14

Gundel, Jörg: »Die Europäische Gemeinschaft im Geflecht des internationalen Systems zum Schutz des geistigen Eigentums«, in: *ZUM. Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht*, Heft 8-9/2007, S. 603–613

Heker, Harald: »Musik-Kultur ist bei der GEMA jetzt Chefsache. Harald Hecker, Vorstandsvorsitzender der GEMA, im Gespräch mit der neuen musikzeitung«, in: *nmz. Neue Musikzeitung*, Heft 6/2007, S. 3–4

Hertlein, Julia: »Verstecktes Gedächtnis. Graubereiche in der Plagiarismusdebatte«, in: *Kulturrisse*, Heft 1/2007, S. 12–15

Hofmann, Jeanette: »Wem gehört das Wissen? Digitalisierung stellt Urheberrecht vor neue Herausforderungen«, in: *WZB-Mitteilungen*, Heft 115 (2007), S. 7–10

Kakies, Celia: *Kunstzitate in Malerei und Fotografie*, Köln u. a.: Heymanns 2007, 175 S.

Ladeur, Karl-Heinz: »Fiktive Lizenzentgelte für Politiker? Anmerkungen zur Werbung mit Fotos von Joschka Fischer und Oskar Lafontaine«, in: *ZUM. Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht*, Heft 2/2007, S. 111–119

Langhoff, Helge/Oberndörfer, Pascal/Jani, Ole: »Der ›Zweite Korb‹ der Urheberrechtsreform. Ein Überblick über die Änderungen des Urheberrechts nach der zweiten und dritten Lesung im Bundestag«, in: *ZUM. Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht*, Heft 8–9/2007, S. 593–603

Lenski, Sophie-Charlotte: *Personenbezogene Massenkommunikation als verfassungsrechtliches Problem. Das allgemeine Persönlichkeitsrecht in Konflikt mit Medien, Kunst und Wissenschaft*, Berlin: Duncker & Humblot (Schriften zum Öffentlichen Recht, 1052) 2007, 329 S., jur. Diss.

Loef, Robert/Verweyen, Urs: »›One more Night‹ – Überlegungen zum abgeleiteten fremdenrechtlichen Filmherstellerschutz«, in: *ZUM. Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht*, Heft 10/2007, S. 706–711

Mächtel, Florian/Uhrich, Ralf/Förster, Achim: *Geistiges Eigentum. Vorschriftensammlung zum gewerblichen Rechtsschutz, Urheberrecht und Wettbewerbsrecht*, Bayreuth: edition jurprint 2007, 558 S.

Müller, Stefan: »Änderungen des Urheberrechtsgesetzes treten in Kraft«, in: *Gema Nachrichten*, Heft 2/2007, S. 70–71

Opolony, Bernhard: »Die Rechtsnatur des Gastspielvertrages darstellender Bühnenkünstler«, in: *ZUM. Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht*, Heft 7/2007, S. 519–523

Pfennig, Gerhard: »Bis zum letzten Tag war das ›Zweite Gesetz zur Regelung des Urheberrechts in der Informationsgesellschaft‹ heftig umstritten«, in: *kulturpolitik*, Heft 3/2007, S. 8–9

Pfennig, Gerhard: »Neue Nutzungsarten – Neue Organisation der Rechteverwaltung? Die Sicht der Verwertungsgesellschaften«, in: *ZUM. Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht*, Heft 10/2007, S. 694–700

Pfennig, Gerhard: »VG Bild – Kunst. Warum spielt sie eine Rolle?«, in: *Der Bayerische Bürgermeister*, Heft 4/2007, S. 148–151

Pfennig, Gerhard/Melichar, Ferdinand/Meyer, Reinhard/Leutheusser-Schnarrenberger, Sabine u. a.: *Verwertungsgesellschaften*, Berlin: Deutscher Kulturrat (puk-Dossier) 2007, 32 S.

Schlöpke-Beckmann, Britta/Neubert, Jens: »Verjährung von Rundfunkgebühren. Neue Rechtslage führt in der umstrittenen Verjährungsfrage zu sinnvollem Interessenausgleich«, in: *ZUM. Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht*, Heft 2/2007, S. 128–131

Schoof, Manfred: »Die GEMA sind wir: Plädoyer für den Schutz des Urhebers. Manfred Schoof im Gespräch mit der nmz über darbende Jazzclubs und E-Musik als

Musikforschung«, in: *nmz. Neue Musikzeitung*, Heft 12/2007 + 1/2008, S. 29–30

Schulze, Gernot: »Urheberrecht der Architekten – Teil 1«, in: *Neue Zeitschrift für Baurecht und Vergaberecht*, Heft 9/2007, S. 537–543

Seibold, Christoph: »Neue Nutzungsarten – Neue Organisation der Rechteverwaltung? – Diskussionsbericht«, in: *ZUM. Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht*, Heft 10/2007, S. 702–706

Sikorski, Dagmar: »Die Benachteiligung der Kreativen stoppen. Die Präsidentin des deutschen Musikverleger-Verbands, Dagmar Sikorski, zum zweiten Korb der Urheberrechtsnovelle«, in: *Neue Zeitschrift für Musik*, Heft 2/2007, S. 32–33

Sollfrank, Cornelia: »Originale. ... und andere unethische AutorInnenschaften in der Kunst«, in: *Kulturrisse*, Heft 1/2007, S. 24–27

Steinert, Mark Alexander: »Urheber- und andere Schutzrechte an Bildern im Archiv«, in: *Archivpflege in Westfalen und Lippe*, Heft 67 (2007), S. 54–57

Steinhauer, Eric W.: »Wie der Bundestag das Urheberrecht verhackstückt hat. Eine politische Debatte mit Volltreffern und Blindgängern«, in: *Buch und Bibliothek*, Heft 10/2007, S. 731–732

Stender-Vorwachs, Jutta/Theißen, Natalia: »Die Richtlinie für audiovisuelle Mediendienste. ›Fernsehrichtlinie reloaded?‹«, in: *ZUM. Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht*, Heft 8–9/2007, S. 613–620

Stöhr, Monika: *Gesetzliche Vergütungsansprüche im Urheberrecht*, Baden-Baden: Nomos 2007, 227 S., Diss.

Sturm, Birgit Maria: »Die Ausgleichsvereinigung Kunst (AV Kunst)«, in: *Kunst und Recht*, Heft 2/2007, S. 45–46

Thalmair, Franz: »Volltextklau: who carez? Online-Buch-Plattformen zwischen Markteing, Urheberrechtsdebatte und Kunstpraxis«, in: *Kulturrisse*, Heft 1/2007, S. 46–47

Unger, Frank: *Urheberrechtsgesetz und Urheberrechtswahrnehmungsgesetz. Mit Regierungsbegründung zum Zweiten Gesetz zur Regelung des Urheberrechts in der Informationsgesellschaft, Textsammlung,* Dresden: Saxionia-Verlag für Recht, Wirtschaft und Kultur 2007, 140 S.

Universität Münster, Rechtswissenschaftliche Fakultät (Hrsg.): *Das Buchprüfungsrecht der Kreativen im gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht*, Münster: Universität Münster 2007, 278 S. (Dissertation)

Vogel, Alexander von: »Der Urheber als Angestellter. Wem stehen die Rechte an urheberrechtlich geschützten Werken zu, die ein Urheber im Rahmen seines Angestelltenverhältnisses erschafft?«, in: *Kultur & Recht*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 26 S., B 1.15

Vogel, Alexander von: »Die kollektive Rechtewahrnehmung durch Verwertungsgesellschaften. Einführung in die Grundsätze der kollektiven Wahrnehmung von Urheber- und Leistungsschutzrechten durch Verwertungsgesellschaften«, in: *Kultur & Recht*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 26 S., B 3.1

Weber, Peter: »Neue Nutzungsarten – Neue Organisation der Rechteverwaltung? Die Sicht des öffentlich-rechtlichen Rundfunks«, in: *ZUM. Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht*, Heft 10/2007, S. 688–694

Zimmermann, Olaf/Zypries, Brigitte/Melichar, Ferdinand/Krings, Günter u. a.: »Urheberrecht«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 5/2007, S. 19–21

2.5.2.2 Künstlersozialversicherung

Bundesministerium für Arbeit und Soziales, Referat Information, Publikation, Redaktion (Hrsg.): *Künstlersozialversicherung*, Bonn: Bundesministerium für Arbeit und Soziales, Referat Information, Publikation, Redaktion 2007, 123 S.

Burkei, Eva: »Nach dem Studium kommt die Selbstständigkeit. Junge Künstler und die Künstlersozialkasse«, in: *Junge_Kunst*, Heft 72 (2007), S. 46–47

Herdlein, Hans: »Scheinselbstständigkeit. Kulturberufe und Hartz IV«, in: *bühnengenossenschaft*, Heft 12/2007, S. 4–5

Jürgensen, Andri: *Die Künstlersozialabgabe. Neues Prüfverfahren – Checklisten – Umsetzungshilfen*, Freiburg im Breisgau: Rudolf Haufe (Haufe aktuell) 2007, 159 S.

Kubiciel, Christoph: *Künstlersozialversicherung. Der Weg zur Komplettversicherung für Künstler und Publizisten*, Witten: Ars Momentum 2007, 63 S.

Künstlersozialkasse: »Die Künstlersozialkasse antwortet. Arbeitslosengeld II und Künstlersozialversicherung«, in: *kulturpolitik*, Heft 2/2007, S. 17–18

Künstlersozialkasse: »Die Künstlersozialkasse antwortet«, in: *kulturpolitik*, Heft 4/2007, S. 18–19

Michow, Jens: »Die dritte Reform des Künstlersozialversicherungsgesetzes«, in: *TheaterManagement aktuell*, Heft Juni-August 2007, S. 15–16

Michow, Jens: »Krisenbewältigung in der Künstlersozialversicherung«, in: *Musikforum*, Heft 3/2007, S. 52–53

Zacher, Joachim/Zacher, Michael: *Die betriebliche Künstlersozialabgabe. Das Handbuch zur Arbeitgeberprüfung nach § 28p Abs. 1 a SGB IV, Künstlersozialversicherung*, Frechen-Königsdorf: Datakontext-Fachverlag 2007, 383 S., 2. aktualisierte u. erweiterte Aufl.

Zimmermann, Olaf/Schulz, Gabriele: *Entwurf eines III. Gesetzes des Küstlersozialversicherungsgesetzes. Hintergründe und aktuelle Anforderungen*, Bonn: Bundesministerium für Arbeit und Soziales, Referat Information, Publikation, Redaktion 2007, 252 S.

Zimmermann, Olaf/Schulz, Gabriele: *Künstlersozialversicherungsgesetz. Hintergründe und aktuelle Anforderungen* (mit einem Vorwort von Bundesminister für Arbeit und Soziales Olaf Scholz), Bonn: Bundesministerium für Arbeit und Soziales 2007, 224 S., 2. erweiterte und aktualisierte Auflage

2.5.2.3 Steuerrecht und andere rechtliche Regelungen

Auer, Katrin: »Rechtliche Rahmenbedingungen für barrierefreie Museen in Deutschland«, in: *Standbein Spielbein*, Heft 77 (2007), S. 4–9

Baldauf, Uwe: »Besteuerung ausländischer Künstler auf dem neuesten Stand. Eine Neuregelung der Abzugsbesteuerung nach § 50 a EStG erscheint unabwendbar«, in: *Zeitschrift für Kommunalfinanzen*, Heft 8/2007, S. 169–176

Benclowitz, Joachim: »Abmahnung im Orchester. Voraussetzungen, Formulierungen und Verfahren«, in: *Kultur & Recht*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 16 S., D 3.4

Bock, Tobias: »Die zivilrechtliche Haftung bei Veranstaltungen. Die rechtlichen Beziehungen von Veranstalter, Betreiber der Veranstaltung, Besucher und Künstler«,

in: *Kultur & Recht*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 30 S., K 3.2

Brüggen, Georg/Meier, Christoph F.: *Telemedienrecht. Handbuch für die Praxis*, Dresden: Saxionia-Verlag für Recht, Wirtschaft und Kultur 2007, 586 S.

Ebling, Klaus/Schulze, Marcel (Hrsg.): *Kunstrecht. Zivilrecht. Steuerrecht. Das neue Handbuch zu allen Rechtsfragen im Bereich der Kunst und der Besteuerung von Künstlern*, München: C. H. Beck 2007, 536 S.

Herdlein, Hans: »Weichenstellung in die Zukunft«, in: *bühnengenossenschaft*, Heft 6-7/2007, S. 4–5

Hofert, Sebastian: »Gestaltungsmöglichkeiten im Vergaberecht. Hinweise für die Praxis des Kulturmanagements«, in: *Kultur & Recht*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 28 S., I 2.4

Institut KMM Hamburg: »Spenden, Sponsoring und Werbung in Kunst und Kultur. Hinweise zur steuerlichen Behandlung«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 22 S., C 2.3

Köster, Andreas: »Haftung von Leitungs- und Aufsichtsorganen in Kultureinrichtungen. Die Risiken der Verantwortlichen«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 16 S., C 1.2

Mahmoudi, Yasmin: »Erfolgreiche Ausstellungen wollen gut geregelt sein. Rechtliche Fallstricke für junge Künstler«, in: *Junge_Kunst*, Heft 72 (2007), S. 46–47

Michow, Jens: »Ausländersteuer vor dem Aus? Rechtsanwalt Jens Michow kommentiert das Urteil des Europäischen Gerichtshof in der Rechtssache des Konzertveranstalters FKP Scorpio«, in: *Musikforum*, Heft 1/2007, S. 61–62

Möhlenkamp, Karen: »Gemeinnützigkeitsrecht der Kunst- und Kultureinrichtungen«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 16 S., C 2.2

Rundshagen, Helmut: »Das Urteil des Europäischen Gerichtshofes vom 3. Oktober 2006: ›Scorpio‹. Auswirkungen in der Praxis«, in: *Kultur & Recht*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 10 S., E 1.4

Sauer, Olaf C.: »Feste, Freie, Feste Freie – Wer kennt sich da noch aus? Mitarbeiterverträge im Kulturbetrieb«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 22 S., C 1.4

Schaumberg, Torsten: »Das Engagement von ausländischen Künstlern. Wann unterliegt die Beschäftigung ausländischer Künstler einer Genehmigungspflicht?«, in: *Kultur & Recht*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 32 S., D 1.5

Schenk, Maximilian/Unverzagt, Alexander/Harzer, Sandra: »Das Recht für Kunst und Kultur. Kurzdarstellung und Checkliste der relevanten Gesetze«, in: *Kultur & Recht*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 22 S., A 1.1

Studienzentrum Kulturmanagement der Universität Basel (Hrsg.): *Ein Leitfaden zu Rechtsfragen im Kulturleben*, Baden (CH): hier + jetzt 2007, 160 S.

von der Horst, Rutger: »Rechtliches rund um den ›Electronic-Art-Shop‹. ›Art goes online‹«, in: *Kultur & Recht*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 46 S., M 1

Walz, W. Rainer/Auer, Ludwig von/Hippel, Thomas von (Hrsg.): *Spenden- und Gemeinnützigkeitsrecht in Europa. Rechtsvergleichende, rechtsdogmatische, ökonometrische und soziologische Untersuchungen*, Tübingen: Mohr Siebeck 2007, 851 S.

Zimmermann, Olaf: »Zuwendungsrecht und Zuwendungspraxis am Beispiel der Bundeskulturförderung«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 12 S., C 1.3

2.5.2.4 Auswärtige Kulturpolitik allgemein

Kulturaustausch. Zeitschrift für internationale Perspektiven, Stuttgart: Institut für Auslandsbeziehungen (vierteljährlich)

Ammer, Barbara: *Auswärtige Kulturpolitik im internationalen Vergleich. Literaturauswahl September 2007*, Stuttgart: Institut für Auslandsbeziehungen (Ifa-Bibliothek) 2007, 85 S.

Auswärtiges Amt (Hrsg.): *Bücher und Begegnungen. Öffentlich-private Partnerschaften in der Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik am Beispiel der Deutschen Bibliotheksinitiative für Mittel- und Osteuropa ›Menschen und Bücher‹*, Berlin: Selbstverlag 2007, 92 S.

Auswärtiges Amt/Institut für Auslandsbeziehungen (Hrsg.): *Menschen bewegen – Kultur und Bildung in der deutschen Außenpolitik. Berlin, Auswärtiges Amt, 25.–26. Oktober 2006*, Berlin: Selbstverlag (Edition Diplomatie) o. J. (2007), 209 S.

Deutscher Bundestag: »Auswärtige Kulturpolitik. Antwort der Bundesregierung auf die Große Anfrage der Fraktion BÜNDNIS 90/ DIE GRÜNEN«, Berlin: *Drucksache* 16/4024 (11.1.2007), 100 S.

Deutscher Bundestag: »Bericht der Bundesregierung zur Auswärtigen Kulturpolitik 2006/2007. Unterrichtung durch die Bundesregierung«, Berlin: *Drucksache* 16/7086 (8.11.2007), 32 S.

Fuchs, Max/Bäßler, Kristin/Richter, Andreas: »Auswärtige Kulturpolitik«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 1/2007, S. 19–21

Kathe, Steffen R.: *Kulturpolitik um jeden Preis. Die Geschichte des Goethe-Instituts 1951–1990* (Konzeption und Redaktion Herald Kimpel), München: Meidenbauer 2007, 528 S.

Knopp, Hans-Georg/Schultz, Michael: »Auswärtige Kulturpolitik«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 3/2007, S. 19–20

Magdowski, Iris: »Statt Vergrübelungen kulturelle Breitenwirkung! Über frischen Wind in der Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 118 (III/2007), S. 4–5

Schäfer, Isabel: *Vom Kulturkonflikt zum Kulturdialog? Die kulturelle Dimension der Euro-Mediterranen Partnerschaft (EMP)*, Baden-Baden: Nomos 2007, 297 S.

Schließ, Gero: »Mit Klassik nach Abu Dhabi. Die Deutsche Welle und deutsche Orchester als Kulturbotschafter. Gerald Mertens im Gespräch mit Gero Schließ, Leiter der Abteilung Programmprojekte der Deutschen Welle«, in: *Das Orchester*, Heft 9/2007, S. 24–26

2.5.2.5 Kulturgüterschutz, Beutekunst, Restitution etc.

Bergsdorf, Wolfgang: »Über die Rückführung von Kulturgutverlusten«, in: *die politische Meinung*, Heft 10/2007, S. 63–64

El-Bitar, Julia: *Der deutsche und der französische Kulturgüterschutz nach der Umsetzung der Kulturgüterrückgaberichtlinie. Eine materiellrechtliche und kollisionsrechtliche Untersuchung*, Frankfurt am Main u. a.: Peter Lang (Studien zum vergleichenden und internationalen Recht, 144) 2007, 258 S.

Gornig, Gilbert H./Horn, Hans-Detlef/Murswick, Dietrich (Hrsg.): *Kulturgüterschutz – internationale und nationale Aspekte*, Berlin: Duncker & Humblodt 2007, 272 S.

Ivens, Michael: *Kunst im Rechtsverkehr. Kauf, Restitution und Vererbung*, Norderstedt: Books on Demand 2007, 173 S.

Koordinierungsstelle für Kulturgutverluste Magdeburg/ Der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (Hrsg.): *Im Labyrinth des Rechts? Wege zum Kulturgüterschutz, eine Konferenz des Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien vom 9. bis 10. Oktober 2006 in Bonn*, Magdeburg (Veröffentlichungen der Koordinierungsstelle für Kulturgutverluste, 5) 2007, 402 S.

Koordinierungsstelle für Kulturgutverluste Magdeburg (Hrsg.): *Kulturgüter im Zweiten Weltkrieg. Verlagerung – Auffindung – Rückführung*, Magdeburg (Veröffentlichungen der Koordinierungsstelle für Kulturgutverluste, 4) 2007, 715 S.

Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen in Bayern beim Bayerischen Landesamt für Denkmalpflege (Hrsg.): *Kulturgutverluste, Provenienzforschung, Restitution. Sammlungsgut mit belasteter Herkunft in Museen, Bibliotheken und Archiven*, München: Deutscher Kunstverlag (Museums-Bausteine, 10) 2007, 184 S.

Müller, Bernard: »Koloniale Beutekunst. Wohin gehört Montezumas Federkrone?«, in: *Le monde diplomatique*, Heft 7/2007, S. 18–19

Rabius, Ragenhild: »Displaced Books. NS-Raubgut in der Universitätsbibliothek Marburg«, in: *Bibliotheksdienst*, Heft 6/2007, S. 630–634

Schaffrath, Christina: *Die Rückführung unrechtmäßig nach Deutschland verbrachten Kulturguts an den Ursprungsstaat*, Frankfurt am Main u. a.: Lang (Schriften zum Staats- und Völkerrecht, 132) 2007, 355 S.

Schnabel, Gunnar: *Nazi looted art. Handbuch Kunstrestitution weltweit*, Berlin: Proprietas 2007, 528 S.

Schneider-Kempf, Barbara: »Erfahrungen und Probleme mit der Restitution von Raubgut im Bibliotheksbereich«, in: *Kunst und Recht*, Heft 2/2007, S. 29–33

Schoeps, Julius H./Ludewig, A.-D.: *Eine Debatte ohne Ende? Raubkunst und Restitution im deutschsprachigen Raum*, Berlin: Verlag für Berlin-Brandenburg 2007, 327 S.

Selle, Claudia von: »Rückgabe von Kulturgütern. Über den Umgang mit Rückgabeansprüchen in Deutschland«, in: *Kultur & Recht*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 24 S., L 3.6

Surmann, Rolf: »Gepflogenheiten der Kriegsführung. Deutschland fordert von Polen Kulturgüter zurück, die von den Nazis selbst ins Gebiet des späteren Polen ausgelagert worden sind«, in: *konkret*, Heft 11/2007, S. 30–31

von zur Mühlen, Bernt Thure: »Der Ausverkauf der Stadtarchivbibliotheken in Altenburg und Döbeln«, in: *Kunst und Recht*, Heft 2/2007, S. 34–37

2.6 Kulturförderung, Kulturfinanzierung

2.6.1 Allgemein

Böll, Wigbert: »Wie der Phoenix aus der Asche ... Die Wiederauferstehung der New York Public Library durch professionelles Networking & Fundraising«, in: *Erfolgreich Kultur finanzieren*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 20 S., E 1.1-1

Bretz, Alexander: »Rechtsformen. Vor- und Nachteile – Steuern – Zuwendungen«, in: *Erfolgreich Kultur finanzieren*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 16 S., D 3.1-4

Jakubowski, Peter/Hohn, Stefanie: »Public-Private-Partnership in der Stadtentwicklung – Aufwand und Ertrag. Dargestellt am Beispiel erfolgreicher kooperativer Planungsprozesse in Osnabrück«, in: *Informationen zur Raumentwicklung*, Heft 1/2007, S. 38–49

Klopp, Jens: »Public Private Partnership in der Kultur. Modelle und Argumente«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 20 S., F 3.4

Koopmann, Stephanie: »Großspenden-Fundraising. Die Gewinnung und Betreuung von hochkarätigen Förderern«, in: *Erfolgreich Kultur finanzieren*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 18 S., B 5.2-4

Lueg, Barbara: *Kulturfinanzierung in Deutschland. Ein internationaler Vergleich mit Frankreich, Großbritannien und den USA*, Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller 2007, 132 S.

Pfennig, Gerhard: »Kulturförderung im Föderalismus. Verfassungsrechtliche Kompetenzen und staatliche Aufgabenbereiche«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV/2007), S. 6–7

Soltau, Annegret: »Kunstförderung im Föderalismus«, in: *kulturpolitik*, Heft 4/2007, S. 8–12

Vermeulen, Peter: »Neuausrichtung kommunaler Kulturförderung«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 22 S., B 1.5

Wagner, Kirsten: »Der Förderantrag. Leitfaden für Antragsteller«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 16 S., F 2.4

2.6.2 Öffentliche Kulturförderung und Kulturausgaben

Beckmann, Christine: »Die Strukturfonds der Europäischen Union. Kulturprojekte leisten Beiträge zur Struktur- und Regionalentwicklung«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 24 S., F 2.3

Deutscher Bundestag: »Hautstadtkulturfinanzierung des Bundes in einem Staatsvertrag regeln. Beschlussempfehlung und Bericht des Ausschusses für Kultur und Medien«, Berlin: *Drucksache* 16/6827 (25.10.2007), 4 S.

Föhl, Patrick S./Neiser, Iken: »Kulturförderung des Landes Berlin. Kulturpolitische Positionen, ausgewählte Förderprogramme, Themenschwerpunkte und Ansprechpartner«, in: *Erfolgreich Kultur finanzieren*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 36 S., B 2.2-13

Glogner, Patrick: »Kulturförderung des Landes Schleswig-Holstein. Grundsätze, Fördermöglichkeiten und Ansprechpartner«, in: *Erfolgreich Kultur finanzieren*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 30 S., B 2.2-12

Gropp, Ulrike: »Auf Stelzen«, in: *Kulturstiftung des Bundes*, Heft 10/2007, S. 34–35

Herdlein, Hans: »Schwarze Zahlen – Rote Ampeln«, in: *bühnengenossenschaft*, Heft 4/2007, S. 4–5

Kampeter, Steffen: »In der materiellen Ausstattung von Kultur Flagge zeigen. Im Interview: Steffen Kampeter, haushaltspolitischer Sprecher der Union«, in: *Musikforum*, Heft 1/2007, S. 43–45

Landtag Mecklenburg-Vorpommern: »Landeszuschüsse für Theater. Antwort der Landesregierung auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten der FDP«, Schwerin: *Drucksache* 5/845 (15.10.2007), 4 S.

Landtag Sachsen-Anhalt: »Theater- und Orchesterförderung in Sachsen-Anhalt. Antwort des MW auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten der Fraktion DIE LINKE«, Magdeburg: *Drucksache* 5/819 (3.8.2007), 2 S.

Landtag Schleswig-Holstein: »Entwicklung der Kulturausgaben des Landes Schleswig-Holstein (2. Anfrage). Antwort des MP auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten der FDP«, Kiel: *Drucksache* 16/1687 (7.11.2007), 2 S.

Lennartz, Knut: »Armes reiches Land. Welch ein Segen: Der Freistaat Thüringen hat eine beneidenswert dichte Theater- und Orchesterlandschaft. Welch ein Jammer: Sie ist auf Dauer nicht bezahlbar«, in: *Die Deutsche Bühne*, Heft 4/2007, S. 18–21

Schölzig, Krista: *Öffentliche Kulturförderung in Deutschland und den USA. Ein Vergleich vor dem Hintergrund leistungsstaatlicher und gewährleistungsstaatlicher Modelle*, Frankfurt am Main u. a.: Peter Lang 2007, 261 S.

Schulz, Christina: *Neugestaltung der öffentlichen Kulturförderung in Deutschland*, Marburg: Tectum 2007, 344 S.

Sievers, Norbert: »Akzente setzen, Anschub geben ... Zum Aufgabenverständnis der Kulturstiftung des Bundes. Interview mit Hortensia Völckers«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 116 (I/2007), S. 27–29

Thüringer Landtag: »Ausgaben der Thüringer Kommunen für Kultur. Antwort des Innenministeriums auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten der Fraktion Die Linkspartei.PDS«, Erfurt: *Drucksache* 4/3239 (2.8.2007), 3 S.

Tiefensee, Wolfgang/Lindenau, Rainer (Hrsg.): *Staat machen! Erfolgsgeschichten öffentlicher Institutionen*, München: Hanser 2007, 250 S.

Völckers, Hortensia: »Platzvorteil. Der Heimspiel-Fonds der Bundeskulturstiftung. Interview«, in: *Die Deutsche Bühne*, Heft 7/2007, S. 30–31

2.6.3 Private Kulturfinanzierung, Sponsoring, Mäzenatentum, Stiftungen

Deutsche Stiftungen. Mitteilungen des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen (DS), Berlin: Bundesverband Deutscher Stiftungen (dreimal jährlich)

Stiftung & Sponsoring. Das Magazin für Non-Profit-Management und -Marketing, Verl: W&N Stiftung & Sponsoring Verlags GmbH (sechsmal jährlich)

Bortoluzzi-Dubach, Elisa/Frey, Hansrudolf: *Sponsoring. Leitfaden für die Praxis*, Bern u. a.: Haupt 2007, 303 S. (4., aktualisierte und erweitere Auflage)

Bosch, Ise: *Besser spenden! Ein Leitfaden für nachhaltiges Engagement*, München: Beck 2007, 193 S.

Bretz, Alexander: »Der Sponsoringvertrag im Kulturbereich. Was Sie bei der Vertragsgestaltung beachten sollten«, in: *Kultur & Recht*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 28 S., L 7.2

Bretz, Alexander: »Förderverein. Rechtliche und steuerliche Implikationen«, in: *Erfolgreich Kultur finanzieren*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 8 S., B 6.1-2

Bretz, Alexander: »Sponsoring: Grundregeln und steuerliche Gesichtspunkte«, in: *Erfolgreich Kultur finanzieren*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 16 S., B 4.2-2

Bundesverband Deutscher Stiftungen (Hrsg.): *Stiftungs-Report 2007. Schwerpunkt Bürgerstiftungen*, Berlin 2007, 192 S.

Campenhausen, Axel Freiherr von u. a.: »Kirche und Stiftungen. Schwerpunktthema«, in: *StiftungsWelt*, Heft 2/2007, S. 4–21

Deuter, Ulrich/Link, Jochen/Kloß, Armin: »›Ein Unternehmen ohne gesellschaftliche Verantwortung kann nicht bestehen‹. Nachfragen zur Sponsoring- und Förderpolitik der WestLB. Ein Interview«, in: *K.West*, Heft 6/2007, S. 14–16

Deutsches Zentralinstitut für soziale Fragen (Hrsg.): *DZI Spenden-Almanach 2007/8*, Berlin: Eigenverlag DZI 2007, 356 S.

Eichenberg, Beate: »Nur drei von dreiundzwanzig. In Kinderschuhen: Fundraising an deutschen Musik- und Kunsthochschulen«, in: *Das Orchester*, Heft 2/2007, S. 26–30

Fechter, Isabel: »Künstlerförderung: Flexibel und strukturiert. Der Künstlerverein FJK«, in: *Junge_Kunst*, Heft 72 (2007), S. 44–45

Fleisch, Hans/Klingholz, Reiner: *StiftungsReport 2007. Schwerpunkt Bürgerstiftungen*, Berlin: Bundesverband Deutscher Stiftungen 2007, 192 S.

Flöter, Jonas/Ritzi, Andreas (Hrsg.): *Bildungsmäzenatentum. Privates Handeln, Bürgersinn und kulturelle Kompetenz seit der Frühen Neuzeit*, Köln u. a.: Böhlau (Beiträge zur Historischen Bildungsforschung, 33) 2007, 432 S.

Föhl, Patrick S.: »Die Public Private Partnership-Aktivitäten der Klassik Stiftung Weimar. Ausgewählte Erfolgsprojekte zwischen Kultur und Wirtschaft«, in: *Erfolgreich Kultur finanzieren*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 18 S., E 2.2-2

Gregory, Alexander/Lindlacher, Peter: *Fundraising. Tipps und Adressen zur Finanzierung von Vereinen, Projekten und gemeinnützigen Einrichtungen in Bayern und anderswo*, Neu Ulm: AG SPAK (Materialien der AG SPAK, 153) 2007, 535 S. (4. überarbeitete und erweiterte Auflage)

Haack, Barbara: »Die verdammte Pflicht, sich nicht nach Moden zu richten. Das Bayer Kulturprogramm wird hundert Jahre alt«, in: *nmz. Neue Musikzeitung*, Heft 10/2007, S. 13–14

Heinze, Thomas: *Kulturförderung/Kulturfinanzierung. Sponsoring – Fundraising – Public-Private-Partnership, Zusammenstellung des Autors*, Hamburg: Institut für Kultur- und Medienmanagement 2007, 244 S.

Hippel, Thomas von: *Grundprobleme von Non-Profit-Organisationen. Eine zivilrechtsdogmatische, steuerrechtliche und rechtsvergleichende Untersuchung über Strukturen, Pflichten*

und Kontrollen und wirtschaftliche Tätigkeit von Vereinen und Stiftungen, Tübingen: Siebeck Mohr 2007, 689 S.

Hoffmann-Steudner, Hedda: »Neues Gesetz für Stifter. Verbesserte Rahmenbedingungen für das Stiften«, in: *StiftungsWelt*, Heft 4/2007, S. 31–32

Johannsen, Lorenz Peter: »Spannungen: Musik im Kraftwerk Heimbach. Geheimtipp der Eifel – Perle privaten Engagements«, in: *TheaterManagement aktuell*, Heft Juni-August 2007, S. 10–12

Kehsler, Astrid: »Privates Engagement als Keimzelle für ein Kulturforum. Finanzierung der Kunstförderung durch Kunst«, in: *Junge_Kunst*, Heft 73 (2007), S. 44–45

Klopp, Jens: »Public Private Partnership in der Kultur. Modelle und Argumente«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 20 S., F 3.4

Kocka, Jürgen: *Schenken, Stiften, Spenden*, Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 2007, 157 S.

Kuhna, Martin: »Fordern und fördern. Mit Speck fängt man Mäuse: Ein Porträt des Unternehmers Norman Faber, der Bochum mittels Millionenspende zum Bau eines neuen Konzerthauses bewogen hat«, in: *K.West*, Heft 5/2007, S. 38–43

Kulturkreis der deutschen Wirtschaft (Hrsg.): *Förder- und Freundeskreise der Kultur in Deutschland. Ergebnisse einer umfassenden Untersuchung des Kulturkreises der deutschen Wirtschaft*, Berlin 2007, 22 S.

Lehmann, Klaus-Dieter/Kahlcke, Wolfgang: *Vogel Phoenix – Die Stiftung Preußischer Kulturbesitz*, Berlin: Berlin Universitäts Press 2007, 397 S.

Lindemann, Nadine: »Operative und fördernde Stiftungsarbeit«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 18 S., F 3.6

Lingelbach, Gabriele: »Die Entwicklung des Spendenmarktes in der Bundesrepublik Deutschland von der staatlichen Regulierung zur medialen Lenkung«, in: *Geschichte und Gesellschaft*, Heft 1/2007, S. 127–157

Litzel, Susanne: »Mehr als nur Sahnehäubchen. Beispiele für weniger bekannte Varianten unternehmerischer Kulturförderung«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 16 S., F 3.5

Loeffelholz von Colberg, Bernhard Freiherr: »Fördern ist ein ›ungeheuer schönes Gefühl‹. Hans Bäßler im Gespräch mit dem Präsidenten des Sächsischen Kultursenats und Vorstandsmitglied der Jürgen Ponto Stiftung Bernhard Freiherr Loeffelholz von Colberg«, in: *Musikforum*, Heft 4/2007, S. 35–38

Loock, Moritz: »Das Kulturprozent der Migros. Eine Ausnahmeerscheinung der privaten Kulturförderung«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 20 S., J 2.3

Müller-Tengelmann, Henning: »Kulturförderung als unternehmerische Verantwortung – Electrabel unterstützt Bundesgartenschau in der Region Gera«, in: *Kommunalwirtschaft*, Heft 4/2007, S. 248–251

Nyfelder, Max: »Ein global Player der Musikförderung. Die weitverzweigten Aktivitäten der Ernst von Siemens Musikstiftung«, in: *Neue Zeitschrift für Musik*, Heft 2/2007, S. 20–21

Oevermann, Ulrich (Hrsg.): *Die Kunst der Mächtigen und die Macht der Kunst. Untersuchungen zu Mäzenatentum und Kulturpatronage*, Berlin: Akademie 2007, 296 S.

Otto, Lieselotte: *Handbuch der Stiftungspraxis*, Neuwied: Luchterhand 2007, 653 S.

Pätsch, Anke: »Deutschland 2006: Ein Stiftungsmärchen. Von 899 Neugründungen und anderen guten Zahlen«, in: *StiftungsWelt*, Heft 1/2007, S. 36–37

Pielhoff, Stephen: »Stifter und Anstifter. Vermittler zwischen ›Zivilgesellschaft‹, Kommune und Staat im Kaiserreich«, in: *Geschichte und Gesellschaft*, Heft 1/2007, S. 10–45

Poloczek, Annika: *Unternehmensnahe Kulturstiftungen: nachhaltige Kulturförderung jenseits des Staates*, Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller 2007, 92 S.

Reden, Friederike von/Welling, Annette/Wilgenbusch, Sandra: »Professionalisierung notwendig. Die Studie des Arbeitskreises Kultursponsoring zu Förder- und Freundeskreisen bringt neue Zahlen«, in: *Das Orchester*, Heft 6/2007, S. 14–19

Schwalb, Lilian: »Public Private Partnerships und Local Governance in der Kulturfinanzierung«, in: *Local Governance – Mehr Transparenz und Bürgernähe?*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (Bürgergesellschaft und Demokratie, 24) 2007, S. 278–299

Siebenhaar, Klaus: »Die Kunst, Kunst zu fördern. Zur Entwicklung von Freundes- und Fördervereinen in Deutschland. Eine kritische Zwischenbilanz«, in: *Das Orchester*, Heft 6/2007, S. 8–13

Sprengel, Rainer/Ebermann, Thomas mit einem Beitrag von Karin Fleschutz: *Statistiken zum Deutschen Stiftungswesen 2007*, Stuttgart: Lucius & Lucius (Maecenata Schriften, 1) 2007, 111 S.

Stiftung Niedersachsen (Hrsg.): *Die Kunst zu fördern. 20 Jahre Stiftung Niedersachsen*, Hannover: Stiftung Niedersachsen 2007, 90 S.

Strachwitz, Rupert Graf: »Stiftungen nach der Stunde Null. Die Entwicklung des Stiftungswesens in Westdeutschland nach 1945«, in: *Geschichte und Gesellschaft*, Heft 1/2007, S. 99–126

Urselmann, Michael: *Fundraising. Professionelle Mittelbeschaffung für Nonprofit-Organisationen*, Bern u. a.: Haupt 2007, 287 S. (4. vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage)

Welling, Annette: »Förder- und Freundeskreis der Kultur in Deutschland. Eine Studie liefert Daten über Arbeits- und Wirkungsweise von Freundeskreisen«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 18 S., F 3.3

2.7 Kulturmanagement

Kulturmanagement & Kulturpolitik, Loseblattsammlung (vier bis fünf jährliche Ergänzungslieferungen), hrsg. von Friedrich Look/Oliver Scheytt, Stuttgart: Raabe Verlag

»GO Professional. Erfolgreiche Kooperation von GEMA und Rock.Büro Süd«, in: *Gema Nachrichten*, Heft 2/2007, S. 30–31

»Theater an der Spitze der Beliebtheitsskala. idkv legt neue Studie zum Konsumverhalten im Veranstaltungsmarkt

vor«, in: *TheaterManagement aktuell*, Heft Dezember 2007, S. 14–15

Bäumel, Mathias: »Kleinere Einrichtungen als Wirtschaftsfaktor. Das Dresdner Institut für Orientierungswissen beweist Effektivität mit aktueller Studie«, in: *nmz. Neue Musikzeitung*, Heft 11/2007, S. 16 u. 18

Becker, Christoph: *Fälle zum Kulturmanagement. Verträge und Schadenhaftung*, Münster: LIT (Kulturmanagement, 1) 2007, 267 S.

Bellmann, Björn: »Einstieg in die Online-Welt. Möglichkeiten und Nutzen der Neuen Medien«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 22 S., H 2.3

Bemmé, Sven-Oliver: »Erfolgreich delegieren im Kultur- und Medienmanagement-Alltag. Chancen und Grenzen des gezielten ›Zeiteinkaufs‹«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 24 S., I 1.3

Bernsee, Elke: »Milka, Cola, Tempo – Subito! Wie man eine Bibliothek als Marke positioniert«, in: *Buch und Bibliothek*, Heft 5/2007, S. 374–380

Birnkraut, Gesa: *Kulturmanagement konkret*, Baden (CH): hier + jetzt 2007, 160 S.

Bretz, Alexander: »Forderungsmanagement. Notwendiges tun – Fehler vermeiden«, in: *Erfolgreich Kultur finanzieren*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 10 S., C 1.1-3

Brinker, Henry C.: »Ein Magazin voller Musik. Bunte neue Werbewelt bei Oper und Konzert«, in: *Das Orchester*, Heft 12/2007, S. 19–23

Dauschek, Anja: »Management als Museumsaufgabe«, in: *aus politik und zeitgeschichte*, Heft 49/2007, S. 20–26

De Ritis, Anthony Paul/McDonald, Ann/Laird, Jay: »From Idea to iTunes. Das Online Conservatory des Boston Symphony Orchestra«, Übersetzung: Laure Charrié, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 24 S., J 2.2

Ernst, Mathias/Ernst, Antje: *Handbuch Museumsmanagment*, Köln: Böhlau 2007, 1216 S. (2 Teilbände)

Fischer, Walter B.: *Künstler & Co. Mitarbeiterführung in Theatern, Orchestern und Museen*, Zürich/Chur: Rüegger 2007, 257 S.

Föhl, Patrick S.: »Die Machbarkeitsstudie im öffentlichen Kulturbereich. ›Sorgfaltspflicht‹ vor der Realisierung von Veränderungsmaßnahmen und großen Projektvorhaben«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 20 S., D 1.2

Frei, Marco: »Zurück in die Zukunft. Mängel und Initiativen im deutschen Orchestermanagement«, in: *Das Orchester*, Heft 12/2007, S. 14–18

Gerlach, Laura J.: *Der Schirnerfolg. Die ›Schirn Kunsthalle Frankfurt‹ als Modell innovativen Kunstmarketings, Konzepte – Strategien – Wirkungen*, Bielefeld: transcript 2007, 236 S.

Hausmann, Andrea: »Erfolgreiches Innovationsmanagement in Kulturbetrieben«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 12 S., D 1.4

Heinze, Thomas: *Kulturmanagement, Zusammenstellung des Autors*, Hamburg: Institut für Kultur- und Medienmanagement 2007, 300 S.

Jahn, Regina: »Erfolgreich delegieren. Freiraum schaffen – Ressourcen nutzen«, in: *Erfolgreich Kultur finanzieren*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 18 S., D 1.2-2

Klein, Armin: *Der exzellente Kulturbetrieb*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2007, 336 S.

Klein, Armin: »Kulturpolitik und Kulturmanagement: schützen und fördern«, in: *Weiterbildung*, Heft 1/2007, S. 8–11

Klein, Armin: *Starke Marken im Kulturbetrieb*, Baden-Baden: Nomos 2007, 255 S.

Knoblich, Tobias J.: »Geschäftsfeldentwicklung. Strategisches Management am Beispiel eines Kulturverbandes«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 18 S., D 1.3

Lausberg, Maurice: »Steigerung von Ticketerlösen. Voraussetzungen und Maßnahmen zur zügigen und signifikanten Steigerung von Ticketerlösen«, in: *Erfolgreich Kultur finanzieren*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 22 S., C 1.1-4

Lewinski, Verena/Samii, Inga: *Rechtliche Grundlagen im Kulturmanagement*, Hagen: Fernuniversität 2007, 249 S. (überarb. Fassung)

Mäcken, Walter: »Veranstaltungsmanagement versus Veranstaltungssicherheit. Verantwortung und Haftung der Veranstalter, Sicherheitsbestimmungen und Rechtsvorschriften, Kriterien der neuen Versammlungsstättenordnung«, in: *Kultur & Recht*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 50 S., K 2.1

Mandel, Birgit: *Die neuen Kulturunternehmer. Ihre Motive, Visionen und Erfolgsstrategien*, Bielefeld: transcript 2007, 146 S.

mba: »Zusammenfassender Bericht über Jörg Jacobi: Kommunales Kulturmarketing heute – Anspruch und Wirklichkeit im digitalen Zeitalter«, in: *INTHEGA Kulturjournal*, Heft 3/2007, S. 11–12

Münsterberg, Antje: »Best Practice – Vermarktung als Veranstaltungslocation. Maßgeschneiderte Veranstaltungskonzepte in der Alten Oper Frankfurt«, in: *Erfolgreich Kultur finanzieren*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 8 S., E 4.2-3

Münsterberg, Antje: »Netzwerke für die Vermarktung einer Veranstaltungslocation optimal nutzen. Kooperations- und Multiplikationsmöglichkeiten«, in: *Erfolgreich Kultur finanzieren*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 10 S., C 4.1-4

Ostendorf-Rupp, Sonja: »Kulturmanagement in den USA«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 18 S., A 2.2

Rhomberg, Günter: »Das Beispiel ›Bregenzer Festspiele‹«, in: Mozart 2006 Salzburg/Robert-Jungk-Bibliothek für Zukunftsfragen (Hrsg.): *Sustainable Mozart, Kunst, Kultur und Nachhaltigkeit*, Salzburg: Robert-Jungk-Bibliothek für Zukunftsfragen 2007, S. 133–138

Rothärmel, Bettina: *Leistungserstellung im Kulturmanagement. Eine institutionenökonomische Analyse*, Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag 2007, 241 S.

Schmidt-Ott, Thomas: »Den wilden Tieren zum Fraß … Publikumsstrategien von Caligula bis heute. Audience Development – Zukunftsstrategie für Kulturbetriebe (2)«, in: *Das Orchester*, Heft 7-8/2007, S. 30–34

Schmidt-Ott, Thomas: »Drei Orangen mit Bustransfer. Audience Development – Zukunftsstrategie für Kulturbetriebe (1)«, in: *Das Orchester*, Heft 4/2007, S. 26–30

Schneider, Wolfgang (Hrsg.): *Grundlagentexte zur Kulturpolitik. Eine Lektüre für Studium und Beruf*, Hildesheim: Glück & Schiller 2007, 304 S.

Sievers, Norbert: »Kulturpolitische Öffentlichkeit(en) herstellen. Voraussetzungen und Notwendigkeiten dargestellt am Beispiel der Kulturpolitischen Bundeskongresse«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 18 S., B 1.3

Simm, Cornelia: *Besucherorientiertes Museumsmarketing. Hintergründe und Finanzierung*, Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller 2007, 145 S.

Theede, Michael: *Management und Marketing von Konzerthäusern. Die Bedeutung des innovativen Faktors*, Frankfurt am Main: Peter Lang 2007, 361 S.

Vermeulen, Peter: »Es geht nicht um Einsparungen, sondern um mehr Wirkung, um Effektivität. Interview«, in: *TheaterManagement aktuell*, Heft Dezember, 2007, S. 1–4

Vizy, Lena: »Audience Development durch junge Freundeskreise. Junges Kulturpublikum interessieren und binden durch neue Formen der Kulturvermittlung«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 22 S., H 2.4

Weth, Daniel: »Direktmarketing at it's best – Schleswig-Holstein Musik Festival. Recht & Praxis II«, in: *TheaterManagement aktuell*, Heft Juni-August 2007, S. 7–8

2.8 Qualitätsmessung, Evaluation, Nutzerforschung

Erhebung der Besuchszahlen an den Museen der Bundesrepublik Deutschland, Berlin: Institut für Museumskunde (Materialien) (jährlich)

Ammer, Barbara: *Evaluierungen in den Bereichen Kulturpolitik, Bildungs- und Wissenschaftskooperation, Sprachen- und Medienpolitik. Evaluierungen und Sekundärliteratur; Literaturauswahl September 2007*, Stuttgart: Institut für Auslandsbeziehungen 2007, 42 S.

Bendzuck, Gerlinde/Schubert, Isabel: »Der Abonnent, das nicht mehr unbekannte Wesen. Ergebnisse einer Abonnenten Studie«, in: *Das Orchester*, Heft 1/2007, S. 10–19

Börger, Angela: *Corporate social responsibility und Kulturförderung. Eine empirische Untersuchung am Beispiel des Staatsballetts Berlin*, Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller 2007, 123 S.

Bundesverband der Veranstaltungswirtschaft (idkv)/Musikmarkt & Musikmarkt live (Hrsg.): *GfK-Studie zum Konsumverhalten der Konzert- und Veranstaltungsbesucher in Deutschland* (September 2007), Hamburg/München: IDKV und Musikmarkt 2007, 30 S.

Fischer, Tilman: »Warum wir ins Konzert gehen. Was bei der Kaufentscheidung wichtig ist«, in: *Das Orchester*, Heft 10/2007, S. 16–21

Fritsch, Michael/Stützer, Michael: »Die Geographie der Kreativen Klasse in Deutschland«, in: *Raumplanung*, Heft 1/2007, S. 15–29

Schmidt-Ott, Thomas: »Alle im selben Boot ... Publikumsorientierung und Audience Development. Zukunftsstrategie für Kulturbetriebe (3)«, in: *Das Orchester*, Heft 11/2007, S. 22–26

Schneider, Vera: »Evaluation als Instrument der kulturpolitischen Steuerung. Methodische Überlegungen am Beispiel der AKBP«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 14 S., D 3.3

Söndermann, Michael: »Der Kultursektor als Beschäftigungs- und Wirtschaftsfaktor in Europa. Wege zu einer europäischen Kulturstatistik«, in: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.): *Jahrbuch für Kulturpolitik 2007, Thema: Europäische Kulturpolitik*, Bonn/Essen: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft e. V./Klartext 2007, S. 387–406

Stellamanns, Sabine: *Evaluation interkultureller Trainings. Analysen und Lösungsstrategien in Theorie und Praxis*, Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller 2007, 101 S.

Stockmann, Reinhard: »Evaluation als Instrument der kulturpolitischen Steuerung. Grundsätze und Zusammenhänge«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 16 S., D 3.2

Walther, Claudia: »Messbarkeit kommunaler Integrationskonzepte«, in: *Archiv für Wissenschaft und Praxis der sozialen Arbeit*, Heft 3/2007, S. 100–110

Wiesbaden, Amt für Wahlen, Statistik und Stadtforschung (Hrsg.): *Wiesbadener Musik- und Kunstschule e. V. Ergebnisse der Bevölkerungs-, Schüler-, Eltern- und Warteliste-umfragen*, Wiesbaden (Wiesbadener Stadtanalysen) 2007, 90 S.

Zimmermann, Uwe: »Lebensbedingungen in Kommunen untersucht. Eurobarometer und Städteaudit der Europäischen Kommission«, in: *Stadt und Gemeinde interaktiv*, Heft 9/2007, S. 343–345

2.9 Kultur und Ökonomie – Kulturwirtschaft – Kultur und Arbeit

Abs, Edgar: »Junge Kunst als Kapitalanlage. Die Kunstsammlung als Investment?«, in: *Junge_Kunst*, Heft 72 (3/2007), S. 42–43

Backes, Christoph/Husredt, Sylvia/Söndermann, Michael: *Kulturwirtschaft in Aachen. Potenziale einer Stadt*, 20 S. Online im Internet: URL: http://www.kulturwirtschaft.de/wp-content/uploads/2007/09/grzentr_brosch_d.pdf [Stand 1.4.2008]

Bratic. Ljubomir: »Ein Plädoyer für die Politik! Zwischen NGOs, Selbstorganisation der MigrantInnen und frei flottierenden Kunst- und KulturproduzentInnen. Ein Kommentar«, in: *Kulturrisse*, Heft 1/2007, S. 48–49

Bundestagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen (Hrsg.): *Kulturwirtschaft und Creative Industries 2007. Aktuelle Trends unter besonderer Berücksichtigung der Mikrounternehmen*, Berlin: Selbstverlag 2007, 35 S.

Chodzinski, Armin: *Kunst und Wirtschaft. Peter Behrens, Emil Rathenau und der dm-drogerie markt*, Berlin: Kadmos 2007, 272 S.

Dingenotto, Christian: *Cultural Business – Kultur mit Gewinn*, Norderstedt: book on demand 2007, 140 S.

Dossi, Piroschka: *Hype! Kunst und Geld*, München: dtv 2007, 258 S.

Ebert, Ralf: »Kultur(wirtschaft), Tourismus und Innenstadtentwicklung in Dresden«, in: *Raumplanung*, Heft 131 (2007), S. 74–78

Ebert, Ralf/Gnad, Friedrich: »Integrierte Kulturwirtschaftspolitik: vom Kopf auf die Füße gestellt«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV/2007), S. 37–40

Ebert, Ralf/Kunzmann, Klaus R.: »Kulturwirtschaft, kreative Räume und Stadtentwicklung in Berlin«, in: *DISP*, Heft 4/2007, S. 64–79

Engler, Wolfgang: *Unerhörte Freiheit. Arbeit und Bildung in Zukunft*, Berlin: Aufbau-Verlag 2007, 175 S.

Ernst, Stefanie: »Geistreich in den Beruf. Kongress des Deutschen Kulturrates im Jahr der Geisteswissenschaften«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 6/2007, S. 18–19

Fesel, Bernd: *Kulturwirtschaft in der Auslandsförderung von Kultur*, Bonn: Deutsche UNESCO-Kommission 2007, 120 S.

Freundt, Andreas: *Entwicklungspotenziale der Kulturwirtschaft. Cluster im Ruhrgebiet und in Merseyside*, Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller 2007, 240 S.

Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit (Hrsg.): *Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa 2007. Jahrbuch Kulturwirtschaft 2007*, Potsdam: Friedrich-Naumann-Stifung für die Freiheit 2007, 160 S.

Friedrich-Naumann-Stiftung/Büro für Kulturpolitik und Kulturwirtschaft (Hrsg.): *Jahrbuch Kulturwirtschaft 2007. Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa*, Berlin/Bonn: Selbstverlag 2007, 110 S.

Friedrich-Naumann-Stiftung/Büro für Kulturpolitik und Kulturwirtschaft (Hrsg.): *Kultur und Kreativität als neue Wirtschaftsfaktoren. Jahrbuch Kulturwirtschaft 2006*, Berlin/Bonn: Selbstverlag 2007, 169 S.

Gorny, Dieter: »Die Bigseller werden immer seltener. Dieter Gorny über die Zusammenhänge in der Kreativwirtschaft. Gespräch von Barbara Haack«, in: *nmz. Neue Musikzeitung*, Heft 4/2007, S. 25–26

Griefahn, Monika: »Kreativität muss wachsen, damit sie Früchte tragen kann. Kreativwirtschaft als Potenzial für Wachstum«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 117 (II/2007), S. 5–6

Haselbach, Dieter: »Kulturwirtschaft. Zum Stand der Debatte und zu Forschungsdesideraten«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV/2007), S. 32–36

Hering, Sabine (Hrsg.): *Bürgerschaftlichkeit und Professionalität. Wirklichkeit und Zukunftsperspektiven Sozialer Arbeit*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2007, 219 S.

Herstatt, Claudia: *Fit für den Kunstmarkt. Der Kunstmarkt von A-Z. Ratgeber*, Ostfildern: Hatje Cantz 2007, 213 S. (2. komplett überarbeitete und erweiterte Auflage)

Hofert, Svenja: *Praxisbuch für Freiberufler – Alles was Sie wissen müssen, um erfolgreich zu sein*, Frankfurt am Main: Eichborn 2007, 268 S.

Hustedt, Sylvia: »Starthilfe zahlt sich aus«, in: *Der Gemeinderat*, Heft 4/2007, S. 10–11

ICG culturplan Unternehmensberatung GmbH: *Kulturwirtschaft in Deutschland – Grundlagen, Probleme, Perspektiven. EK-Kultur K-DRS. 16/192a. Gutachten im Auftrag der Enquete-Kommission ›Kultur in Deutschland‹ des Deutschen Bundestages*, Berlin/Dortmund 2007, 197 S.

Korobenik, Natalie: *Werbung und Kultur. Eine Analyse basierend auf dem Prinzip des semantischen Differentials*, Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller 2007, 109 S.

Lange, Bastian: *Die Räume der Kreativszenen. Culturepreneurs und ihre Orte in Berlin*, Bielefeld: transcript (Materialitäten, 4) 2007, 339 S.

Leitfeld, Ulrich/Brinkmann, Frank: *Geschäftserfolg in Asien. Verhandeln mit Tigern, Drachen und Elefanten*, Zürich: orell füssli 2007, 256 S.

Lyng, Robert: *Musik und Moneten. Wirtschaftliche Aspekte von Künstler-, Bandübernahme- und Produzentenverträgen*, Bergkirchen: PPV Medien 2007, 241 S. (4. vollständig überarbeitete Fassung)

Markowski, Marc/Wöbken, Hergen: *oeconomenta – eine Verbindung von Kunst und Wirtschaft, die einen Unterschied macht*, Berlin: Kunstverlag Kadmos 2007, 184 S.

Mayer, Markus: *Kulturwirtschaft im Wandel. Analyse der Digitalisierung von Musikindustrie, Filmindustrie und Literaturmarkt*, Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller 2007, 67 S.

Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen: *5. Kulturwirtschaftsbericht. Kultur- und Kreativwirtschaft. Wettbewerb – Märkte – Innovationen*, Düsseldorf 2007, 281 S.

Nietzard, Rolf/Laux, Paul: »Eine andere Form von Unternehmenskultur. Betriebliche Kulturarbeit der Betriebsräte bei Bayer«, in: *Stimmt die Chemie?*, Essen: Klartext 2007, S. 373–382

North, Michael: »Konsumgeschichte und Kulturkonsum im 18. Jahrhundert«, in: *Geschichte in Wissenschaft und Unterricht*, Heft 9/2007, S. 484–501

Proschka, Dossi: *Hype. Kunst und Geld*, München: dtv Taschenbuchverlag 2007, 258 S.

Raunig, Gerald: »Ein Jahrhundert der Kreativität? Des Kanzlers gefährliche Drohung«, in: *Kulturrisse*, Heft 2/2007, S. 42–45

Reinighaus, Frieder: »Selbstausbeutung, Kulturpartnerschaft, Tchiboisierung. Der feine Strukturwandel im Musik-, Theater-, Rundfunk- und Zeitungsvertrieb und bei seinen Zulieferern«, in: *Neue Zeitschrift für Musik*, Heft 2/2007, S. 24–27

Rossmeissl, Dieter: »Herausforderung Kulturwirtschaft – Kulturpolitische Antworten und Strategien. Kommentar zur Berliner Tagung«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV/2007), S. 42–43

Salmen, Thomas: *Kultur als Wirtschafts- und Standortfaktor. Ein Ansatz für die regionale Wirtschaftsförderung*, Marburg: Tectum-Verlag 2007, 277 S.

Scheytt, Oliver/Ufer, Isabell: »Praktikanteneinsatz in Kulturbetrieben. Empfehlungen für einen wechselseitigen Erfolg«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 18 S., E 2.2

Schnell, Christiane: *Regulierung der Kulturberufe in Deutschland. Strukturen, Akteure, Strategien*, Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag 2007, 261 S.

Schölermann, Karsten: »Die Liste des Grauens. Aus dem Alltag eines Clubmachers«, in: *Musikforum*, Heft 1/2007, S. 26–30

Scholz, Lothar: *Die Musikbranche. Ausbildungswege und Tätigkeitsfelder*, Mainz: Schott 2007, 138 S.

Schulz, Anne: »Zierfische im Cluster. Kultur als Standortfaktor hat Konjunktur«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV/2007), S. 69–70

Söndermann, Michael: »In vielfältigem Austausch«, in: *Der Gemeinderat*, Heft 4/2007, S. 8–9

Söndermann, Michael: »Kulturwirtschaft«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 116 (I/2007), S. 64–67

Söndermann, Michael/Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft NRW: *Kultur- und Kreativwirtschaft: Wettbewerb – Märkte – Innovationen*, Düsseldorf: Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen (MWME) 2007, 281 S.

Stoll, Rolf W.: »Der Wert der Musik – und ihr Preis. InterpretInnen der jüngeren Generation über Arbeits-, Lebensverhältnisse und mittelfristige Perspektiven«, in: *Neue Zeitschrift für Musik*, Heft 2/2007, S. 28–30

Stüdemann, Jörg: »Die Kreativwirtschaft ist keine Kulturwirtschaft – oder? Verwirrungen der Kulturpolitik«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV/2007), S. 48–51

Thumann, Jürgen: »Kreativwirtschaft als Motor für den Standort Deutschland. Künstler fördern und den Nährboden für eine innovationsfreudige Kulturgesellschaft legen«, in: *Musikforum*, Heft 4/2007, S. 58–59

Valentyn, Robert van den: »Wer hat Geld für junge Kunst? Strategien von Institutionen, der chronischen Geldnot zu entkommen«, in: *Junge_Kunst*, Heft 73 (2007), S. 36– 41

Wagner, Bernd: »Kultur. Politik. Wirtschaft«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV/2007), S. 44–47

Wanka, Johanna: »Von der ›Boom-‹ zur ›Zukunftsbranche‹. Wie aus Kultur, Wirtschaft und Kulturwirtschaft eine neue Politik entstehen muss«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV/2007), S. 29–31

Wehrheim, Jan (Hrsg.): *Shopping Malls. Interdisziplinäre Betrachtungen eines neuen Raumtyps*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (Stadt, Raum und Gesellschaft, 24) 2007, 297 S.

Wendorf, Alexandra: »Direkt von der Akademie in die Galerie. Der Einstieg in den Kunstmarkt braucht Professionalität«, in: *Junge_Kunst*, Heft 72 (2007), S. 31–33

Wiesand, Andreas Joh.: »Längst Geschwister. ›Kultur‹ und Wirtschaft – (k)eine Mesalliance?«, in: *Forum Wissenschaft*, Heft 2/2007, S. 15–18

Wöhrl, Dagmar: »Die Politik entdeckt die Kreativwirtschaft. Staatssekretärin Dagmar Wöhrl ist von der großen Zukunft der Kulturszene überzeugt«, in: *Musikforum*, Heft 3/2007, S. 49–51

Zöngör, Kenan: »Geld stinkt nicht nach Knoblauch. Ethno-Marketing: Wie die Wirtschaft eine neue Zielgruppe entdeckt«, in: *mikSes*, Heft 1/2007, S. 18–22

2.10 Demografie

Auth, Diana/Holland-Cunz, Barbara (Hrsg.): *Grenzen der Bevölkerungspolitik. Strategien und Diskurse demographischer Steuerung*, Leverkusen: Barbara Budrich 2007, 199 S.

Bruns, Petra/Bruns, Werner/Böhme, Rainer: *Die Altersrevolution. Wie wir in Zukunft alt werden*, Berlin: Aufbau-Verlag 2007, 250 S.

Esch, Christian: »Nicht kulturelle Nische, sondern bedeutsamer Querschnittsbereich. Kultur und Alter in der kommunalen Kulturpolitik«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 116 (I/2007), S. 32–33

Esch, Christian/Sievers, Norbert/Bremen, Klaus/Rosenbauer, Hansjürgen: »›Kultur und Alter – Ein kulturpolitisches Thema?‹. Eine Gesprächsrunde«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 116 (I/2007), S. 46–50

Göschel, Albrecht: »Demografie und Kulturpolitik. Kommentar und Ausblick«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 116 (I/2007), S. 51–53

Göschel, Albrecht: »Schrumpfung, demographischer Wandel und Kulturpolitik. Tendenzen und Herausforderungen«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 117 (II/2007), S. 35–38

Gruss, Peter: *Die Zukunft des Alterns. Die Antwort der Wissenschaft*, München: C. H. Beck 2007, 288 S.

Haßelmann, Britta: »Von wegen nur ›Bonjour Tristesse‹. Gestaltungsmöglichkeiten des demographischen Wandels«, in: *AKP*, Heft 2/2007, S. 38–41

Hausmann, Andrea: »Das Publikum von morgen. Herausforderungen des demografischen Wandels für Kulturbetriebe«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 117 (II/2007), S. 54–57

Kaufmann, Franz-Xaver: »Der demografische Wandel in Deutschland und seine Folgen«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 116 (I/2007), S. 34–41

Keil, Klaus: *Demografie und Filmwirtschaft. Studie zum demografischen Wandel und seinen Auswirkungen auf Kinopublikum und Filminhalte in Deutschland*, Berlin: Vistas 2007, 146 S.

Klie, Thomas: »Gestaltungsaufgabe Alter(n) und die neue Bedeutung der Kommunen«, in: *Die Gemeinde BWGZ*, Heft 23 (2007), S. 925–931

Kocks, Martina: »Infrastrukturentwicklung im Zeichen der Schrumpfung. Neuordnungen und Dienstleistungen«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 117 (II/2007), S. 31– 34

Mahnken, Gerhard: »Kulturpolitik im metropolitanen Raum«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 117 (II/2007), S. 43–47

Minkus, Friedrich U.: »›Zeit – tanzen seit 1927‹. Ein Tanzstück von Heike Henning über Altern in der Kunst«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 116 (I/2007), S. 55–56

Oeltze, Sven/Bracher, Tilman u. a.: *Mobilität 2050. Szenarien der Mobilitätsentwicklung bis 2050*, Berlin: Deutsches Institut für Urbanistik (Edition Difu – Stadt Forschung Praxis, 1) 2007, 224 S.

Patzer, Doris: »Ländliche Kulturentwicklung(splanung) und demografischer Wandel. Herausforderungen für die Kulturpolitik«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 117 (II/2007), S. 48–50

Pavkovic, Gari: »Demografie und Migration. Anforderungen, Erwartungen und Chancen für die Jugendhilfe«, in: *Forum Erziehungshilfen*, Heft 5/2007, S. 281–284

Pries, Michael: »Leben zwischen Muss und Muße. Trends und Entwicklungen in einer älter werdenden Gesellschaft«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 116 (I/2007), S. 42–45

Ruben, Thomas: »Work in progress. Demographischer Wandel und Kulturpolitik im Land Brandenburg«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 117 (II/2007), S. 39–42

Schulze, Doris: »Was haben Kultur und Demografie miteinander zu tun? Handlungsfelder Kultur und Alter«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 117 (II/2007), S. 51–53

Sieben, Gerda: »Entfalten statt liften. Erfahrungen aus dem Projekt ›mehrkultur55plus‹«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 117 (II/2007), S. 58–63

Sievers, Norbert: »Der demografische Faktor und die Kulturpolitik«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 116 (I/2007), S. 30–31

3 Kulturpolitische Positionen von Parteien und Verbänden

»Das Kulturkonzept der GEMA«, in: *Gema Nachrichten*, Heft 2/2007, S. 22–23

»GEMA setzt auf engen Dialog mit der Politik. Hauptstadtbüro in Berlin eröffnet«, in: *Gema Nachrichten*, Heft 2/2007, S. 8–12

Deutscher Kulturrat: »Jahresbericht des Deutschen Kulturrates e. V. über seine Tätigkeit im Jahr 2006«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 3/2007, S. 29–35

Deutscher Städtetag (Hrsg.): *Geschäftsbericht des Deutschen Städtetages für die Jahre 2005 und 2006*, Köln/Berlin: Selbstverlag 2007, 255 S.

Grütters, Monika/Fuchs, Max/Neumann, Bernd/Pleitgen, Fritz: »Kulturgroschen«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 6/2007, S. 13–16

Keweloh, Hans-Walter: »Vergangenheit – Gegenwart – Zukunft. Entwicklung und Perspektiven des Museumsverbandes für Niedersachsen und Bremen. Vortrag, gehalten auf dem Neujahrsempfang am 10. Januar 2006 in Celle«, in: *Mitteilungsblatt Museumsverband Niedersachsen-Bremen*, Heft 68 (2007), S. 5–10

Klausewitz, Wolfgang: »90 Jahre Deutscher Museumsbund. Eine Chronik«, in: *Museumskunde*, Heft 1/2007, S. 7–29

Puhle, Matthias: »Museumsverbände – warum sich Museen verbinden! Vortrag, gehalten auf dem Neujahrsempfang am 10. Januar 2006 in Celle«, in: *Mitteilungsblatt Museumsverband Niedersachsen-Bremen*, Heft 68 (2007), S. 11–13

Scheytt, Oliver: »Kultur macht Europa – Plädoyer für eine aktivierende Kulturpolitik für Europa. Erklärung der Kulturpolitischen Gesellschaft e. V.«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 118 (III/2007), S. 54–55

Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz (Hrsg.): *Kirche und Kultur. Dokumentation des Studientages der Herbstvollversammlung 2006 der Deutschen Bischofskonferenz*, Bonn: Selbstverlag (Arbeitshilfen Nr. 212) 2007

Sievers, Norbert: »Kultur im Entwurf des Grundsatzprogramms in der SPD. Fragen an den Geschäftsführer des Kulturforums der Sozialdemokratie Klaus-Jürgen Scherer«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 117 (II/2007), S. 15–16

SPD: »Kultur ist unsere Zukunft. Dokumentation«, in: *Kulturnotizen*, Heft 11/2007, S. 17–40

Welck, Karin von: »Macht Kultur. Ein kulturpolitischer Streifzug durch das CDU-Grundsatzprogramm«, in: *die politische Meinung*, Heft 11/2007, S. 17–20

Westerwelle, Guido/Otto, Hans-Joachim/Waitz, Christoph/Wagner, Ruth/Gerhardt, Wolfgang: »Kulturpolitik der FDP«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 5/2007, S. 6–11

Winter, Thomas von/Willems, Ulrich (Hrsg.): *Interessenverbände in Deutschland*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2007, 570 S.

4 Europäische und internationale Kulturpolitik

4.1 Allgemein

»Ein Kessel Buntes. Das Kulturhauptstadtjahr in Luxemburg beeindruckt vor allem durch Masse«, in: *Die Deutsche Bühne*, Heft 7/2007, S. 26–27

Grenzüberwindungen – unüberwindliche Grenzen. Ein europäisches Gespräch, Berlin/Münster: Lit 2007, 266 S.

Ackermann, Ulrike: »Verteidigung des dekadenten Europa«, in: *Merkur*, Heft 8–9/2007, S. 891–897

Ahner, Dirk: »Kohärenz und Komplementarität. EU-Kohäsionspolitik und Politik zur Entwicklung des ländlichen Raums«, in: *Stadt und Gemeinde interaktiv*, Heft 9/2007, S. 335–338

Bolkestein, Frits: »Kulturen leben vom Austausch. Protektionismus schadet der kulturellen Freiheit«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 118 (III/2007), S. 47–49

Breuer, Michael: »Europa muss geschaffen werden. Die deutsche Ratspräsidentschaft 2007 aus Sicht Nordrhein-Westfalens«, in: *die politische Meinung*, Heft 1/2007, S. 21–24

Brok, Elmar: »Perspektiven der Europapolitik. Die Europäische Union als historisches Friedensprojekt«, in: *die politische Meinung*, Heft 4/2007, S. 27–30

Bubb, Heiner: »Bologna – Eine Chance für Europa?«, in: *Politische Studien*, Heft 413 (2007), S. 69–77

Deger, Petra/Hettlage, Robert: *Der europäische Raum. Die Konstruktion europäischer Grenzen*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2007, 325 S.

Europäische Union, Europäische Kommission, Generaldirektion Regionalpolitik, Brüssel (Hrsg.): *Zustand der europäischen Städte. Zusammenfassender Bericht*, Brüssel 2007, 17 S.

Figel', Ján: »Der Wirklichkeit Bedeutung verleihen«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 118 (III/2007), S. 38–40

Freundt, Michael: »Die europäische Bühne besetzen. Große Resonanz für Symposium ›Europäisch kooperieren und produzieren‹«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 118 (III/2007), S. 64–65

Frühwald, Wolfgang: »Eden und Babel. Zur Einheit und Vielfalt der Sprachen«, in: *die politische Meinung*, Heft 6/2007, S. 63–67

Glombik, Manfred: »Aus dem ABC der Europäischen Union: Europäisches Kulturinstitut«, in: *Verwaltungsrundschau*, Heft 8/2007, S. 271–273

Gloser, Günter: »Kultur als Komponente der Außenpolitik von Europa«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 118 (III/2007), S. 41–42

Gürses, Hakan: »Nachtisch statt Hauptspeise. Gedanken über Interkulturalität angesichts des geplanten EU-Jahres 2008«, in: *Kulturrisse*, Heft 1/2007, S. 72–75

Hippe, Wolfgang: »Kultur und Europa. Im Gespräch mit Rupert Graf Strachwitz«, in: *VDR Bulletin*, Heft 2/2007, S. 27–28

Hoffe, Otfried: »Europäische Wertegemeinschaft?«, in: *Kulturstiftung des Bundes*, Heft 9/2007, S. 23–24

Holoubek, Michael/Damjanovic, Dragana: »Sozial- und Kulturpolitik im europäischen Mehrebenensystem. Mitgliedstaatliche Kompetenzen und ihre Grenzen in der europäischen Wirtschaftsverfassung«, in: Holoubek, Michael/Damjanovic, Dragana: *Bilanz und Perspektiven zum europäischen Recht., Eine Nachdenkschrift anlässlich 50 Jahre Römische Verträge*, Wien: ÖGB-Verlag (Arbeit, Recht, Gesellschaft, 18) 2007, S. 405–431

Institut für Auslandsbeziehungen/Robert Bosch Stiftung (Hrsg.): *Kulturreport Fortschritt Europa*, Stuttgart: ifa 2007, 280 S.

Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.): *Jahrbuch für Kulturpolitik 2007. Thema: Europäische Kulturpolitik*, Bonn/Essen: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft e. V./Klartext 2007, 485 S.

Johler, Reinhard/Thiel, Ansgar/Schmid, Josef/Treptow, Rainer (Hrsg.): *Europa und seine Fremden. Die Gestaltung kultureller Vielfalt als Herausforderung*, Bielefeld: transcript 2007, 217 S.

Kämpf, Andreas: »Die UNESCO-Erklärung zur Kulturellen Vielfalt. Der erste völkerrechtlich verbindliche internationale Vertrag zur Kulturpolitik«, in: *LAKS-Info*, Heft 44 (2007), S. 7–8

Kohl, Helmut: »Das Haus Europa weiterbauen. Die politische Union als Auftrag an die Jüngeren«, in: *die politische Meinung*, Heft 5/2007, S. 59–62

Koschmal, Walter: »Die europäische Region. Interregionalität und Kulturarbeit (am Beispiel Bayerns)«, in: *Bayerische Verwaltungsblätter*, Heft 1/2007, S. 9–13

Kulturpolitische Gesellschaft (Hrsg.): *kultur.macht.europa – europa.macht.kultur. Begründung und Perspektiven europäischer Kulturpolitik. Dokumentation des 4. Kulturpolitischen Bundeskongresses am 7./8. Juni in Berlin*, Bonn/Essen: Kulturpolitische Gesellschaft e. V./Klartext (Edition Umbruch. Texte zur Kulturpolitik, 23) 2007, 300 S.

Landsberg, Gerd/Zimmermann, Uwe: »Verfassungsprozess muss weitergehen! Kommunen in Europa«, in: *Stadt und Gemeinde*, Heft 5/2007, S. 173–175

Langenstein, Gottfried: »Kultur als Identitätsträger und Wirtschaftsfaktor ... und als Faktor für die Europäische Zukunftsfähigkeit«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 118 (III/2007), S. 50–53

Larat, Fabrice: »Ein Leben für die Freiheit der Kultur. Francois Bondy und die Einheit Europas«, in: *Osteuropa*, Heft 7/2007, S. 91–104

Löning, Markus: »Die EU braucht sichtbare Erfolge«, in: *liberal*, Heft 1/2007, S. 39–40

Münch, Claudia: »Europaarbeit in nordrhein-westfälischen Kommunen«, in: *Städte- und Gemeinderat*, Heft 7-8/2007, S. 19–20

Muschg, Adolf: »Kulturmacht Europa. Wie nutzt Europa die Chance seiner kulturellen Vielfalt?«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 118 (III/2007), S. 29–33

Neumann, Bernd: »Kulturpolitik für Europa«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 118 (III/2007), S. 34–37

Nida-Rümelin, Julian: »Die normative Dimension der europäischen Integration«, in: *Politische Studien*, Heft 11–12/2007, S. 31–46

Röper, Erich: »Auslaufmodell Nationalstaat – auch der deutsche. Europäisches Volk und Nationalstaat im 21. Jahrhundert«, in: *Deutschland Archiv*, Heft 2/2007, S. 313–320

Sapper, Manfred/Weichsel, Volker/Huterer, Andrea/ Oberhuber, David: *Inklusion, Exklusion, Illusion. Konturen Europas: Die EU und ihre Nachbarn* (Themenheft), in: *Osteuropa*, Heft 2-3/2007, 336 S.

Sattler, Julia: *Europa – eine integrative Kraft in der britischen, deutschen und französischen Auswärtigen Kulturpolitik?*, Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag 2007, 319 S.

Schilling, Walter: »Projekt ›Europa‹: Nach der deutschen Präsidentenschaft«, in: *liberal*, Heft 3/2007, S. 40–43

Schmalenfeld, Tim: »Von Schmelztiegelängsten und Supermachtträumen. Das kulturpolitische Programm der deutschen EU-Ratspräsidentschaft«, in: *Kulturrisse*, Heft 1/2007, S. 76–77

Schwencke, Olaf: »Ein Silberstreifen am Horizont für die europäische Kulturpolitik«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV/2007), S. 20–21

Steger, Christian O.: »Nicht nur die Großen stärken. Ländliche Räume zwischen Lissabon-Strategie und Metropolregionen«, in: *Stadt und Gemeinde interaktiv*, Heft 9/2007, S. 339–342

Thierse, Wolfgang: »Kultur und Wirtschaft – derselbe Kampf? Europäische Kulturvielfalt und global players«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 118 (III/2007), S. 43–46

Thum, Günther: »Der Beitrag der Kommunen zur europäischen Integration«, in: *Städte- und Gemeinderat*, Heft 7–8/2007, S. 6–9

Thum, Günter: »Partner und Mittler auch in der Zukunft. Beitrag der Kommunen zum europäischen Integrationsprozess«, in: *Stadt und Gemeinde interaktiv*, Heft 9/2007, S. 331–334

Unverzagt, Alexander: »Europäische und internationale Rechtsgrundlagen«, in: *Kultur & Recht*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 18 S., A 1.2

Vongries, Caroline: »Europäisch denken. Wie im thüringischen Jena klug und mit Erfolg an einem Orchesternetzwerk quer durch Europa gesponnen wird«, in: *Das Orchester*, Heft 6/2007, S. 26–29

Wagner, Gottfried: »Die Förderung der Mobilität von Künstlern: viel für Europa mit wenig Geld. Gottfried Wagner, Generalsekretär der Europäischen Kulturstiftung im Gespräch mit Wolfgang Hippe«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV/2007), S. 26–27

Wagner, Gottfried: »Europäische Kulturpolitik – wie bitte?«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 116 (I/2007), S. 24–26

Wilms, Dorothee: »Erinnerungskultur in Europa. Zu den Aufgaben von Literatur und Geschichtsforschung«, in: *die politische Meinung*, Heft 3/2007, S. 41–43

4.2 Kulturpolitik der EU

»Aktionsplan für die EU-Förderung der Mobilität von Museumssammlungen und Leihstandards. Action Plan for the EU Promotion of Museum Collections' Mobility and Loan Standards«, in: *Museumskunde*, Heft 1/2007, S. 60–66

»Bremer Erklärung zur ›Mobilität von Museumssammlungen‹«, in: *Museumskunde*, Heft 1/2007, S. 73–74

Der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (Hrsg.): *Kultur und Medien. Die deutsche EU-Ratspräsidentschaft – Rückblicke und Perspektiven*, Berlin: Selbstverlag 2007, 35 S.

Dörr, Dieter/Müller-Graff, Peter-Christian (Hrsg.): *Medien in der Europäischen Gemeinschaft*, Baden-Baden: Nomos (Schriftenreihe des Arbeitskreises Europäische Integration e. V., 59) 2007, 157 S.

Fallenstein, Julia: »EU-Recht und Lärmschutz für Musikerohren. Der deutsche Leitfaden zum Schutz des Gehörs«, in: *Das Orchester*, Heft 7-8/2007, S. 6–9

Griefahn, Monika/Otto, Hans-Joachim u. a.: »Kommentare zur Mitteilung der EU-Kommission über eine europäische Kulturagenda im Zeichen der Globalisierung«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 117 (II/2007), S. 19–20

Hieronymi, Ruth: »Europäisches Medienrecht. Zur Einheit und Vielfalt der Sprachen«, in: *die politische Meinung*, Heft 5/2007, S. 5–8

Hippe, Wolfgang: »Soft Law. Europäische Kulturpolitik und ihre Koordinierung«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV/2007), S. 75–77

Kirchmaier, Robert: »Vertrauen und Recht im europäischen Kulturgüteraustausch«, in: *Museumskunde*, Heft 1/2007, S. 69–72

Kommission der Europäischen Gemeinschaft: »Mitteilung über eine europäische Kulturagenda im Zeichen der Globalisierung«, (Auszüge), in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 117 (II/2007), S. 78–81

Landschaftsverband Rheinland -LVR-, Umweltamt, Köln (Hrsg.): *Europäische Landschaftskonvention. Eine Veranstaltung des Landschaftsverbandes Rheinland, Umweltamt und Rheinisches Amt für Bodendenkmalpflege. 2. bis 3. Mai 2006 in Altenberg, Tagungsdokumentation.*, Köln 2007, 284 S.

Merkel, Angela: »Europas Zukunft gestalten. Rede von Bundeskanzlerin Angela Merkel vor dem Europäischen Parlament am 17. Juni in Straßburg«, in: *die politische Meinung*, Heft 3/2007, S. 31–37

Riedel, Sabine: »Ambivalenzen des Minderheitenschutzes. Internationale Organisationen auf dem Prüfstand«, in: *Osteuropa*, Heft 11/2007, S. 47–66

Schwencke, Olaf: »Nur Mut, Frau Ratspräsidentin!«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 117 (II/2007), S. 25–26

Singer, Otto: »Das EU-Kulturprogramm (2007–2013)«, in: *Der aktuelle Begriff*, Heft 18 (2007), S. 1–2

Trüpel, Helga: »Medien ohne Grenzen. Kulturelle Aspekte bei der Neufassung der Europäischen Fernsehrichtlinie«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 116 (I/2007), S. 6–7

Waitz, Christoph/Fesel, Bernd/Gessler, Barbara: »Europa«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 4/2007, S. 24–26

4.3 Überstaatliche Organisationen

UNESCO heute. Zeitschrift der Deutschen UNESCO-Kommission, Bonn: Deutsche UNESCO-Kommission (vierteljährlich)

Beckmann, Christine/Blumenreich, Ulrike: »Das UNESCO-Übereinkommen mit Leben füllen. Internationale Fachkonferenz in Essen«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 117 (II/2007), S. 22–24

Deutsche UNESCO-Kommission (Hrsg.): *Kulturelle Vielfalt – Unser gemeinsamer Reichtum/Cultural Diversity – Our commom wealth. Das Essener/Ruhr.2010 Bellini Handbuch zu Perspektiven Kultureller Vielfalt. The Essen/Ruhr 2010 Bellini Manual on Prospects of Cultural Diversity*, Bonn: Deutsche UNESCO-Kommission 2007, 304 S.

Deutscher Bundestag: »Stärkung des Goethe-Instituts durch neues Konzept. Beschlussempfehlung und Bericht des Auswärtigen Ausschusses zum Antrag der Abgeordneten der Fraktion der SPD«, Berlin: *Drucksache* 16/4 132 (25.1.2007), 12 S.

Ellmeier, Andrea: »Magna Charta der internationalen Kulturpolitik. Die UNESCO Konvention zum Schutz und zur Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen«, in: *Kulturrisse*, Heft 2/2007, S. 72–74

Kramer, Dieter: »Globalisierung, kulturelle Vielfalt und regionale Kultur. Positionen in Kulturpolitik und UNESCO«, in: *Jahrbuch des Österreichischen Volksliedwerkes*, 2007, S. 28–42

Merkel, Christine M.: »Das UNESCO-Übereinkommen zur Kulturellen Vielfalt. Die erste völkerrechtlich verbindliche Magna Charta zur internationalen Kulturpolitik«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 24 S., B 2.3

Wagner, Gottfried: »Die europäische Kulturstiftung (ElF). Interview zur europäischen Kulturförderung«, in: *Spiel-&Bühne*, Heft 3/2007, S. 26–28

4.4 Kulturpolitik in anderen Ländern

Blumenreich, Ulrike: »Neue Strategien mit Blick auf die Künste. Zur Neujustierung der Kulturpolitik und ihrer Akteure in Wales«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 116 (I/2007), S. 19–20

Bornemann, Sabine: »Die Suche nach dem goldenen Vlies. Kulturelle Zusammenarbeit mit dem Kaukasus«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 118 (III/2007), S. 20–21

Chalmers, Martin: »Goldene Jahre – Grelles Licht – Dunkle Zeiten. Eine Bilanz der Ära Blair«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 118 (III/2007), S. 18–19

Engelhardt, Barbara: »Von Wunderknaben und Theaterfamilien. Ein Blick auf die Pariser Theaterlandschaft«, in: *Theater der Zeit*, Heft April 2007, S. 28–31

Frei, Marco: »Theorie und Praxis vereint. Ein erfolgreiches Ausbildungsprogramm für Orchestermanagement in den USA«, in: *Das Orchester*, Heft 12/2007, S. 11–13

Gilzmer, Mechtild: *Denkmäler als Medien der Erinnerungskultur in Frankreich seit 1944*, München: Meidenbauer 2007, 254 S.

Grabher, Peter: »Das Unbehagen in der Kultur. Beobachtungen aus dem Kulturfeld in Zeiten des französischen Präsidentschaftswahlkampfs«, in: *Kulturrisse*, Heft 1/2007, S. 68–71

Grashinka, Vanja: »Vom Heiligen Kyrill zum modernen Bibliotheksgesetz. Bulgariens langer Weg in die Europäische Union«, in: *Buch und Bibliothek*, Heft 1/2007, S. 53–57

Institut für Kulturmanagement und Kulturwissenschaft der Universität für Musik und darstellende Kunst Wien

(Hrsg.): *Bericht zur Kulturfinanzierung des Bundes 2006*, Wien: Selbstverlag 2007, 52 S.

Jong, Adriaan de: *Die Dirigenten der Erinnerung. Musealisierung und Nationalisierung der Volkskultur in den Niederlanden 1815–1940*, Münster u. a.: Waxmann (Beiträge zur Volkskultur in Norddeutschland, 110) 2007, 702 S.

Kaindl, Heimo: »Kulturauftrag und Spiritualität. Religiöse Museen in der Steiermark«, in: *Museum aktuell*, Heft 6/2007, S. 36–38

Klauser, Hella: »›Mediatheken der Nähe‹ für Frankreichs Problemviertel. Nationales Bibliotheksprogramm setzt auch sozial-politische Akzente«, in: *Buch und Bibliothek*, Heft 6/2007, S. 441–442

Merz, Margritta: »Bei den anderen ... Musikunterricht in Dänemark«, in: *Musik und Bildung*, Heft 2/2007, S. 54–55

Molkow, Wolfgang: »Opernland in der Krise. Ein Bericht aus Italien (Teil 1)«, in: *Oper und Tanz*, Heft 2/2007, S. 7–8

Molkow, Wolfgang: »Opernsonntag oder Fratelli di Taglio. Ein Bericht aus Italien (2)«, in: *Oper & Tanz*, Heft 3/2007, S. 9–10

Palazzo, Anna Laura: »Denkmalpflege in Italien. Gustavo Giovannoni und die historische Stadt«, in: *Die alte Stadt*, Heft 3/2007, S. 181–190

Porsch, Ronny: »Im Land der Morgenstille. Zur Situation der klassischen Musikausbildung in Südkorea«, in: *Das Orchester*, Heft 12/2007, S. 24–27

Prüfer, Roland/Schuh, Horst (Hrsg.): *Spüre den Geruch des Rauches und gehe ruhig weiter. Premostive daljine – Überbrückbare Ferne. Gedankengänge einer deutsch-bosnischen Begegnung*, Hildesheim: Selbstverlag Strausbrdo 2007, 255 S.

Reiche, Steffen: »Kultur im Kampf gegen Gewalt in Kolumbien. Kultur als Lebensmittel: Das ist eine uns lieb gewordene Forderung, Behauptung und Zustandsbeschreibung«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 5/2007, S. 38–39

Rotar, Josip: »Lokale PolitikerInnen: Blind für freiwillige Arbeit. Die prekäre Situation künstlerischer Freiräume in Slowenien am Beispiel des Art Center in Moravske Toplice«, in: *Kulturrisse*, Heft 2/2007, S. 32–35

Ruhnke, Ulrich: »Schafskäse statt Schubert? Nach dem Sozialismus erschafft sich Bulgarien neu. Die Musik hat es dabei nicht leicht«, in: *Das Orchester*, Heft 10/2007, S. 22–26

Sattler, Julia: *Nationalkultur oder europäische Werte? Britische, deutsche und französische Auswärtige Kulturpolitik zwischen 1989 und 2003*, Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag 2007, 389 S.

Schad, Anke/Wimmer, Michael: »Vielfalt und Kooperation. Eine Studie zur Kulturellen Bildung in Österreich«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV/2007), S. 60–61

Schredl, Sàrolta: »Religiöse Museen und Sammlungen in Österreich«, in: *Museum aktuell*, Heft 6/2007, S. 13–15

Schulz, Regina: *»Entwicklungszusammenarbeit – Bildung – Kulturelle Identität.« Vor dem Hintergrund entwicklungspädagogischer Projekte in Indien*, Saarbrücken: VSM, Müller 2007, 84 S.

Siemons, Mark: »Rote Kulturindustrie. Partei, Markt, Volk – Chinas Planspiel um Kunst, Konsum und Zensur«, in: *Lettre International*, Heft 79 (Winter 2007), S. 40–45

Sperlich, Regina: *Popularmusik in der digitalen Mediamorphose. Wandel des Musikschaffens von Rock- und elektronischer Musik in Österreich*, Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag 2007, 303 S.

Studienzentrum Kulturmanagement der Universität Basel (Hrsg.): *Kultur hat Recht. Ein Leitfaden zu Rechtsfragen im Schweizer Kulturleben*, Baden (CH): hier + jetzt (Schriften zum Kulturmanagement und zur Kulturpolitik, 2) 2007, 159 S.

Vogler, Petra: *Interkulturelle Erziehung als Globalisierungsalternative. Interkulturalität und Pädagogik in Mexiko und Kuba und die Relevanz kreativ-künstlerischer Bildung*, Frankfurt am Main u. a.: Lang (Europäische Hochschulschriften: Reihe 11, Pädagogik, 952) 2007, 306 S.

Wassermair, Martin: »Der Tunnelblick. Österreichs Sozialdemokratie geht bei ihrer Rückkehr zur Regierungsmacht mit Politikverweigerung an den Start« (Kommentar), in: *Kulturrisse*, Heft 1/2007, S. 48–49

Weckerle, Christoph: »Kreativwirtschaft Schweiz. Neue Daten und Erkenntnisse«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV/2007), S. 52–55

Weckerle, Christoph/Gerig, Manfred/Söndermann, Michael: *Kreativwirtschaft Schweiz. Daten – Modelle – Szene*, Basel: Birkhäuser 2007, 160 S.

5. Kulturpolitische Praxisfelder

5.1 Theater

5.1.1 Allgemein

bühnengenossenschaft. Fachblatt der Genossenschaft Deutscher Bühnenangehöriger, hrsg. v. GDBA, Hamburg (monatlich)

Die Deutsche Bühne. Theatermagazin, Köln: Deutscher Bühnenverein (monatlich)

INTHEGA Kultur-Journal. Informationsdienst für die Theaterarbeit in Städten und Gemeinden, Bensheim: Mykenae Verlag (sechsmal jährlich)

Theater der Zeit. Zeitschrift für Politik und Theater, Berlin: Friedrich Berlin (monatlich)

Theater heute, Berlin: Friedrich Berlin (jährlich)

Theater Rundschau, hrsg. v. Bund der Theatergemeinden e. V., Bundesausgabe, Bonn: Theater Rundschau Verlag (monatlich)

Theatermanagement aktuell. Unabhängiger Informationsdienst für das Management im Kulturbetrieb, Köln (vierteljährlich)

Theaterstatistik, Köln: Deutscher Bühnenverein (jährlich)

»Stadttheater interkulturell« (Schwerpunktthema), in: *Die Deutsche Bühne*, Heft 5/2007, S. 3–37

Bachmayer, Manfred: »Wo bleibt das Theater? Provokante Gedanken und Fragen«, in: *INTHEGA Kulturjournal*, Heft 3/2007, S. 14–27

Balme, Christopher: »Deutsches Welttheater? Interkulturalität wirkt in der deutschen Theaterlandschaft wie ein Fremdwort«, in: *Die deutsche Bühne*, Heft 5/2007, S. 20–23

Behrendt, Eva: »Denn sie wissen, was sie tun. Auf der Suche nach dem ›Theaterprekariat‹ haben wir in Berlin fünf Menschen getroffen, deren Geschichten viel über das immer noch komplizierte Leben der Bohème erzählen«, in: *Theater heute*, Heft 2/2007, S. 4–11

Benclowitz, Joachim: »Bearbeitung von Theaterstücken«, in: *Kultur & Recht*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 16 S., L 2.5

Bicker, Björn: »Das Manifest des Kritikers. Anmerkungen zum Verhältnis von Kritik und Theater – anlässlich Christopher Schmidts Artikel ›Im Verführerbunker‹«, in: *Theater heute*, Heft 1/2007, S. 18–20

Böhner, Torsten: »Theatertage Europäischer Kulturen Paderborn«, in: *Spiel&Bühne*, Heft 3/2007, S. 20–23

Bogusz, Tanja: *Institution und Utopie. Ost-West-Transformationen an der Berliner Volksbühne*, Bielefeld: transcript 2007, 354 S.

Bolwin, Rolf: »›Wir sind für die Wirtschaft interessant‹. Interview«, in: *TheaterManagement aktuell*, Heft September-November 2007, S. 3–5

Brandenburg, Detlef: »Das Theater in der Stadt«, in: *Die Deutsche Bühne*, Heft 8/2007, S. 10–11

Brandenburg, Detlef u. a.: »Oper heute: Zwischen Event und Esoterik. Topographie einer Verunsicherung« (Schwerpunktthema), in: *Die Deutsche Bühne*, Heft 9/2007, S. 26–53

Bruns, Brigitte: *Eure Hoffnung über neue Grenzen. Theater im Schweizer Exil und seine Rückkehrer* (hrsg. v. Deutschen Theatermuseum München), Leipzig: Henschel 2007, 208 S.

Deutscher Bühnenverein – Bundesverband der Theater und Orchester: *Geschäftsbericht 2006*, Köln: Selbstverlag 2007, 80 S.

Dümling, Albrecht: »Das Wunder von Neukölln. 35 Jahre Neuköllner Oper«, in: *Oper und Tanz*, Heft 1/2007, S. 11–12

Eilers, Dorte Lena: »Markenbewusst. Wie Generalintendant Hans-Joachim Frey mit ausgefeilten Marketingstrategien das Theater Bremen sanieren will«, in: *Theater der Zeit*, Heft Dezember 2007, S. 21–23

Genossenschaft Deutscher Bühnen-Angehöriger (Hrsg.): *Deutsches Bühnen-Jahrbuch 2007/2008. Das große Adressbuch für Bühne, Film, Funk und Fernsehen, gegründet 1889*, Hamburg: Bühnen-Schriften-Vertriebs-Gesellschaft 2007, 1008 S.

Gerosa, Tobias: »Tausche Freunde gegen Theaterfamilie. Schnuppern und schuften: Das ›Orientierungsjahr‹ am Schauspielhaus Zürich ermöglicht jungen Menschen einen vertieften Einblick ins Innenleben eines Theaters«, in: *Die Deutsche Bühne*, Heft 9/2007, S. 60–61

Göhrmann, Lars u. a.: »Tanz und Bewegungstheater« (Schwerpunktthema), in: *Spiel & Bühne*, Heft 2/2007, S. 4–19

Groys, Boris: »Identität aus Anderen. Über die besondere Fähigkeit Europas, sich das Fremde einzuverleiben. Die Aktualität der Kunst und der Austausch der Körper im Weltballett«, in: *Lettre International*, Heft 77 (Sommer 2007), S. 36–39

Interessengemeinschaft der Städte mit Theatergastspielen e. V. (INTHEGA) (Hrsg.): *Jahrbuch der Städte mit Theatergastspielen 2007/08. Deutschland – Österreich – Schweiz, Veranstalter – Theater-Spielpläne – Spielstätten*, Bensheim: Mykenae 2007, 572 S.

Kapp, Hans-Jörg/Deuflhard, Amelie: »Wieder jung und wild? Das Team um die Ex-Sophiensäle-Leiterin Amelie Deuflhard macht den betagten Kulturtanker Kampnagel wieder flott«, in: *Theater der Zeit*, Heft November 2007, S. 12–16

Kiesel, Richard (Hrsg.): *Das Richard Wagner Festspielhaus Bayreuth*, Düsseldorf: Nett Press 2007, 204 S.

Kirsch, Sebastian: »Die Fremdlinge im eigenen Haus. Karin Beier beginnt ihre Kölner Intendanz«, in: *Theater der Zeit*, Heft Dezember 2007, S. 18–20

Kirsch, Sebastian: »Industriekultur oder Kulturindustrie? Eine Bilanz der vergangenen Jahre von Ruhrtriennale und Ruhrfestspielen«, in: *Theater der Zeit*, Heft November 2007, S. 34–36

Klahn, Andrej: »Mehr als nur Fingerübungen. Das ›Figurentheater der Nationen‹ zeigt Herausragendes aus der deutschen Figurentheaterszene«, in: *K.West*, Heft 9/2007, S. 20–21

Klementz, Constanze: »Kathedrale der Arbeit. In einer stillgelegten Zeche ist mit PACT Zollverein ein Forschungs- und Denkraum für Tanz und Performance entstanden«, in: *Theater der Zeit*, Heft 1/2007, S. 20–23

Laages, Michael: »›Ich bin hier ja so was wie Heimat‹. Das Theater erobert die Stadt: zum Beispiel in Hamburg, Halle, Konstanz, Memmingen – und Aparecida. Ein Rundblick«, in: *Die Deutsche Bühne*, Heft 7/2007, S. 26–29

Leonhardt, Nic: *Piktoral-Dramaturgie. Visuelle Kultur und Theater im 19. Jahrhundert (1869–1899)*, Bielefeld: transcript 2007, 392 S.

Ludwig, Werner: »Von Grauköpfen und Grünschnäbeln. Ein intergenerativ es Theaterprojekt« (Deutscher Volkshochschul-Verband e. V.), in: *dis.kurs*, Heft 3/2007, S. 38–39

Meyer-Braun, Renate: *Löcher im Eisernen Vorhang. Theateraustausch zwischen Bremen und Rostock während des Kalten Krieges (1956–1961). Ein Stück deutsch-deutscher Nachkriegsgeschichte*, Berlin: Trafo 2007, 245 S.

Mundel, Barbara/Mackert, Josef u. a.: »Theater – Stadt – Wirklichkeit« (Schwerpunktthema), in: *Die Deutsche Bühne*, Heft 7/2007, S. 22–39

Peters, Nina/Schneider, Wolfgang: »Kultur im Konjunktiv. Der Politikwissenschaftler Wolfgang Schneider über die Lage der Kultur- und Theaternation Deutschland« (Interview), in: *Theater der Zeit*, Heft Juni 2007, S. 22–24

Pierwoss, Klaus/Brade, Helmut/Landsberg, Jörg (Hrsg.): *Das Bremer Theater. Intendanz Klaus Pierwoss 1994/95–2006/07*, Bremen: Schünemann 2007, 575 S.

Pietsch, Friederike: »Essen sucht den Ghetto-Star. Nuran Calis' vielgepriesenes Stadtteilprojekt homestories liefert Klischees und Plattitüden aus dem Problemstadtteil Katernberg«, in: *Theater der Zeit – Jahrbuch*, 2007, S. 15–16

Radermacher, Norbert: »Die Künste befördern, die Interessen bündeln, die Lobby stärken – Internationale Netzwerke im Amateurtheater«, in: *Spiel&Bühne*, Heft 3/2007, S. 10–13

Reuband, Karl-Heinz: »Partizipation an der Hochkultur und die Überschätzung kultureller Kompetenz. Wie sich das Sozialprofil der Opernbesucher in Bevölkerungs- und Besucherbefragungen (partiell) unterscheidet«, in: *Österreichische Zeitschrift für Soziologie*, Heft 3/2007, S. 46–70

Ritzer, Nadine: *Alles nur Theater? Zur Rezeption von Rolf Hochhuths ›Der Stellvertreter‹ in der Schweiz 1963/1964*, Fribourg: Academic Press (Religion – Politik– Gesellschaft in der Schweiz, 41) 2007, 264 S.

Rühle, Günther: *Theater in Deutschland 1887–1945. Seine Ereignisse – seine Menschen*, Frankfurt am Main: S. Fischer 2007, 1282 S.

Schultze, Holger u. a.: »Provinz? Theater! Theater in der Provinz ist eine lustvolle Herausforderung« (Schwerpunktthema), in: *Die Deutsche Bühne*, Heft 11, 2007, S. 26–45

Stegemann, Bernd: »Ein sehr lebendiger Organismus. Theatergeschichte aus dem Geist der Theaterkritik: Günter Rühles ›Theater in Deutschland 1887 bis 1945‹«, in: *Theater heute*, Heft 12/2007, S. 42–46

Suchy, Melanie: »Reisen und Tanzen. Zur Idee einer Megafusionstanzcompagnie am Rhein«, in: *K.West*, Heft 3/2007, S. 42–44

Hoffmann, Klaus: »Theater heute und die Interkulturalität«, in: *kultur – kompetenz – bildung*, Heft 11/2007, S. 1–2

Tepe, Christian: »Kunstmaximierung im Nordwesten. Ein Porträt des Oldenburgischen Staatstheaters«, in: *Oper und Tanz*, Heft 1/2007, S. 13–14

Tepe, Christian: »Theater in der Diaspora. Das Theater Nordhausen«, in: *oper&tanz*, Heft 5/2007, S. 15–16

Weigand, Frank: »Gegen die Ohnmacht«, in: *Die Deutsche Bühne*, Heft 8/2007, S. 2–3

Wittkopp-Beine, Martina: »›Wir dürfen auf diese Leistung, die jeder Großstadt würdig wäre, stolz sein!‹. Das Plettenberger Stadttheater 1946 bis 1949«, in: *Der Märker*, Heft 1-4/2007, S. 136–149

Wittstock, Uwe: »Rasender Leerlauf. Polemische Anmerkungen zum Theater«, in: *Universitas*, Heft 734 (April 2007), S. 829–836

Zehelein, Klaus/Brandenburg, Detlef: »Es geht um die Zukunft. Ein Gespräch«, in: *Die Deutsche Bühne*, Heft 50 (2007), S. 10–52

Zimmermann, Hans-Christoph: »Schauspieler, Emotionen, Geschichten. Wie sich das Schauspiel Essen unter Anselm Weber der Stadt geöffnet hat«, in: *Theater der Zeit*, Heft 1/2007, S. 14–19

Zimmermann, Olaf: »Deutscher Kulturrat« (Interview), in: *Spiel & Bühne*, Heft 1/2007, S. 31–33

5.1.2 Theaterstruktur, Theaterfinanzierung

»Brennpunkte. Zur Situation deutscher Theater und Orchester«, in: *Oper und Tanz*, Heft 1/2007, S. 6–7

Bremer Theater (Hrsg.): *Das BREMER THEATER – Intendanz Klaus Pierwoß 1994/95–2006/07. Festschrift zum Abschied von Klaus Pierwoß nach 13 Jahren Generalintendanz Bremer Theater*, Bremen: Carl E. Schünemann 2007, 576 S.

Breth, Sebastian; Gerrit Brösel; Frank Keuper: »Prozesskostenrechnung als Instrument der Wirtschaftlichkeitssteuer in öffentlichen Theatern«, in: *Zeitschrift für öffentliche und gemeinwirtschaftliche Unternehmen*, Heft 30 (2007), S. 164–174

Gade, Jörg: »Aus der Not geboren entsteht ein starkes Theater. Portrait«, in: *TheaterManagement aktuell*, Heft September-November 2007, S. 8–9

Herdlein, Hans: »Schöne neue Arbeitswelt der Bühnen«, in: *bühnengenossenschaft*, Heft 5/2007, S. 4–5

Laages, Michael: »›Kafka war ein Realist‹. Attacken auf Theaterchef Steffen Piontek vergiften das Rostocker Theaterklima. Sind sie das Vorspiel für eine Fusion mit dem Schweriner Theater?«, in: *Die Deutsche Bühne*, Heft 4/2007, S. 36–37

Lange, Joachim: »Der Fall von Eisenach. Die von Eisenach angestrebte Fusion mit Meiningen gleicht mehr einer feindlichen Übernahme«, in: *Die Deutsche Bühne*, Heft 4/2007, S. 26–27

Liese, Kirsten: »Zukunft: ungewiss. Zur Situation der Berliner Opernstiftung«, in: *Die Deutsche Bühne*, Heft 4/2007, S. 34–35

Mundel, Barbara/Mackert, Josef: »Erkundungen zum Stadttheater der Zukunft. Auf dem Weg zur Wirklichkeit: ein Erfahrungsbericht«, in: *Die Deutsche Bühne*, Heft 7/2007, S. 22–25

Rossmeissl, Dieter: »Förderung nichtstaatlicher Theater«, in: *Der Bayerische Bürgermeister*, Heft 1/2007, S. 59–61

5.1.3 Kinder- und Jugendtheater, Theaterpädagogik

IXYPSILONZETT. Magazin für Kinder- und Jugendtheater, eine Veröffentlichung der ASSITEJ Deutschland, Berlin: Theater der Zeit (dreimal jährlich, auch als Beilage zu Theater der Zeit)

Zeitschrift für Theaterpädagogik. Korrespondenzen, in Kooperation mit Gesellschaft für Theaterpädagogik e. V., Bundesverband Theaterpädagogik e. V. und BAG Spiel + Theater e. V., Uckerland: Schibri-Verlag (halbjährlich)

Broich, Josef: *ABC der Theaterpädagogik 4. Ausgabe 2007/2008*, Köln: Maternus 2007, 415 S.

Broich, Josef: *Theaterpädagogik. Zwölf Beiträge zur aktuellen Diskussion unter erlebnispädagogischen Gesichtspunkten*, Lüneburg: Edition Erlebnispädagogik (Schriftenreihe kleine Schriften zur Erlebnispädagogik, 35) 2007, 129 S.

Frieding, Eike: »Theater von Anfang an. Impulse für das Feld frühkindlicher ästhetischer Bildung in Theorie und Praxis«, in: *Puppen Menschen & Objekte*, Heft 96 (2007), S. 16–17

Göhmann, Lars u. a.: »Puppen- und Figurentheater. Zwischen Kasperle und MultiMediaShow« (Schwerpunktthema), in: *Spiel&Bühne*, Heft 4/2007, S. 4–21

Hoffmann, Christel: »Für ein neues Volkstheater. Kindertheater spielen und erleben«, in: *IXYPSILONZETT – Magazin für Kinder- und Jugendtheater*, Heft 1/2007, S. 16–20

Jahnke, Manfred: »Eine Million Geschichten. Kindertheater in Rumänien«, in: *IXYPSILONZETT – Magazin für Kinder- und Jugendtheater*, Heft 1/2007, S. 13–15

Jahnke, Manfred: »Popcorn und Theater. Eine Tagung in Wolfenbüttel diskutierte neue Wege der Theaterpädagogik«, in: *Die Deutsche Bühne*, Heft 12/2007, S. 48–49

Kempchen, Michael: »Ein Puppentheater als Stadttheater. Visionen zwischen Kunst, Sozialarbeit und Stadtentwicklung«, in: *double*, Heft 3/2007, S. 13–16

Kinder- und Jugendtheaterzentrum in der Bundesrepublik Deutschland (Hrsg.): *Kinder- und Jugendtheaterzentrum in der Bundesrepublik Deutschland. Aufgaben und Aktivitäten 2006*, Frankfurt am Main: Selbstverlag 2007, 112 S., inkl. Pressespiegel 2006 auf CD-ROM

Lepschy, Christoph u. a.: »Figurentheater. Schwerpunktthema«, in: *Die Deutsche Bühne*, Heft 12/2007, S. 24–43

Mangold, Christiane (Hrsg.): *Grundkurs Darstellendes Spiel 2. Arbeitsbuch für den Unterricht im Darstellenden Spiel in der Sekundarstufe II*, Braunschweig: Schroedel 2007, 144 S.

Reiß, Gunter: »Große Oper für die Kleinen. Die Geschichte der Kinderoper in Deutschland«, in: *oper&tanz*, Heft 6/2007, S. 7–11

Schneider, Wolfgang: »Theaterkunst als Kulturvermittlung (I)«, in: *Spiel & Bühne*, Heft 1/2007, S. 27–29

Schneider, Wolfgang: »Theaterkunst als Kulturvermittlung (II). Ein Plädoyer für die Stärkung ästhetischer Bildung in der Jugend-, Bildungs- und Kulturpolitik«, in: *Spiel & Bühne*, Heft 2/2007, S. 25–26

Schneider, Wolfgang: »Theaterkunst als Kulturvermittlung (III)«, in: *Spiel&Bühne*, Heft 3/2007, S. 38–40

Schön, Ariane: »Neue Bühnen für die Jugend. Perspektiven der Kinder- und Jugendtheaterszene in NRW«, in: *Theater der Zeit – Jahrbuch 2007*, S. 63–66

Slevogt, Esther: »Mit Theater ist die Wirklichkeit am geilsten. Das Schulfach ›Darstellendes Spiel‹ ist auf dem Vormarsch: als Integrationsprojekt, Lernmethode und sogar als Abiturfach«, in: *Theater heute*, Heft 6/2007, S. 6–13

Taube, Gerd: »Das andere Theater – Puppen- und Figurentheater in Deutschland«, in: *Spiel&Bühne*, Heft 4/ 2007, S. 6–11

Taube, Gerd: »Kinder- und Jugendtheater ist kulturelle Bildung. Für eine Liaison von Zuschaukunst und kreativer Theaterpädagogik«, in: *IXYPSILONZETT – Magazin für Kinder- und Jugendtheater*, Heft 1/2007, S. 23–28

Taube, Gerd (Hrsg.): *Kinder spielen Theater. Spielweisen und Strukturmodelle des Theaters mit Kindern*, Berlin/Milow/Strasburg: Schibri 2007, 534 S.

5.1.4 Freies Theater

Spiel und Bühne. Fach- und Verbandszeitschrift Bund Deutscher Amateurtheater e. V., Heidenheim: Bund Deutscher Amateurtheater e. V. (viermal jährlich)

Bormann, Hans-Friedrich: »Feldversuch. Zwei Jahre TESLA im Podewils'schen Palais Berlin – eine Zwischenbilanz« (Interview), in: *Theater der Zeit*, Heft Juni 2007, S. 30–31

Fonds Darstellende Künste (Hrsg.): *Freies Theater in Deutschland. Förderstrukturen und Perspektiven*, Bonn/Essen: Kulturpolitische Gesellschaft/Klartext (Dokumentation, 65) 2007, 518 S.

Klementz, Constanze: »Feiern, bilden, agitieren. Heike Albrecht und Jan-Philipp Possmann, die künftigen Leiter der Berliner Sophiensäle, stehen in den Startlöchern«, in: *Theater der Zeit*, Heft Juni 2007, S. 28–29

Radermacher, Norbert: »Selbstbewusst und auf Augenhöhe. Versuch einer Standortbestimmung des Amateurtheaters in Deutschland«, in: *Spiel&Bühne*, Heft 4/2007, S. 27–28

Rodatz, Christoph: »Neun Monate und noch immer nur schwanger. Über eine Freies Projekt auf dem langen Weg zur Bühne«, in: *Theater der Zeit – Jahrbuch 2007*, S. 60–61

Schaller, Klaus: »Locker genug war ich noch! Mehrgenerationentheater«, ein Erfahrungsbericht, in: *Spiel & Bühne*, Heft 1/2007, S. 16–17

Stromberg, Thomas/Hartz, Matthias von: »Wir sind das wichtigste Festival. Über das Konzept für Impulse, das freie Theater und die Reformierbarkeit der Stadttheater. Ein Gespräch«, in: *Theater der Zeit – Jahrbuch*, 2007, S. 56–59

5.2 Musik

5.2.1 Allgemein

Chor und Konzert. Informationen des Verbandes Deutscher KonzertChöre, Viersen: Verband Deutscher KonzertChöre (viermal im Jahr)

Das Opernglas, Hamburg: Opernglas Verlagsgesellschaft mbH (elfmal im Jahr)

Das Orchester. Zeitschrift für Orchesterkultur und Rundfunk-Chorwesen, Mainz: Schott Musik International (elfmal jährlich)

Lied und Chor. Zeitschrift für das Chorwesen, Köln: Deutscher Sängerbund (monatlich)

Musikforum. Hervorgegangen aus: Deutscher Musikrat: Referate und Informationen (Nr. 1, 1965 bis Nr. 67, 1987), Erschienen bis 2001 (Nr. 95) – ab Okt. 2004 als Das Magazin des Deutschen Musikrats fortgeführt, Mainz u. a.: Deutscher Musikrat/Schott Verlag (vierteljährlich)

Neue Zeitschrift für Musik, Mainz: Schott (sechsmal im Jahr)

nmz. Neue Musikzeitung, Regensburg: ConBrio Verlagsges. mbH (10 Ausgaben im Jahr)

Oper und Tanz. Zeitschrift der VdO für Opernchor und Bühnentanz, Regensburg: ConBrio-Verlagsgesellschaft (zweimonatlich)

»Urheberrechtsgipfel ›Schöpfer zuerst!‹. CISAC-Generalversammlung in Brüssel – Robin Gibb und Alfonso Cuarón übernehmen CISAC-Präsidentschaft«, in: *Gema Nachrichten*, Heft 175 (2007), S. 22–27

Abels, Norbert: »Musik-Theater heute«, in: *Musikforum*, Heft 3/2007, S. 12–17

Appen, Ralf von: *Der Wert der Musik. Zur Ästhetik des Populären*, Bielefeld: transcript 2007, 339 S.

Aster, Misha: *Das Reichsorchester. Die Berliner Philharmoniker und der Nationalsozialismus*, München: Siedler 2007, 399 S.

Bäßler, Hans: »Musikvermittlung – warum? Hans Bäßler über das musikbezogene Brückenbauen und das Ziel, Musik allen zu vermitteln, die dies möchten«, in: *Musikforum*, Heft 2/2007, S. 8–12

Bock, Karin/Meier, Stefan/Süß, Gunter (Hrsg.): *HipHop meets Academia. Globale Spuren eines lokalen Kulturphänomens*, Bielefeld: transcript 2007, 322 S.

Briegleb, Till: *Eine Vision wird Wirklichkeit – Auf historischem Grund: Die Elbphilharmonie entsteht. Strukturen, Akteure, Strategien*, Hamburg: Murmann 2007, 118 S.

Brümmer, Ludger: »Produktion – Forschung – Multiplikation. Die Aufgaben des Instituts für Musik und Akustik des Zentrums für Kunst und Medientechnologie Karlsruhe«, in: *Neue Zeitschrift für Musik*, Heft 5/2007, S. 23– 24

Entress, Matthias R.: »Stolpersteine auf dem Weg nach Europa. Traditionelle außereuropäische Kunstmusik fehlt in westlichen Konzertsälen«, in: *Neue Zeitschrift für Musik*, Heft 6/2007, S. 66–67

Fritz-Hilscher, Elisabeth Theresia/Krones, Hartmut/Antnonicek, Theophil (Hrsg.): *Krisenzeiten der Hofmusikkapellen. Die Wiener Hofmusikkapellen* (Teilband II), Wien: Böhlau 2007, 226 S.

Fuhr, Michael: *Populäre Musik und Ästhetik. Die historisch-philosophische Rekonstruktion einer Geringschätzung*, Bielefeld: transcript 2007, 151 S.

Gensch, Gerhard/Stöckler, Eva M./Tschmuck, Peter (Hrsg.): *Kompendium Musikwirtschaft*, Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag 2007, 300 S.

Haffner, Herbert: *Die Berliner Philharmoniker. Eine Biografie*, Mainz: Schott 2007, 336 S.

Heinze, Robert: *Vom Theaterorchester zum internationalen Klangkörper. Zum 75-jährigen Jubiläum der Südwestdeutschen Philharmonie*, Konstanz: UVK-Verlagsgesellschaft (Kleine Schriftenreihe des Stadtarchivs Konstanz, 6) 2007, 128 S.

Heister, Hanns Werner: »Aufklärende Befreiung gegen vernebelnde Unterdrückung. Zum politischen Missbrauch und Gebrauch der Musik«, in: *Musikforum*, Heft 4/2007, S. 12–15

Helms, Dietrich/Phleps, Thomas (Hrsg.): *Sound and the City. Populäre Musik im urbanen Kontext*, Bielefeld: transcript 2007, 166 S.

Hespos, Hans Joachim: »›Kunst ist Widerstand‹. Hans Joachim Hespos über den Zustand der neuen Musik in einer Welt der Fantasielosigkeit – ein Gespräch mit Ingo Ahmels«, in: *Neue Zeitschrift für Musik*, Heft 3/2007, S. 10–13

Höppner, Christian: »Musikpolitik in der Verantwortung. Wie die Rahmenbedingungen für ein Leben mit Musik zu verbessern sind«, in: *Musikforum*, Heft 4/2007, S. 8–11

Jenne, Michael: »Nachwuchsförderung – im Parkett. Wie sich Berliner Orchester um junges und noch jüngeres Publikum bemühen«, in: *Das Orchester*, Heft 3/2007, S. 32–34

Kim, Jin-Ah: »Zur Entstehung des bildungsbürgerlichen Diskurses über Musik. Musikbeiträge im ›Journal des Luxus und der Moden‹ von 1786 bis zum Beginn des 19. Jahrhunderts«, in: *Die Musikforschung*, Heft 2/2007, S. 95–116

Kutschke, Beate: *Neue Linke/Neue Musik. Kulturtheorien und künstlerische Avantgarde in den 1960er und 70er Jahren*, Köln u. a.: Böhlau (Musik-Kultur-Gender, 2) 2007, 432 S.

Laugwitz, Burkhard: »Musik nach Feierabend. Sinfonische Werksorchester in Deutschland«, in: *Das Orchester*, Heft 5/2007, S. 29–33

Lebrecht, Norman: *Ausgespielt. Aufstieg und Fall der Klassikindustrie*, Mainz: Schott 2007, 384 S.

Lück, Manfred: »Ortswechsel zwischen Urknall und Frieden. Die Donaueschinger Musiktage 2007«, in: *Neue Zeitschrift für Musik*, Heft 6/2007, S. 68–69

Münch, Thomas: »Jugendliche und ihre Musikszenen«, in: *Musik und Bildung*, Heft 2/2007, S. 6–9

NRW Kultur Sekretariat (Hrsg.): *»Weltmusik« – ein Missverständnis? Eine Tagungsdokumentation*, Essen: Klartext 2007, 142 S.

Pegelhoff, Ralf: »Musiker als Erfüllungsgehilfen. Mangelhaft: Personal- und Organisationsentwicklung in deutschen Orchestern«, in: *Das Orchester*, Heft 3/2007, S. 8–16

Richter, Christoph: *Wie ein Orchester funktioniert*, Berlin: Nicolaische Verlagsbuchhandlung 2007, 167 S.

Rodriguez, Tina: *www.musikverkaufen.de. Die digitale Musikwirtschaft*, München: Musikmarkt 2007, 315 S.

Rösing, Helmut: »Politik und Musik – politische Musik«, in: *Musikforum*, Heft 4/2007, S. 18–20

Romberg, Johanna: »Singen. Und jetzt aus voller Kehle«, in: *GEO*, Heft 3/2007, S. 30–52

Rubisch, Andreas: »Wir haben nichts zu verlieren! Lieder als Medium des Aufbegehrens – früher wie heute«, in: *Musik und Bildung*, Heft 2/2007, S. 16–25

Ruhnke, Ulrich: »Make Friends. Der 4. Deutsche Orchestertag«, in: *Das Orchester*, Heft 2/2007, S. 22–25

Schächter, Markus: »Entdecken, wie spannend Musik sein kann. Über das Engagement des ›Zweiten‹ in der Musikvermittlung« (Interview mit dem ZDF-Intendanten Markus Schächter), in: *Musikforum*, Heft 2/2007, S. 24–25

Schneider, Beate/Weinacht, Stefan (Hrsg.): *Musikwirtschaft und Medien. Märkte – Unternehmen – Strategien*, München: Reinhard Fischer 2007, 308 S.

TMGS Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH (Hrsg.): *Musiklandschaft Sachsen. Musikalische Höhepunkte 2008*, Dresden: Selbstverlag 2007, 45 S.

Wieneke, Julia: »Innovation und Risikobereitschaft. Die Vermittlung Neuer Musik durch die London Sinfonietta«, in: *Musikforum*, Heft 2/2007, S. 22–23

5.2.2 Musikpädagogik

Diskussion Musikpädagogik. Wissenschaftliche Vierteljahresschrift für Musikpädagogik, Oldershausen: W.D. Lugert-Verlag (viermal im Jahr)

Musik und Unterricht. Zeitschrift für Musikpädagogik, Seelze: Friedrich (fünfmal jährlich)

»Musikalische Bildung« (Themenheft), in: *Städte- und Gemeinderat*, Heft 4/2007, S. 6–23

Busch, Barbara: »Rollentausch. Jugendliche als KonzertpädagogInnen«, in: *Musik und Bildung*, Heft 2/2007, S. 36–39

Dantrimont, Nicole: »Audiofiles und virtuelle Musiker. Klassische Musik für Kinder im Internet und im Radio«, in: *Das Orchester*, Heft 9/2007, S. 17–23

Germann, Sabine: »Zukunftsmodell Konzertpädagogik. Über die Begegnung von Schulen und Sinfonieorchestern«, in: *Musikforum*, Heft 2/2007, S. 18–19

Grosse-Brockhoff, Hans-Heinrich/Völkers, Hortensia/Pannes, Matthias: »Startsignal für die musikalische Bildung? Das Projekt ›Jedem Kind ein Instrument‹ will Schule machen. Die Initiatoren des Programms im Gespräch«, in: *Musikforum*, Heft 4/2007, S. 54–57

Heß, Franke/Terhag, Jürgen: »Kann den sperrig Sünde sein? Bach, Bebop und Bredemeyer im Musikunterricht«, in: *Musik und Bildung*, Heft 3/2007, S. 6–9

Hofmann, Gabriele (Hrsg.): *Identität & Kreativität. Beiträge aus Musikwissenschaft und Musikpädagogik*, Augsburg: Wißner-Verlag 2007, 140 S.

Kolb, Andreas: »Bastian-Falle und Bologna-Ernüchterung. Zwei Studien zur musikalischen Bildung in der Diskussion«, in: *nmz. Neue Musikzeitung*, Heft 5/2007, S. 1–2

Kraemer, Rudolf-Dieter: *Musikpädagogik – eine Einführung in das Studium*, Augsburg: Wißner (Forum Musikpädagogik, 55) 2007, 480 S.

Krippner, Ronny: »Stimm-Begabungen. Knabenchorkultur in den deutschsprachigen Ländern«, in: *Oper & Tanz*, Heft 3/2007, S. 12–14

Krüger, Thomas: »Keine trüben Zeiten für das Medium Musik. Politische Bildungsarbeit mit Musik funktioniert«, in: *Musikforum*, Heft 4/2007, S. 16–17

Lammert, Norbert: »Kein Königsweg jenseits des Musikunterrichts«, in: *Musikforum*, Heft 2/2007, S. 57–58

Mast, Christine/Milliken, Catherine: *Zukunft@BPhil. Die Education-Projekte der Berliner Philharmoniker, Unterrichtsmodelle für die Praxis mit DVD*, Mainz: Schott 2007, 240 S.

Mauner, Hendrikje: »Zwischen Bildung und Marketing. Der Zugang zur Musik«, in: *Musikforum*, Heft 2/2007, S. 13–15

Mertens, Gerald: »Musikvermittlung als Wachstumsbranche. Die Konzertpädagogik kommt ins ›Rollen‹«, in: *Musikforum*, Heft 2/2007, S. 16–17

Nimczik, Ortwin: »Guter Musikunterricht: ›Hat Kopf, Hand, Fuß und Herz‹. Ortwin Nimczik, Vorsitzender des Verbands Deutscher Schulmusiker im Gespräch mit der *neuen musikzeitung*«, in: *nmz. Neue Musikzeitung*, Heft 9/2007, S. 25–26

Schatt, Peter W.: *Einführung in die Musikpädagogik*, Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft (Einführung Erziehungswissenschaft) 2007, 136 S.

Schmidt, Juliane/Gerland, Volker: »Jedem Kind ein Instrument. Der große Wurf in der musikalischen Bildung – Chance und Risiko zugleich«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 116 (I/2007), S. 58–59

Schnurrer, Maximilian: »Ohne Saitenschläge und Filzhämmerei zur Orgel. Plädoyer für eine moderne Orgelpädagogik«, in: *nmz. Neue Musikzeitung*, Heft 7-8/2007, S. 17–18

Schulte im Walde, Christoph: »Theaterführung mit Auftrittspflicht. Die Theaterjugendorchester in Münster und Kassel«, in: *Das Orchester*, Heft 4/2007, S. 20–25

Sobirey, Wolfhagen: »Musik-Alarm! Unterrichtsnotstand an Schulen: Ist das Musikland Deutschland zu retten?«, in: *Musikforum*, Heft 1/2007, S. 37–39

Völckers, Hortensia: »Jedem Kind ein Instrument«, in: *Kulturstiftung des Bundes*, Heft 9/2007, S. 4–5

Vogt, Jürgen: »Die Wiederkehr des Immergleichen. Über Musikerziehung und die innere Sicherheit«, in: *nmz. Neue Musikzeitung*, Heft 6/2007, S. 13–14

Werner, Christian/Linke, Sandra/Stadler, Ursula: »Dialog auf Augenhöhe. Klingende Brücken zwischen Jung und Alt: die ›Triangel Partnerschaften‹«, in: *Musikforum*, Heft 2/2007, S. 20–21

5.2.3 Musikschulen und Musikhochschulen

Allert, Tilman: »Schluss mit dem Wettbewerb um jeden Preis! Tilman Allert plädiert für ein Prädikat ›Langsamkeit und Sorgfalt‹ in der Ausbildung an den Musikschulen« (Interview mit Christian Höppner), in: *Musikforum*, Heft 4/2007, S. 50–53

Bäßler, Hans: »An der Praxis vorbei. Pilotstudie zur Studienmotivation von zukünftigen Instrumentallehrern«, in: *Musikforum*, Heft 1/2007, S. 36–37

Bäßler, Hans/Hintz, Asmus: »Warum die Pädagogik oft die zweite Geige spielt. Zur Studie ›Musikpädagogik in der Ausbildung an deutschen Musikhochschulen – Weg oder Irrweg‹« (nmz-Herausgeber Theo Geißler sprach mit den Initiatoren der Studie, Hans Bäßler und Asmus Hintz), in: *nmz. Neue Musikzeitung*, Heft 5/2007, S. 11–13

Dorfner, Hanns: »›Das habe ich in der Musikschule gelernt‹. Der Bildungsauftrag der Sing- und Musikschulen«, in: *Der Bayerische Bürgermeister*, Heft 1/2007, S. 26–28

Hiller, Egbert: »Ohne Absicherung. Junge Komponistinnen und Komponisten bei der Europäischen Ensemble Akademie«, in: *Neue Zeitschrift für Musik*, Heft 2/2007, S. 68–69

Knubben, Thomas/Schneidewind, Petra (Hrsg.): *Zukunft für Musikschulen. Herausforderungen und Perspektiven der Zukunftssicherung öffentlicher Musikschulen*, Bielefeld: transcript 2007, 307 S.

Landtag Mecklenburg-Vorpommern: »Musikschulen in Mecklenburg-Vorpommern. Antwort der Landesregierung auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten der Fraktion Die Linke«, Schwerin: *Drucksache* 5/748 (14.8. 2007) 2007, 5 S.

Rose, Anselm: »Übung macht den Meister. Wie wird man Orchestermanager? Zur Ausbildungssituation in Deutschland«, in: *Das Orchester*, Heft 12/2007, S. 8–10

Schmidt, Juliane/Gerland, Volker: »Musikschule – quo vadis?«, in: *infodienst Kulturpädagogische Nachrichten*, Heft 83 (2007), S. 17–18

5.3 Bildende Kunst

5.3.1 Allgemein

art. Das Kunstmagazin, Hamburg: Gruner + Jahr (monatlich)

kulturpolitik. Vierteljahreszeitschrift für Kunst und Kultur - Bundesmitteilungsblatt des BBK, Bonn: Kulturwerk des BBK e. V. (viermal im Jahr)

Kunstchronik. Monatsschrift für Kunstwissenschaft, Museumswesen und Denkmalpflege, hrsg. v. Zentralinstitut für Kunstgeschichte in München. Mitteilungsblatt des Verbandes deutscher Kunsthistoriker e. V., Nürnberg: Hans Carl (elfmal im Jahr)

Kunstforum international. Die aktuelle Zeitschrift für alle Bereiche der Bildenden Kunst, Ruppichteroth: Kunstforum (vierteljährlich)

Texte zur Kunst, Berlin: Texte zur Kunst GmbH (vierteljährlich)

Babias, Marius/Schenker, Christoph (Hrsg.): *Kunst und Öffentlichkeit. Kritische Praxis der Kunst im Stadtraum Zürich*, Zürich: JRP Ringier Kunstverlag (Schriftenreihe des Instituts für Kunst und Medien, 2) 2007, 448 S.

Baldwin, Jonathan/Roberts, Lucienne: *Visuelle Kommunikation in Theorie und Praxis*, München: Stiebner 2007, 192 S.

Bavaj, Riccardo: »›Die bestehende Welt restlos mit Gewalt beseitigen‹. Der Künstler Franz W. Seiwert und sein Kampf gegen den Weimarer Staat«, in: *Geschichte im Westen*, Heft 22 (2007), S. 41–66

Becker, Konrad: »Global Security Alliance. Von der Freiheit der Kunst zur Sicherheitskunst«, in: *Kulturrisse*, Heft 2/2007, S. 54–55

Beyme, Klaus von: »Avantgarde im Plural. Hundert Jahre bildende Kunst der Moderne«, in: *WestEnd. Neue Zeitschrift für Sozialforschung*, Heft 1/2007, S. 37–57

Bonnke, Manuela: *Kunst in Produktion. Bildende Kunst und volkseigene Wirtschaft in der SBZ/DDR*, Köln/Weimar: Böhlau (Dresdner Historische Studien, 6) 2007, 496 S.

Bundesministerium für Bildung und Forschung (Hrsg.): *Kunststudentinnen und Kunststudenten stellen aus. Ausstellungskatalog*, Bonn: Kunst und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland 2007, 200 S.

Fuchs, Max: »Auf der Suche nach der verlorenen Poesie. Ein kulturpolitischer Streifzug durch die documenta XII«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 5/2007, S. 39–40

Heiser, Jörg: *Plötzlich diese Übersicht. Was gute zeitgenössische Kunst ausmacht*, Berlin: Claassen 2007, 224 S.

Kolland, Dorothea: »Kunst als Chance«, in: *infodienst Kulturpädagogische Nachrichten*, Heft 85 (2007), S. 36–39

Kramer, Fritz: »Ritual und ästhetische Erfahrung – Prägnanz des Sinnes«, in: *ZfK. Zeitschrift für Kulturwissenschaften*, Heft 1/2007, S. 25–27

Kratz-Kessemeier, Kristina: *Kunst für die Republik. Die Kunstpolitik des preußischen Kultusministeriums 1918 bis 1932*, Berlin: Akademie 2007, 749 S.

Kunstuniversität Linz (Hrsg.): *flexart – fexible@art*, Linz: Kunstuniversität Linz 2007, 94 S.

Mörsch, Carmen (Hrsg.): *Schnittstelle Kunst – Vermittlung*, Bielefeld: transcript 2007, 390 S.

Palm, Solveig: »Auf der Suche nach den Grenzen der Freiheit. Zur Rolle der Politik für die Kunst«, in: *liberal*, Heft 1/2007, S. 55–58

Röhrborn, Gerd: »Kunst und Politik«, in: *liberal*, Heft 4/2007, S. 67–69

Shalom, Yael Katz Ben/Herrmann, Jens/Höhne, Wolfram/Paeslack, Andreas (Hrsg.): *Das Vermögen der Kunst*, Wien: Böhlau 2007, 304 S.

Sloterdijk, Peter: *Der ästhetische Imperativ. Schriften zur Kunst*, Berlin: Europäische Verlagsanstalt 2007, 522 S.

Sotrop, Hans Wilhelm: »Was macht die Kunst? ProKunsT«, in: *kulturpolitik*, Heft 1/2007, S. 6–7

Wendorf, Alexandra: »Kunst ist schwierig, das ist ihre Chance. Kunstvereine und die Vermittlung junger Kunst in Deutschland«, in: *Junge_Kunst*, Heft 73 (2007), S. 10–16

5.3.2 Kunstpädagogik

Kunst + Unterricht. Zeitschrift für Kunstpädagogik, Seelze: Friedrich (zehn Einzelhefte, Jahresheft, Sonderheft)

Billmayer, Franz: »›Bitte setzen‹ – Anregungen aus der Rhetorik für den Bildunterricht«, in: *BDK-Mitteilungen*, Heft 4/2007, S. 4–7

Bloß, Werner: »Was geht, Alter? Kunstpädagogik am Rande des Möglichen – Selbstdarstellung als letzter und erster Anlass für eine Auseinandersetzung mit Bildern«, in: *BDK-Mitteilungen*, Heft 2/2007, S. 20–23

Burkhardt, Sara: *Netz Kunst Unterricht. Künstlerische Strategien im Netz und kunstpädagogisches Handeln*, München: kopaed (Kontext Kunstpädagogik, 15) 2007, 260 S.

Demand, Christian: »Ästhetikkolumne. Kunstpädagogisches Repertitorium«, in: *Merkur*, Heft 693 (2007), S. 51–56

Kirschenmann, Johannes/Matzner, Florian (Hrsg.): *documenta Kassel, Skulptur Münster, Biennale Venedig*, München: kopaed (Kontext Kunstpädagogik, 13) 2007, 324 S.

Kirschenmann, Johannes/Schulz, Frank/Sowa, Hubert: *Kunstpädagogik im Projekt der allgemeinen Bildung*, München: kopaed (Kontext Kunstpädagogik, 7) 2007, 703 S.

Müller, Carsten/Uhlig, Bettina: »Siemens goes Kunstpädagogik – oder: Wider das Eindringen der Konzerne in die Bildung«, in: *BDK-Mitteilungen*, Heft 3/2007, S. 5–7

Niehoff, Rolf: »Zum Bildungsbeitrag des Faches Kunst. Bildungspolitische Tendenzen in der Bundesrepublik«, in: *BDK-Mitteilungen*, Heft 1/2007, S. 2–6

Peez, Georg: *Handbuch Fallforschung in der Ästhetischen Bildung/Kunstpädagogik. Qualitative Empirie für Studium, Praktikum, Referendariat und Unterricht*, Baltmannsweiler: Schneider-Verl. Hohengehren 2007, 231 S.

Reimann, Daniela: »Projekte mit mobilen und lokativen Medien in Kunst und Unterricht«, in: *BDK-Mitteilungen*, Heft 4/2007, S. 16–19

Schieren, Jost: *Bild und Wirklichkeit. Welterfahrung im Medium von Kunst und Kunstpädagogik*, München: kopaed 2007, 100 S.

Schötker, Ulrich: »›... ein Publikum zu bilden ...‹. Gespräch der Redaktion der BDK-Mitteilungen mit Ulrich Schötker, dem ›Leiter der Vermittlung‹ der documenta 12«, in: *BDK-Mitteilungen*, Heft 2/2007, S. 2–5

Seydel, Fritz: »Kompetenzfach Kunst. Zu einem Reizwort im aktuellen kunstpädagogischen Diskurs«, in: *BDK-Mitteilungen*, Heft 2/2007, S. 6–10

Vamos, Michaela: *Kunstpädagogik – Medien – Geschlecht. Ausrichtung eines zeitgemäßen Unterrichts*, Marburg: Tectum-Verlag 2007, 238 S.

Weber, Katja: »Entwicklung neuer Lehr- und Lernszenarien durch E- und Blended Learning in der Kunstpädagogik«, in: *BDK-Mitteilungen*, Heft 3/2007, S. 15–16

5.3.3 Kunstschulen und Kunsthochschulen

Blohm, Manfred: »Kunstpädagogik an den Hochschulen in bewegten Zeiten«, in: *BDK-Mitteilungen*, Heft 4/2007, S. 30–32

Eickhoff, Mechthild: »Jugendkunstschulen und Kulturpädagogische Einrichtungen. Vielfalt in Konzept und Management«, in: *Erfolgreich Kultur finanzieren*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 26 S., E 3.1-1

Heidkamp, Detlef: »Under construction. Jugendkunstschule als Bildungspartner«, in: *infodienst Kulturpädagogische Nachrichten*, Heft 83 (2007), S. 14–16

Jugendkunstschule Atrium (Hrsg.): *Kunst-Werkstatt-Experiment/2007. Stichwort: Vernetzung*, Berlin: Jugendkunstschule Atrium 2007, 40 S.

Kamp, Peter/Höll, Nadja: »Jugendkunstschule 2010. Die Farben des Ruhrgebiets«, in: *infodienst Kulturpädagogische Nachrichten*, Heft 84 (2007), S. 15–16

Kemp, Wolfgang: »Die Selbstfesselung der deutschen Universität. Eine Evaluation«, in: *Kritische Berichte*, Heft 2/2007, S. 11–17

Landtag Rheinland-Pfalz: »Jugendkunstschulen in Rheinland-Pfalz (Teil 1 + 2). Antwort des MBWJK auf die Klei-

ne Anfrage der Abgeordneten der FDP, *Drucksache* 15/1114 und 15/1115 (16.05.2007), Mainz 2007, 4 S.

Lynen, Peter M.: »Freie Kunst à la Bolognese. Die Tauglichkeit des Bachelor-Master-Systems für Studiengänge der Freien Bildenden Kunst«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 1/2007, S. 16–17

Mahmoudi, Yasmin: »Mehr Chancen durch Kunstmanagement. CIAM – ein neuer Aufbaustudiengang für Bildende Künstler«, in: *Junge_Kunst*, Heft 73 (2007), S. 32–33

Reinelt, Helmut: »Wirtschaft und Kunst. Die Alanus Hochschule bietet fachübergreifende Studiengänge«, in: *Junge_Kunst*, Heft 72 (2007), S. 34–35

Schäfer, Klaus: »Salz in der Suppe«, in: *infodienst Kulturpädagogische Nachrichten*, Heft 84 (2007), S. 18–20

Scheytt, Oliver: »An einem Strang ziehen«, in: *infodienst Kulturpädagogische Nachrichten*, Heft 84 (2007), S. 21–22

Stempel, Karin: »Zum Stand der Dinge. Erklärung der Rektorenkonferenz der deutschen Kunsthochschulen«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 1/2007, S. 15–16

5.4 Museum und Ausstellungen

5.4.1 Allgemein

Museum Aktuell. Die monatliche Zeitschrift für Museumspraxis und Museologie im deutschsprachigen Raum, München: Dr. Christian Müller-Straten (monatlich)

Museumskunde. Herausgegeben vom Deutschen Museumsbund, Berlin: G + H Verlag (zweimal jährlich)

Abs, Edgar: »Made in Germany. Eine Zwischenbilanz zum Standort Deutschland zeigt die Vielfalt aktueller Kunstpositionen«, in: *Junge_Kunst*, Heft 71 (2007), S. 18–22

Albrecht, Uwe: »Museumsportale im Vergleich«, in: *Museum aktuell*, Heft 9/2007, S. 52–62

Assmann, Aleida: »Konstruktion von Geschichte im Museum«, in: *aus politik und zeitgeschichte*, Heft 49/2007, S. 6–13

Assmann, Peter: »Kommunikation als Grundlage für Vertrauen und Netzwerke«, in: *Museumskunde*, Heft 1/2007, S. 67–68

Baur, Joachim/Korff, Gottfried (Hrsg.): *Museumsanalyse. Methoden und Konturen eines neuen Forschungsfeldes*, Bielefeld: transcript 2007, 280 S.

Braunreiter, Michaela: »Ausstellungen für alle? Inklusive PR-Strategien für barrierefreie Kulturangebote«, in: *Standbein Spielbein*, Heft 77 (2007), S. 10–12

Broich, Engelbert: »Die andere Seite. Ausstellungsforum evangelischer Kirchentag, Köln«, in: *Junge_Kunst*, Heft 70 (2007), S. 13–15

Burkarth, Axel: »Die Landesstelle für Museumsbetreuung Baden-Württemberg«, in: *Museum aktuell*, Heft 3/2007, S. 20–21

Christiansen, Jörn: »Transparenz im Museum – Beispiel Schaumagazin«, in: *Museumskunde*, Heft 2/2007, S. 45–51

DASA (Hrsg.): *Szenographie III. in Ausstellungen und Museen III, Raumerfahrung oder Erlebnispark Raum-Zeit/Zeit-Raum*, Essen: Klartext 2007, 248 S.

Daser, Anja/Munro, Patricia: »Ein World Café-Dialog im Stadtmuseum Dresden ›Museum in der Stadt‹ – Stadt im Museum«, in: *Museen im Rheinland*, Heft 3/2007, S. 16–20

Deutscher Museumsbund e. V./Deutscher Sparkassen- und Giroverband: *Das MuseumsMagazin. Menschen – Schatzkammern – Geschichten*, Stuttgart: Deutscher Sparkassen Verlag 2007, 45 S.

Dolezel, Eva: »Inszenierte Objekte. Der Indienschrank in der Kunst- und Naturalienkammer der Franckeschen Stiftungen zu Halle«, in: *ZfK. Zeitschrift für Kulturwissenschaften*, Heft 1/2007, S. 29–38

Dreyer, Matthias/Wiese, Rolf (Hrsg.): *Museum und Personal* (bearbeitet von Susanne Schoen und Andrea Bareisel-Brand), Ehestorf: Stiftung Freilichtmuseum am Kiekeberg, Kreismuseum des Landkreises Harburg (Schriften des Freilichtmuseums am Kiekeberg, 54) 2007, 199 S.

Düspohl, Martin: »Das Museum als sozialer Faktor«, in: *aus politik und zeitgeschichte*, Heft 49/2007, S. 27–32

Düspohl, Martin: »Wie misst man Qualität? – Stadtgeschichtliche Museen im Wettbewerb«, in: *Museumskunde*, Heft 2/2007, S. 52–56

Eichenberger, Corinna: »Museumssterne – Museen in Basel offen für Behinderte. Mentale Barrieren abbauen«, in: *Standbein Spielbein*, Heft 77 (2007), S. 22–27

Föhl, Patrick S./Erdrich, Stefanie/John, Hartmut/Maaß, Karin (Hrsg.): *Das barrierefreie Museum. Theorie und Praxis einer besseren Zugänglichkeit. Ein Handbuch*, Bielefeld: transcript 2007, 518 S.

Franz, Michael: »Museen, Beutekunst und NS-Raubkunst«, in: *aus politik und zeitgeschichte*, Heft 49/2007, S. 27–32

Gold, Helmut: »Synergieeffekte im Museum – zwischen Leerformel und Erfolgschancen«, in: *Museumskunde*, Heft 2/2007, S. 57–62

Heil, Gitta: »Museumsberatung in Thüringen«, in: *Museum aktuell*, Heft 3/2007, S. 26–27

Hessischer Museumsverband e. V. (Hrsg.): *Voraussetzungen erfolgreicher Freiwilligenarbeit im Museum heute. Referate und Materialien der Fachkonferenz des Hessischen Museumsverbandes e. V. am 30. Juni 2007 in Frankfurt*, Kassel: Turia + Kant (Museumsverbandstexte, 12) 2007, 105 S.

Hille, Karoline: »Von der Kopfgeburt zur Weltkunst. Ein Blick auf die documenta 12«, in: *Die Neue Gesellschaft/Frankfurter Hefte*, Heft 9/2007, S. 68–71

Hinz, Hans-Martin: »Aufklärung, nicht Feier der Nation: Die neuen Nationalmuseen«, in: *Museum aktuell*, Heft 7/2007, S. 22–26

Hollein, Max: »Das expansive Museum«, in: *Museumskunde*, Heft 2/2007, S. 26–32

Hoppenstedt, Dietrich H.: »Was macht ein Museum attraktiv für Stiftungen und Wirtschaft?«, in: *Museumskunde*, Heft 2/2007, S. 66–69

John, Hartmut/Dauschek, Anja (Hrsg.): *Museen neu denken. Neue Wege der Zielgruppenarbeit und Kulturvermittlung*, Bielefeld: transcript 2007, 281 S.

John, Hartmut/Günter, Bernd (Hrsg.): *Das Museum als Marke. Branding als strategisches Managementinstrument für Museen*, Bielefeld: transcript 2007, 200 S.

Karge, Wolf: »Museumspolitik und Organisationskonzepte von Staat und Verbänden in Ostdeutschland vor und nach 1989«, in: *Museumskunde*, Heft 1/2007, S. 30–41

Kirchhoff, Heike/Schmidt, Martin: *Das magische Dreieck. Die Museumsausstellung als Zusammenspiel von Kuratoren,*

Museumspädagogen und Gestaltern, Bielefeld: transcript 2007, 169 S.

Klein, Hans Joachim: »Zur Situation der Rheinischen Museen«, in: *Museen im Rheinland*, Heft 1/2007, S. 3–13

Knirim, Helmut: »Das westfälische Museumsamt in Münster«, in: *Museum aktuell*, Heft 3/2007, S. 22–23

Koelnmesse (Hrsg.): *Museen und Kulturerbe in einer globalisierten Welt*, München: Dr. Christian Müller-Straten (Wunderkammer, 8) 2007, 116 S.

Kohl, Karl-Heinz: »Über Ethnologie, Aneignung und Kunst«, in: *ZfK. Zeitschrift für Kulturwissenschaften*, Heft 1/2007, S. 17–24

Kopp-Sievers, Susanne: »Der Museumsverband Sachsen-Anhalt e. V.«, in: *Museum aktuell*, Heft 3/2007, S. 30–31

Kuhna, Martin: »Der lange Schatten des A.H. Von der Schwierigkeit im Umgang mit Raubkunst – auch in NRW-Museen«, in: *K.West*, Heft 2/2007, S. 40–43

Lammert, Norbert: »Der Staat, die Gesellschaft und ihre Museen – Aufträge und Verpflichtungen«, in: *Museumskunde*, Heft 2/2007, S. 7–15

Landtag Baden-Württemberg: »Museumslandschaft in BW. Antwort des MWK auf die Große Anfrage der Fraktion FDP/DVP«, Stuttgart: *Drucksache* 14/2092 (GrAnfr vom 6.12.07) 2007, 11 S.

Landtag Baden-Württemberg: »Zur Lage der Staatlichen Museen in BW. Große Anfrage der Fraktion der FDP/DVP und Antwort der Landesregierung«, Stuttgart: *Drucksache* 14/1759 (GrAnfr vom 20.9.07) 2007, 21 S.

Langenstein, York: »Die Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen in Bayern: Pflege und Entwicklung der bayerischen Museumslandschaft«, in: *Museum aktuell*, Heft 3/2007, S. 16–17

Langenstein, York: »Kommunale Museen in Bayern. Schatzhäuser und Forum der Begegnung«, in: *Der Bayerische Bürgermeister*, Heft 1/2007, S. 20–23

Laukötter, Anja: *Von der ›Kultur‹ zur ›Rasse‹ – vom Objekt zum Körper? Völkerkundemuseen und ihre Wissenschaften zu Beginn des 20. Jahrhunderts*, Bielefeld: transkript 2007, 390 S.

Leinfelder, Reinhold: »Sammeln, Forschen und Vermitteln – Zwischen allen Stühlen oder einmalige Chance? Das Beispiel der großen naturkundlichen Forschungsmuseen in Deutschland«, in: *Museumskunde*, Heft 2/2007, S. 33–40

Leßmann, Sabina: »Kunst begeistert! Verstört! Ermutigt! Öffnet Türen! Angebote für Menschen mit Behinderungen im Kunstmuseum Bonn«, in: *Standbein Spielbein*, Heft 77 (2007), S. 18–21

Lochmann, Hans: »Das Pilotprojekt Museumsregistrierung in Niedersachsen und Bremen – ein Zwischenbericht«, in: *Mitteilungsblatt Museumsverband Niedersachsen-Bremen*, Heft 68 (2007), S. 30–33

Lochmann, Hans: »Der Museumsverband für Niedersachsen und Bremen e. V.«, in: *Museum aktuell*, Heft 3/2007, S. 24–25

Macdonald, Sharon: »Schwierige Geschichte – umstrittene Ausstellungen«, in: *Museumskunde*, Heft 1/2007, S. 75–84

Magdowski, Iris Jana: »Museen als interkulturelle Lern- und Erlebnisorte«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 18 S., J 1.3

Maier-Solgk, Frank: »Gottes Kunstburg. Glück des Raumes: Peter Zumthors Kolumba-Museum in Köln ist eröffnet«, in: *K.West*, Heft 10/2007, S. 10–13

Martini, Thilo: »www.RheinischeMuseen.de – der überarbeitete Internetservice des Landschaftsverbandes Rheinland«, in: *Museen im Rheinland*, Heft 4/2007, S. 33–35

Mennekes, Friedhelm: »Neue Kunst in alter Kirche. Die Kunst-Station Sankt Peter in Köln«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 6/2007, S. 16–17

Mitglieder des Leipziger Kreises/Direktoren deutscher Kunstmuseen: »Ethische Grundsätze und Leitlinien des Handelns von Kunstmuseen. Verabschiedet von den Mitgliedern des Leipziger Kreises – Direktoren deutscher Kunstmuseen am 22. September 2006 in Stuttgart«, in: *Museumskunde*, Heft 1/2007, S. 42–43

Mittler, Günther R.: »Neue Museen – neue Geschichte?«, in: *aus politik und zeitgeschichte*, Heft 49/2007, S. 13–20

Mörsch, Carmen: »Queering Kunstvermittlung. Über die mögliche Verschiebung dominanter Verhältnisse auf der documenta 12«, in: *Ästhetik & Kommunikation*, Heft Sommer 2007, S. 29–36

Neumann, Bernd: »Mobilität von Sammlungen: Vertrauen schaffen, Netzwerke stärken«, in: *Museumskunde*, Heft 1/2007, S. 44–46

Nies, Stefan: »Ergänzung der Museumsarbeit – der Bundesverband freiberuflicher Kulturwissenschaftler (BfK)«, in: *Museen im Rheinland*, Heft 3/2007, S. 21–22

Pauli, Wilhelm: »Der Reichtum auf der Höhe und in der Aue. Ein bescheidener Dank an die zwölfte documenta«, in: *Kommune*, Heft 4/2007, S. 86–87

Pomian, Krzysztof: »Was macht ein Museum erfolgreich?«, in: *Museumskunde*, Heft 2/2007, S. 16–25

Raulff, Ulrich: »Wer sieht, hat mehr vom Lesen: Erfahrungen mit einem Literaturmuseum«, in: *Museumskunde*, Heft 2/2007, S. 41–44

Rohde, Thomas: *Museumsmarke & Markenpersönlichkeit. Die Konzeption der besucherorientierten Markenpersönlichkeit von Kunstmuseen*, Marburg: Tectum 2007, 241 S.

Rombach, Julia: *Trendsetter oder Traditionshüter? Die Zukunft der Museen*, Hamburg/Münster: Lit 2007, 224 S.

Rossmann, Andreas: »Aufbau, Umbau, Überbau. Das Museum für Architektur und Ingenieurkunst NRW ›M:AI‹ stellt sich mit einem großen Buch vor«, in: *K.West*, Heft 3/2007, S. 12–14

Salonen, Päivi: »Sammlungen werden mobil«, in: *Museumskunde*, Heft 1/2007, S. 56–59

Schäfer, Wolfgang: »Auf den Spuren der Aufklärung. documenta 12 vor der Eröffnung«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 117 (II/2007), S. 4–5

Schmidts, Alexandra: »Sammeln, Bewahren, Forschen, Vermitteln – und erfolgreich Wirtschaften. Öffentliche Museen auf dem Weg zum dauerhaften Erfolg«, in: *Museum aktuell*, Heft 4/2007, S. 8–11

Schmitt, Berthold: »›Verkünde mir, Muse, die Taten ...‹. Beratung und Dienstleistungen im Museum haben Tradition und Zukunft«, in: *Museum aktuell*, Heft 4/2007, S. 16–19

Schmitt, Berthold: »Was Sie schon immer über Investitionen für Museen wissen wollten, aber bisher nicht zu fragen wagten«, in: *Museum aktuell*, Heft 8/2007, S. 30–32

Singldinger, Josef: »Das Ende der Kunst ist nicht absehbar. Die documenta 12 und ihre Projekte«, in: *Kommune*, Heft 4/2007, S. 88–89

Spengler, Gabriele/Rochau, Elisabeth (Hrsg.): *Ausstellungsmanagement. Konzeption – Organisation – Kommunikation. Ein Praxisguide*, Bielefeld: transcript 2007, 200 S.

Spitz, René: »Unter dem Hammer, an die Wand. Design-Galerien gelingt der Sprung in den Massenmarkt – zum Beispiel in Köln«, in: *K.West*, Heft 12/2007, S. 16–19

Teichmann, Katrin/Wagner, Kerstin/Klinge, Astrid/Bromberger, Kathi: »Externe Dienstleister unterstützen den Handlungsbedarf an Museen«, in: *Museum aktuell*, Heft 4/2007, S. 13–15

Vergès, Francoise: »Ein Museum ohne Sammlung. Das Maison des Civilisation set de l'Unité Réuninnaise auf Réunion«, in: *Kulturrisse*, Heft 2/2007, S. 64–67

Warnecke, Jan: »Ausstellungsplanung als Teil erfolgreicher Museumsarbeit«, in: *Museumskunde*, Heft 2/2007, S. 63– 65

Weibel, Peter: »Das Museum im Zeitalter von Web 2.0«, in: *aus politik und zeitgeschichte*, Heft 49/2007, S. 3–6

Weindorf, Alexandra: »Der Kunstsalon als neues Messekonzept? Die Tease Art Fair: Eine alternative Messe für junge Kunst«, in: *Junge_Kunst*, Heft 2/2007, S. 30–34

Zweite, Armin: »Pflegefall Kunst«, in: *Kulturstiftung des Bundes*, Heft 9/2007, S. 9–10

5.4.2 Museumspädagogik, Kindermuseen

Standbein Spielbein. Museumspädagogik aktuell, Bonn: Arbeitskreis Museumspädagogik e. V. (vierteljährig)

Ackermann, Sonja/Gottschalk, Raymund: »Pädagogik als Exportartikel? Neue Ansätze für Museen in Ägypten«, in: *Standbein Spielbein*, Heft 79 (2007), S. 39–41

Brockhaus, Christoph (Hrsg.): *»... wie haben Sie denn das gemacht?« Museumspädagogik an Kunstmuseen in Duisburg und NRW*, Duisburg: Stiftung Wilhelm-Lehmbruck-Museum 2007, 123 S.

Dickes, Tanja Frederike/Lahmann, Andrea: »Museumspädagogik am Ort der Schlacht. Museum und Park Kalkriese«, in: *Standbein Spielbein*, Heft 79 (2007), S. 8–13

Kunz-Ott, Hannelore/Commandeur, Beatrix: »Lernort Museum im Wandel«, in: *infodienst Kulturpädagogische Nachrichten*, Heft 83 (2007), S. 22–23

Mayr, Thomas: »Was macht ein Künstler im Archäologischen Museum?«, in: *Standbein Spielbein*, Heft 79 (2007), S. 36–38

Schiek, Hauke/Söhnel, Ulrike: »Eintauchen in vergangene Kulturen. Erfahrungsorientiertes Lernen in archäologischen Ausstellungen«, in: *Standbein Spielbein*, Heft 79 (2007), S. 14–18

Slotta, Rainer: »Museen als Orte der Bildung – noch zeitgemäß? Vortag, gehalten auf der Jahrestagung des Museumsverbandes für Niedersachsen und Bremen e. V. am 23. März 2006 in Stade«, in: *Mitteilungsblatt Museumsverband Niedersachsen-Bremen*, Heft 68 (2007), S. 14–24

Stephan, Ralph: »Steine schlagen – bis ans Ende aller Tage«, in: *Standbein Spielbein*, Heft 79 (2007), S. 4–7

Wagner, Ernst/Dreykorn, Monika (Hrsg.): *Museum Schule Bildung. Aktuelle Diskurse – Innovative Modelle – Erprobte Methoden*, München: kopaed 2007, 224 S.

Zwaka, Petra: »Ein Jugend-Museum als Mittler zwischen den Kulturen. Beispiele aus der Praxis«, in: *Museum aktuell*, Heft Oktober 2007, S. 26–32

5.5 Kunst im öffentlichen Raum, Straßenkunst

Damus, Martin: *Kunst im öffentlichen Raum*, Bramsche: Rasch 2007, 168 S.

Fraunhofer-Informationszentrum Raum (Hrsg.): *Kunst im öffentlichen Raum*, Stuttgart: Fraunhofer IRB-Verlag (IRB-Literaturdokumentation, 2316) 2007, 60 S.

Funken, Peter: »KAiAK – ein Kunst- und Architekturprojekt. Eine Aufwertung Alt Köpenicks durch Gestaltung im Öffentlichen Raum«, in: *Stadt und Grün*, Heft 10/2007, S. 28–30

Gründer, Ralf: »Kunst an der Berliner Mauer. Berliner Mauermalerei im so genannten Unterbau der ›Grenzmauer-75‹«, in: *Deutschland Archiv*, Heft 4/2007, S. 630–637

ICP – Institute for cultural policy, Hamburg (Hrsg.): *Tat Ort inwendig*, Wien: Springer (Consequence book series on fresh architecture, 8) 2007, 299 S.

Magistrat der Stadt Kassel, Kulturamt (Hrsg.): *Kunst im öffentlichen Raum. Kassel vor 1943* (Konzeption und Redaktion Herald Kimpel), Marburg: Jonas 2007, 112 S.

Magistrat der Stadt Kassel, Kulturamt (Hrsg.): *Kunst im öffentlichen Raum. Kassel 1992–2004*, Marburg: Jonas 2007, 96 S.

Reinecke, Julia: *Street-Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz*, Bielefeld: transcript (Urban Studies) 2007, 189 S.

Saunders, Nicholas J.: »Soldaten sind Künstler. Was die Kunst aus den Schützengräben von Menschen im Krieg erzählt«, in: *Zeitschrift für Kulturaustausch*, Heft 1/2007, S. 39–41

Scheffer, Ingrid: »Stolpern in Stuttgart, stolpern in Stralsund. Der Künstler Gunter Demnig setzt Gedenksteine für die Opfer der NS-Zeit ...«, in: *Das Rathaus*, Heft 3/2007 (Mai-Juni), S. 80–82

Schwensen, Broder: »Kultur-GmbH? Kommunale Archive in Verwaltungsreform. Ein Praxisbericht«, in: *Auskunft*, Heft 1/2007, S. 93–103

Stadel, Stefanie: »Wem gehört die Stadt? Alle zehn Jahre wieder: Die ›skulptur projekte münster 07‹ geben plastische Antworten auf die Frage nach dem öffentlichen Raum«, in: *K.West*, Heft 7-8/2007, S. 8–15

5.6 Kulturelles Erbe

5.6.1 Denkmäler, Denkmalschutz

Die Denkmalpflege, München: Deutscher Kunstverlag (zweimal jährlich)

monumente. Magazin für Denkmalkultur in Deutschland, Bonn: Deutsche Stiftung Denkmalschutz (sechsmal jährlich)

»Denkmal-Recherche im Internet. Eine Datenbank ermöglicht die schnelle Suche unter 1.600 Kulturdenkmälern im Land Bremen«, in: *Der Aufbau*, 2007, S. 32–33

Bernhardt, Katja: »Modern oder historisch? Architekturtheorie und ›Stadtbild‹ in Danzig (Gdansk) um 1930«, in: *Kritische Berichte*, Heft 1/2007, S. 47–61

Blümm, Anke/Maier, Dirk/Schlasse, Heike/Ziemer, Elisabeth: »Langer Abschied und kurzer Prozess – über den Verlust eines bedeutenden Industriedenkmals. Die AEG-Fernmeldekabelfabrik in Berlin-Oberschönweide«, in: *Die Denkmalpflege*, Heft 1/2007, S. 5–16

Bundestransferstelle Städtebaulicher Denkmalschutz: *Dokumentation 15 Jahre Förderprogramm Städtebaulicher Denkmalschutz. Bundestransferstelle Städtebaulicher Denkmalschutz im Auftrag des Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Stadtentwicklung und des Bundesamtes für Bauwesen und Raumordnung*, Berlin: Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Stadtentwicklung (Informationsdienste städtebaulicher Denkmalschutz, 32) 2007, 134 S.

Busch, Thomas: »Kein Luxus, sondern Innovationsmotor. Denkmalpflege«, in: *AKP*, Heft 5/2007, S. 34–35

Deutsche Gesellschaft für Gartenkunst und Landschaftskultur e. V. – DGGL, Berlin (Hrsg.): *Gartenkunst im Städtebau. Geschichte und Herausforderungen*, München: Callwey (DGGL-Jahrbuch 2007) 2007, 1112 S.

Deutsches Nationalkomitee für Denkmalschutz (Hrsg.): *Denkmalschutz. Texte zum Denkmalschutz und zur Denkmalpflege*, Bonn (Schriftenreihe des Deutschen Nationalkomitees für Denkmalschutz, 52) 2007, 416 S. [siehe Carlson, 2 vorher!]

Eidloth, Volkmar: »Grüne Kulturdenkmale – Andeutungen über Gartendenkmalpflege«, in: *Denkmalpflege in Baden-Württemberg*, Heft 1/2007, S. 3–15

Euchner, Angelika: »100 Jahre Kulturdenkmal Pfullinger Hallen«, in: *Die Gemeinde*, Heft 22/2007, S. 900–901

Greipl, Egon Johannes: »Hat die Vergangenheit eine Zukunft? Denkmalschutz und Denkmalpflege im Jahre 2006«, in: *Der Bayerische Bürgermeister*, Heft 1/2007, S. 18–20

Grosse-Bächle, Lucia: »Landschaftskunst. Impulse für zeitgenössische Kulturlandschaften«, in: *Stadt und Grün*, Heft 4/2007, S. 26–30

Gründer, Ralf: *Berliner Mauerkunst. Eine Dokumentation*, Wien: Böhlau 2007, 350 S.

Günter, Roland/Günter, Janne: *Industrie-Wald und Landschafts-Kunst im Ruhrgebiet. Ein Handbuch zu den Zusammenhängen von Wald – Industrie-Wald – Landschafts-Kunst*, Essen: Klartext 2007, 432 S.

Hahn, Peter: »Die Denkmalbestimmung als Rechtshandlung«, in: *Baurecht*, Heft 6/2007, S. 992–999

Haspel, Jörg: »Eine Zukunft für unser gemeinsames Erbe. Denkmalschutz und Denkmalpflege im europäischen Kontext«, in: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.): *Jahrbuch für Kulturpolitik 2007, Thema: Europäische Kulturpolitik*, Bonn/Essen: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft e. V./Klartext 2007, S. 323–345

Heinen, Elmar: »Natur- und Landschaftsschutz im und am Siebengebirge. Eine Zwischenbilanz«, in: *Rheinische Heimatpflege*, Heft 1/2007, S. 1–6

Hemme, Dorothee/Tauschek, Markus: *Prädikat »Heritage«. Wertschöpfungen aus kulturellen Ressourcen*, Berlin/Münster: Lit (Studien zur Kulturanthropologie, europäischen Ethnologie, 1) 2007, 367 S.

Höhmann, Rolf: »Die Erhaltung großer Industriedenkmale«, in: *Die Denkmalpflege*, Heft 1/2007, S. 5–16

Hönes, Ernst-Rainer: »Das Bodendenkmal zwischen Fundrecht und Schatzregal«, in: *Verwaltungsrundschau*, Heft 6/2007, S. 202–207

Hönes, Ernst-Rainer: »Der völkerrechtliche Kulturgüter- und Welterbeschutz«, in: *Verwaltungsrundschau*, Heft 9/2007, S. 293–300

Hoffmann, Godehard: »Moderner Kirchenbau im Rheinland. Ein epochales Erbe und seine Bewahrung«, in: *Denkmalpflege im Rheinland*, Heft 3/2007, S. 102–106 (wieder abgedruckt in *Rheinische Heimatpflege* 1/2008, S. 15–23)

Hoffmann-Axthelm, Dieter: »Verstörte Erhaltung. Denkmalpflege und Stadtzerstörung als die zwei Gesichter eines Projekts«, in: *Ästhetik & Kommunikation*, Heft Sommer 2007, S. 65–70

Imamovic, Emir: »Denkmäler im Straßenkampf«, in: *Kulturstiftung des Bundes*, Heft 9/2007, S. 32–33

Jeberien, Alexandra/Knaut, Matthias/Lucker, Thomas: »Im Zweifel für den Profit und gegen die Belange des Kulturguts. Kann Public-Private Partnership den dauerhaften Erhalt von Kulturerbe voranbringen?«, in: *VDR Bulletin*, Heft 2/2007, S. 22–24

Karg, Detlef (Hrsg.): *Moderne trifft Geschichte. Das Denkmal in der heutigen Zeit, Berichte vom 15. Denkmaltag des Landes Brandenburg*, Worms: Werner (Arbeitshefte des Brandenburgischen Landesamtes für Denkmalpflege und Archäologischen Landesmuseums, 17) 2007, 96 S.

Kleefeld, Klaus-Dieter: »Zukunft des Oberen Mittelrheintals. Modellprojekt für die UNESCO-Kulturlandschaften. Dokumentation der Tagung vom 3./4. November 2006 in Bacharach«, in: *Rheinische Heimatpflege*, Heft 4/2007, S. 241–265

Knoblich, Tobias J.: »Phantomschmerzen und Erbstreitigkeiten. Zur kulturpolitischen Dimension des Streits um die Dresdner Waldschlösschenbrücke«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 117 (II/2007), S. 9–10

Köhler, Marcus: »Klösterliche Kulturlandschaften. Theorie und Praxis im Umgang mit einem Landschaftstypus«, in: *Stadt und Grün*, Heft 4/2007, S. 50–51

Krings, Ulrich/Schwab, Otmar: Köln: *Die Romanischen Kirchen. Zerstörung und Wiederherstellung*, Köln: J.P. Bachem (Stadtspuren-Denkmäler in Köln, 2) 2007, 701 S.

Laabs, Annegret/Peters, Eckhart W. (Hrsg.): *Die Elbe [in] between. Symposium veranstaltet vom Kunstmuseum Kloster Unser Lieben Frauen Magdeburg und dem Stadtplanungsamt Magdeburg vom 10. bis 12. Juli 2006 anlässlich der Ausstellung DIE ELBE (in) between vom 22. September 2007 bis 20. Januar 2008*, Magdeburg: Selbstverlag 2007, 223 S.

Landesamt für Denkmalpflege Sachsen (Hrsg.): *Denkmalpflege in Sachsen. Jahrbuch 2006: Mitteilungen des Landesamtes für Denkmalpflege Sachsen*, Beucha: Sax-Verlag Beucha 2007, 120 S.

Landschaftsverband Rheinland (Hrsg.): *Europäische Landschaftskonvention. Tagungsdokumentation 17. Fachtagung Altenberg, 2. bis 3. Mai 2006*, Köln: Selbstverlag 2007, 287 S.

Landschaftsverband Westfalen-Lippe und Landschaftsverband Rheinland (Hrsg.): *Erhaltende Kulturlandschaftsentwicklung in Nordrhein-Westfalen. Grundlagen und Empfehlungen für die Landesplanung*, Köln/Münster: Selbstverlag 2007

Marra, Stephanie: »Die Hohensyburg als Standort unterschiedlicher Erinnerungs- und Denkmalsformen. Mittelpunkt einer westfälischen Erinnerungs-Landschaft?«, in: *Heimat Dortmund*, Heft 2/2007, S. 7–12

Martin, Dieter: *Denkmalschutzgesetz Mecklenburg-Vorpommern. Kommentar*, Walluf: Kommunal- und Schulverlag (Praxis der Kommunalverwaltung) 2007, 258 S.

Michaelis-Winter, Anke (Hrsg.): *Denk!mal. Alte Stadt – neues Leben, Stadterneuerung und städtebaulicher Denkmalschutz in den neuen Bundesländern*, Berlin: BMVBS 2007, 274 S.

Müller, Michael Christian: »Für die Bewahrung und Entwicklung der Orgelkultur in Deutschland. Denkmalpflege an Orgeln als gesellschaftlicher Auftrag und konservatorische Herausforderung«, (Sonderheft Orgeln), in: *das münster*, 2007, S. 329–349

Nathan, Carola: »Vom Sofa-Kissen bis zum Städtebau. Der Deutsche Werkbund wird 100 Jahre alt«, in: *Monumente*, Heft 3-4/2007, S. 50–55

Nationales Forschungsprogramm »Landschaften und Lebensräume der Alpen«, Bern (Hrsg.): *Alpenlandschaften. Von der Vorstellung zur Handlung, thematische Synthese zum Forschungsschwerpunkt I ›Prozesse der Wahrnehmung und Darstellung von Landschaften und Lebensräumen der Alpen‹. Nationales Forschungsprogramm 48 ›Landschaften und Lebensräume der Alpen‹ des Schweizerischen Nationalfonds*, Zürich: vdf Hochschulverlag (Synthesebericht NFP, 48) 2007, 136 S.

Pfeiffer, Marita: »Von ›schweren‹ Hinterlassenschaften. Über Gründung, Arbeitsweisen und Erfahrungen der Stiftung Industriedenkmalpflege und Geschichtskultur in Nordrhein-Westfalen«, in: *Die Denkmalpflege*, Heft 1/2007, S. 45–53

Quaedvlieg-Mihailovic, Sneska/Strachwitz, Rupert Graf (Hrsg.): *Kulturerbe – Eckstein Europas*, Berlin: Maecenata 2007, 183 S.

Recker, Udo/Röder, Christoph: »Baumkirchen und der Laubacher Wald – Struktur und Wandel einer Siedlungslandschaft«, in: *Denkmalpflege & Kulturgeschichte*, Heft 2/2007, S. 25–29

Saint André-von Arnim, Ferdinand von: *Der Wert des Kulturerbes für die Gesellschaft. Genesis und Gegenstand der Europarats-Rahmenkonvention von 2005*, Hamburg: Kovac (Studien zum Völker- und Europarecht, 39) 2007, 231 S., (dt., engl., franz.)

Schabe, Peter: »Denkmaltourismus wird immer bedeutender. Tagung der Deutschen Stiftung Denkmalschutz in Berlin«, in: *Stadt und Gemeinde interaktiv*, Heft 12/2007, S. 493–495

Schöndeling, Norbert: »Vom Zertifikat zum Masterabschluss: 20 Jahre Denkmalpflege-Ausbildung an der FH Köln«, in: *Denkmalpflege im Rheinland*, Heft 4/2007, S. 175–179

Schröders, Michael: »›Teile einer wertvollen wissenschaftlichen Bibliothek‹. Die Universitätsbibliotheken Köln und Bonn und die Bibliothek der ehemaligen NS-Ordensburg Vogelsang«, in: *Geschichte in Köln*, Heft 54 (2007), S. 219–240

Sonne, Wolfgang: »›History builds the town‹. Geschichtsbilder im Städtebau des frühen 20. Jahrhunderts«, in: *Kritische Berichte*, Heft 1/2007, S. 19–32

Steinbrecher, Katharina: »Grüne Wahlverwandschaften«, in: *Das Rathaus*, Heft 2/2007, S. 40–42

Vonend u. a.: »Kulturlandschaft und Wasserwirtschaft – Naturschutz und Denkmalpflege: Pressefahrt des Deutschen Nationalkomitees für Denkmalschutz 2007 in Niedersachsen«, in: *Berichte zur Denkmalpflege in Niedersachsen*, Heft 3/2007

Wagner, Bernd: »Von Brücken und Schlössern, Demokratie, Augentrug und Denkmalschutz«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 117 (II/2007), S. 27–29

Wegan, Katharina/Wassermair, Martin: »Re-Konkretisierung der Vergangenheit. Ein Denkmalprojekt in Oberösterreich versucht sich an einer zeitgemäßen Codierung der Gedächtniskultur«, in: *Kulturrisse*, Heft 1/2007, S. 36–39

Welzbacher, Christian: »Kirchenbau und Moderne (1920–1940). Anmerkungen zu einer traditionsverbundenen Baugattung«, in: *Kritische Berichte*, Heft 1/2007, S. 33–46

Wolf, Rainer: »Die Waldschlösschenbrücke. Szenen über Politik und Recht vor der Kulisse von Globalität und Provinzialität«, in: *Zeitschrift für Umweltrecht*, Heft 11/2007, S. 525–532

Zache, Dirk: »Industriemuseum zwischen Museum und Denkmalpflege«, in: *Die Denkmalpflege*, Heft 1/2007, S. 31–44

Zittlau, Reiner: »Das Jahr 2006 in der niedersächsischen Bau- und Kunstdenkmalpflege – Die Förderung von Instandsetzungs- und Erhaltungsmaßnahmen«, in: *Berichte zur Denkmalpflege in Niedersachsen*, Heft 1/2007, S. 25–34

5.6.2 Erinnerungskultur, Mahn- und Gedenkmale

»Sichtbar – Unsichtbar. Denkmäler und Erinnerungsorte« (Themenheft), in: *Heimat Dortmund*, Heft 2/2007, 64 S.

Assmann, Aleida: *Der lange Schatten der Vergangenheit. Erinnerungskultur und Geschichtspolitik*, Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung (Schriftenreihe, 633) 2007, 320 S.

Assmann, Aleida: »Die unabgeschlossene Vergangenheit. Deutsche Erinnerungskultur nach dem Zweiten Weltkrieg«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 3/2007, S. 1–2

Benthin, Madlen: *Die Vertreibung der Deutschen aus Ostmitteleuropa. Deutsche und tschechische Erinnerungskulturen im Vergleich*, Hannover: Hahn (Studien zur internationalen Schulbuchforschung, 120) 2007, 155 S.

Beyme, Klaus von: »Kunst und Politik in der postkolonialen Erinnerungskultur. Zu den Schwerpunkten der Kasseler Documenta 12«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 3/2007, S. 3–4

Birkmeyer, Jens (Hrsg.): *Holocaustliteratur und Deutschunterricht. Erinnerungskultur in schulischer Perspektive*, Hohengehren: Schneider 2007, 238 S.

Bode, Sabine: *Die deutsche Krankheit – German Angst*, Stuttgart: Klett-Cotta 2007, 287 S.

Bösch, Frank: »Film, NS-Vergangenheit und Geschichtswissenschaft. Von ›Holocaust‹ zu ›Der Untergang‹«, in: *Vierteljahrshefte für Zeitgeschichte*, Heft 1/2007, S. 1–32

Bülter, Peter/Held, Wolfgang: »Kriegsgräberfürsorge in Nordrhein-Westfalen«, in: *Städte- und Gemeinderat*, Heft 11/ 2007, S. 21–23

Fischer, Torben/Lorenz, Matthias N. (Hrsg.): *Lexikon der ›Vergangenheitsbewältigung‹ in Deutschland. Debatten- und Diskursgeschichte des Nationalsozialismus nach 1945*, Bielefeld: transcript 2007, 398 S.

Gleixner, Ulrike (Hrsg.): *Gendering Tradition. Erinnerungskultur und Geschlecht im Pietismus*, Korb: Didymos-Verlag (Perspektiven in der neueren und neuesten Geschichte, 1) 2007, 292 S.

Goodman-Thau, Eveline (Hrsg.): *Das eigene Erinnern: Gedenkkultur zwischen Realität und Normalität*, Wien: Passagen-Verlag 2007, 205 S.

Grellert, Marc: *Immaterielle Zeugnisse. Synagogen in Deutschland, Potentiale digitaler Technologien für das Erinnern zerstörter Architektur*, Bielefeld: transcript 2007, 606 S.

Hahn, Hans-Werner: »Ohne Jena kein Sedan. Die Erfahrung der Niederlage von 1806 und ihre Bedeutung für die deutsche Politik und Erinnerungskultur des 19. Jahrhunderts«, in: *Historische Zeitschrift*, Heft 3/2007, S. 599–642

Hammelehle, Sebastian: »Das ist absurd. Der Friedenspreisträger Saul Friedländer über Martin Walsers Thesen, Kardinal Meisner und Tom Cruise als Stauffenberg«, in: *Vanity Fair*, Heft 42 (2007), S. 119–121

Hobuß, Steffi (Hrsg.): *Erinnern verhandeln. Kolonialismus im kollektiven Gedächtnis Afrikas und Europas*, Münster: Westfälisches Dampfboot 2007, 245 S.

Jordan, Raul: *Konfrontation mit der Vergangenheit. Das Medienereignis Holocaust und die Politische Kultur der Bundesrepublik Deutschland. Eine qualitative Inhaltsanalyse der Zuschauerpost an den WDR*, Frankfurt am Main: Peter Lang (Beiträge zur Politikwissenschaft, 93) 2007, 179 S.

Kaminsky, Anne (Hrsg.): *Orte des Erinnerns. Gedenkzeichen, Gedenkstätten und Museen zur Diktatur in SBZ und DDR* (Konzeption und Redaktion Herald Kimpel), Berlin: Christoph Links 2007, 560 S.

Kittlausz, Viktor: »Zeitgenössisch werden. Von Erinnerungsfragmenten zu Geschichten mit Aussicht«, in: *Ästhetik & Kommunikation*, Heft Sommer 2007, S. 43–50

Klein, Judith: »Kunst im öffentlichen Raum. Fontaine Stravinsky und Holocaust-Mahnmal«, in: *Neue Gesellschaft/Frankfurter Hefte*, Heft 1 + 2/2007, S. 94–97

Klemm, Claudia: *Erinnert – umstritten – gefeiert: die Revolution von 1848/49 in der deutschen Gedenkkultur*, Göttingen: V & R Unipress 2007, 636 S.

Klingenberg, Matthias: »Geschichte und Identität. Arbeit mit Zeitzeugen in Zentralasien«, in: *dis.kurs*, Heft 2/2007, S. 36–38

Knabe, Hubertus: *Die Täter sind unter uns. Über das Schönreden der SED-Diktatur*, Berlin: Propyläen 2007, 384 S.

Nickolai, Werner (Hrsg.): *Erinnern, Lernen, Gedenken. Perspektiven der Gedenkstättenpädagogik*, Freiburg im Breisgau: Lambertus 2007, 175 S.

Ohse, Marc-Dietrich: »Aufarbeitung und Gedenken. Das Gedenkstättenkonzept des Bundes muss zügig zum Abschluss gebracht werden«, in: *Deutschland Archiv*, Heft 6/2007, S. 965–967

Pflug, Konrad (Hrsg.): *Orte des Gedenkens und Erinnerns in Baden-Württemberg*, Stuttgart: Kohlhammer (Schriften zur politischen Landeskunde Baden-Württembergs, 35) 2007, 422 S.

Schmidt, Ute: »Vermintes Gelände. Drei Ausstellungen zu Flucht und Vertreibung in Berlin«, in: *Ästhetik & Kommunikation*, Heft Sommer 2007, S. 89–100

Schröder, Richard: »Brauchen wir ein nationales Freiheits- und Einheitsdenkmal?«, in: *Deutschland Archiv*, Heft 1/2007, S. 131–136

Sternberg, Thomas: »Die Aktualität des Vergangenen. Ansätze einer Erinnerungspolitik«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 4/2007, S. 20–21

Taussig, Michael: »Walter Benjamins Grab. Schönheit, Tod, Namenlosigkeit – Profane Illuminationen in Portbou«, in: *Lettre International*, Heft 79 (Winter 2007), S. 72–78

Tomberger, Corinna: *Das Gegendenkmal. Avantgardekunst, Geschichtspolitik und Geschlecht in der bundesdeutschen Erinnerungskultur*, Bielefeld: transcript (Studien zur visuellen Kultur, 4) 2007, 360 S.

Weinrich, Harald: »Gebote und Verbote des Erinnerns und Vergessens. Plädoyer für eine sorgsame Gedächtniskultur«, in: *die politische Meinung*, Heft 4/2007, S. 56–62

Zezulak, Hölzer, Ira: »›Flucht und Vertreibung‹ – Grundsätzliches und Lokales«, in: *Der Märker*, Heft 1–4/2007, S. 102–119

Zimmermann, Olaf/Steinbach, Erika/Griefahn, Monika u. a.: »Erinnerungskultur«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 2/2007, S. 12–15

5.7 Literatur und Bibliothek

5.7.1 Allgemein

»Besteuerung von elektronischen Medien, Mehrwertsteuererhöhung und Zukunft der Buchpreisbindung: Gespräche der Expertengruppe Erwerbung und Bestandsentwicklung auf der Frankfurter Buchmesse«, in: *Bibliotheksdienst*, Heft 1/2007, S. 19–21

Arnold, Heinz Ludwig: »Aufstieg und Ende der Gruppe 47«, in: *aus politik und zeitgeschichte*, Heft 25/2007, S. 4–11

Bothe, Katrin/Ehlert, Andrea/Kohn, Friederike/Larisch, Peter (Hrsg.): *Destillate. Literatur Labor Wolfenbüttel 2006*, Wolfenbüttel: Bundesakademie für kulturelle Bildung (Wolfenbütteler Akademie-Texte, 26) 2007, 132 S.

Braese, Stephan: »Deutschsprachige Literatur und der Holocaust«, in: *aus politik und zeitgeschichte*, Heft 50/2007, S. 33–38

Gabel, Gernot U.: »Hinter weißen Mauern wird walisisches Erbe bewahrt. 100 Jahre National Library of Wales«, in: *Buch und Bibliothek*, Heft 7-8/2007, S. 549–552

Garber, Klaus: *Literatur und Kultur im Europa der frühen Neuzeit*, Paderborn: Wilhelm Fink 2007, 520 S.

Gilcher-Holtey, Ingrid: »Die APO und der Zerfall der Gruppe 47«, in: *aus politik und zeitgeschichte*, Heft 25/2007, S. 19–24

Haug, Christine: *Reisen und Lesen im Zeitalter der Industrialisierung. Die Geschichte des Bahnhofs- und Verkehrsbuchhandels in Deutschland von seinen Anfängen um 1850 bis zum Ende der Weimarer Republik*, Wiesbaden: Harrassowitz (Schriften und Zeugnisse zur Buchgeschichte, 17) 2007, 415 S.

Herholz, Gerd: »Und welche Rolle spielt die Literatur? Die Literaturlandschaft an der Ruhr« (Exposé des Leiters des Literaturbüro Ruhr e. V., Gerd Herholz, Kulturhauptstadt 2010), in: *LitForm*, Heft 86 (2007), S. 12–15

Herholz, Gerd: »Und welche Rolle spielt die Literatur? Die Literaturlandschaft an der Ruhr (Teil 2)« (Exposé des Leiters des Literaturbüro Ruhr e. V., Gerd Herholz, Kulturhauptstadt Ruhr 2010), in: *LitForm*, Heft 87 (2007), S. 14–15

Keller-Loibl, Kerstin: »Angesagte deutsche Kinder- und Jugendliteratur auf einen Klick. Neues Informationsportal mit mehr als 500 Titeln auf dem Bibliothekskongress freigeschaltet«, in: *Buch und Bibliothek*, Heft 5/2007, S. 368–370

5.7.2 Bibliotheken

Bibliothek Forschung und Praxis, München: Verlag K.G. Saur (dreimal jährlich)

Bibliotheksdienst. Organ der Bundesvereinigung Deutscher Bibliotheksverbände (BDB), Berlin: Bibliotheksdienst der Zentral- und Landesbibliothek Berlin (monatlich)

Buch und Bibliothek. Fachzeitschrift des Vereins für Bibliothekare an öffentlichen Bibliotheken, Bad Honnef: Bock + Herchen (zehnmal im Jahr)

Zeitschrift für Bibliothekswesen und Bibliographie. Organ des Vereins Deutscher Bibliothekare und des Vereins der Diplombibliothekare, Frankfurt am Main: Klostermann Verlag (zweimonatlich)

BIX Der Bibliotheksindex 2007 (Ein Sonderheft von B.I.T. online), Wiesbaden: Dinges & Frick GmbH 2007, 48 S.

»Das UNESCO-Übereinkommen mit Leben füllen durch Bibliotheken. Eine Stellungnahme von Bibliothek & Information Deutschland BID«, in: *Bibliotheksdienst*, Heft 12/ 2007, S. 1252–1256

»UNESCO-Übereinkommen zum Schutz und zur Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen. Herausforderungen für Bibliotheken und Bibliotheksträger«, in: *Bibliotheksdienst*, Heft 12/2007, S. 1249–1251

Barbian, Jan-Pieter: »Handy-Poesie, ›Hürriyet‹ und Hochkultur. ›Kulturelle Bildung‹: Chancen und Perspektiven für Öffentliche Bibliotheken«, in: *Buch und Bibliothek*, Heft 3/2007, S. 207–212

Bassen, Günter: »Das Projekt ›Bibliotheksprofil in der Kommune‹ für öffentliche Bibliotheken in Niedersachsen. Von der Demographie zur Aufgabendefinition«, in: *NST Nachrichten*, Heft 9/2007, S. 201–203

Bix Bibliotheksindex: »Bix 2007 – Best Practice. Siegerbibliotheken stellen sich vor«, in: *Bix – Der Bibliotheksindex 2007*, 2007, S. 23–32

Bödeker, Hans Erich/Saada, Anne (Hrsg.): *Bibliothek als Archiv*, Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht (Veröffentlichungen des Max-Planck-Instituts für Geschichte, 221) 2007, 313 S.

Buzinkay, Mark: »Spiele und Bibliotheken – Marketing oder Kultur-Trend? Kontroverse Diskussion in den USA über digitale Spiele im Lesesaal«, in: *Buch und Bibliothek*, Heft 6/2007, S. 453–456

DBV: »Gemeinsame Erklärung deutscher Bibliotheken zur Frage von kriegsbedingt verlagertem Kulturgut«, in: *Bibliotheksdienst*, Heft 1/2007, S. 3–6

Deutscher Bibliotheksverband e. V. (Hrsg.): *Jahrbuch des Deutschen Bibliotheksverbandes e. V. 2004–2006*, Berlin: Selbstverlag 2007, 72 S.

Dudek, Jochen: »Bibliotheken in der Netzwerkgesellschaft«, in: *Bibliothek Forschung und Praxis*, Heft 2/2007, S. 193–199

Gerlach, Annette: »Kriegsbedingt verlagertes Kulturgut deutscher Bibliotheken. Auswertung einer DBV-Umfrage 10«, in: *Bibliotheksdienst*, Heft 1/2007, S. 10–18

Hachmann, Ute/Krüger, Susanne: »›Wo Geschichten wahr werden‹. DBV-Expertengruppe für Kinder- und Jugendbibliotheken erkundet Trends in den USA«, in: *Buch und Bibliothek*, Heft 2/2007, S. 121–124

Hellmich, Julia: »›Wir machen hier soziale Bibliotheksarbeit ohne Ende‹. Umfrage unter Bibliotheksleitern und -direktoren zu Bildungsarmut und zur Perspektive integrativer Programme«, in: *Buch und Bibliothek*, Heft 6/2007, S. 429–435

Henning, Wolfgang: »Kräfte bündeln, Bildung schaffen. Öffentliche Bibliothek und Volkshochschule unter einem Dach«, in: *Buch und Bibliothek*, Heft 1/2007, S. 46–52

Henning, Wolfgang: »Revolte gegen ›Büchereibonzen‹ – Sozialarbeit für Randgruppen. Wie die ›68er-Generation‹ die Bibliotheksszene aufmischte«, in: *Buch und Bibliothek*, Heft 6/2007, S. 436–439

Hobohm, Hans-Christoph/Umlauf, Konrad (Hrsg.): *Erfolgreiches Management von Bibliotheken und Informationseinrichtungen. Fachratgeber für die Bibliotheksleitung und Bibliothekare* (Loseblatt-Ausgabe), Hamburg: Dashöfer 2007

Hohm, Angelika: »Bildungspartner Bibliothek. Die Zusammenarbeit mit Schulen holpert. Erfahrungen der Regionalbibliothek Neubrandenburg«, in: *Buch und Bibliothek*, Heft 10/2007, S. 696–697

Hoinkis, Gudrun: »Die Bearbeitung der zurückgeführten Zeitungsbestände aus der Russischen Staatsbibliothek in Moskau (RSBM): Ein Zwischenbericht«, in: *Bibliotheksdienst*, Heft 5/2007, S. 542–546

Jagla, Otto: »Verlängerung von Öffnungszeiten – wie kann das gehen? Ein Beispiel aus der Zentral- und Landesbibliothek Berlin (ZLB)«, in: *Bibliotheksdienst*, Heft 5/2007, S. 521–528

Kern, Patricia: »Bibliotheken und Integration von Migranten in Dänemark«, in: *Bibliotheksdienst*, Heft 2/2007, S. 121–135

Kern, Patricia: »Hausaufgabencafés und Familienkurse. Konferenz über Integration von Migranten in Kopenhagen«, in: *Buch und Bibliothek*, Heft 4/2007, S. 269–270

Klauser, Hella: »Raus aus der Kultur- und Bildungsschublade. Erstes IFLA-Presidential-Meeting im Auswärtigen Amt. Internationale Diskussion über freien Informationszugang«, in: *Buch und Bibliothek*, Heft 4/2007, S. 299–301

Klauser, Hella: »Starke Bibliotheken für eine globalisierte Welt. Die Weltgipfel zur Informationsgesellschaft und die Lobbyarbeit der IFLA seit 2003«, in: *Buch und Bibliothek*, Heft 7-8/2007, S. 532–533

Koch, Stefan: »Anmerkungen zum ›Gesetz über die Deutsche Nationalbibliothek‹ (DNBG)«, in: *Bibliotheksdienst*, Heft 5/2007, S. 529–541

Kolz, Heinz/Mielke, Anja: »Bibliotheken im demographischen Wandel – Zeitreise in eine Bibliothek des Jahres 2030«, in: *bibliotheken heute*, Heft 4/2007, S. 165–169

Kopp, Hans: »Europäische Bibliotheken als Objekte einer schamlosen Hochpreispolitik: Regionale Zeitschriften-

listen weisen schwerwiegende Preisnachteile für EU-Zone auf«, in: *Bibliotheksdienst*, Heft 5/2007, S. 554–556

Krüger, Susanne: »›Lobbyarbeit für Bildungsverlierer gehört zum Bibliotheksjob dazu‹. Prof. Susanne Krüger spricht lieber von Zielgruppen statt von Randgruppen und plädiert für ›Social Inclusions‹ nach britischem Vorbild« (Interview), in: *Buch und Bibliothek*, Heft 6/2007, S. 424–428

Landtag Brandenburg: »Bibliotheken. Antwort der Landesregierung auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten der Fraktion Linkspartei.PDS«, Potsdam: *Drucksache* 4/4427 (10.4.2007), 7 S.

Pflaum, Günter: »Bibliothek 2010 plus. Entwicklung moderner Zukunftskonzepte für kommunale Bibliotheken in Rheinland-Pfalz«, in: *bibliotheken heute*, Heft 2/2007, S. 70–71

Plieninger, Jürgen: »Sollen Bibliotheken auf Sendung gehen? Podcasts in der Bibliotheksarbeit«, in: *Buch und Bibliothek*, Heft 3/2007, S. 236–237

Redaktion Buch und Bibliothek: »›Wir betreiben Existenzsicherung für Bibliotheken in einer digitalisierten Welt‹. Die ekz setzt auf virtuelle Dienste, ohne traditionelle Angebote zu vernachlässigen. Ein Gespräch mit Geschäftsführer Jörg Meyer und dem Bibliothekarischen Direktor Henner Gruber«, in: *Buch und Bibliothek*, Heft 5/2007, S. 362–365

Regneale, Mircea: »Aufbruch nach Zensur und Prestigeverlust. Schwieriger Start rumänischer Bibliotheken in die Europäische Union«, in: *Buch und Bibliothek*, Heft 2/2007, S. 118–120

Reimer-Böhner, Ute: »Der lange Weg zur Informationsfreiheit. Südafrikas Öffentliche Bibliotheken treten nur langsam aus dem Schatten der Apartheid«, in: *Buch und Bibliothek*, Heft 7-8/2007, S. 520–526

Richter, Andreas: »Bibliotheksrecht – Bericht für die Zeit vom 1.3.2006 bis 28.2.2007«, in: *Zeitschrift für Bibliothekswesen und Bibliographie*, Heft 3/2007, S. 128–132

Richter, Andreas: »Bibliotheksrecht. Bericht für die Zeit vom 1. März 2007 bis 30. September 2007«, in: *Zeitschrift für Bibliothekswesen und Bibliographie*, Heft 6/2007, S. 336–340

Ruppelt, Georg: »Bibliotheken und demografische Veränderungen. Vortrag vom 10. Mai 2006 in der ekz Reutlingen«, in: *bibliotheken heute*, Heft 1/2007, S. 3–6

Schleihagen, Barbara: »Aktionen und Resolutionen für Informationsfreiheit weltweit. Seit zehn Jahren setzt sich der IFLA/FAIFE-Ausschuss für ungehinderten Wissenszugang und Meinungsfreiheit ein«, in: *Buch und Bibliothek*, Heft 3/2007, S. 188–194

Seefeldt, Jürgen/Syré, Ludger: *Portale zu Vergangenheit und Zukunft – Bibliotheken in Deutschland*, Hildesheim: Olms (Bibliotheken in Deutschland) 2007, 120 S. (3., überarbeitete Auflage)

Singer, Otto: »Bibliothek im Internet – Die Google Buchsuche«, in: *Der aktuelle Begriff*, Heft 43 (2007), 2 S. (Wissenschaftliche Dienste des Deutschen Bundestages)

Sühl-Strohmenger, Wilfried: »Medienkompetenz und Bibliotheken in Deutschland«, in: *Bibliothek Forschung und Praxis*, Heft 2/2007, S. 230–236

Thorhauge, Jens: »Bereit für die nächste Ära des Erfolges. Öffentliche Bibliotheken Dänemarks und der nordischen Länder in der Wissensgesellschaft«, in: *Buch und Bibliothek*, Heft 3/2007, S. 196–201

Verein Deutscher Bibliothekare (Hrsg.): *Jahrbuch der Deutschen Bibliotheken*, Wiesbaden: Harrassowitz (Jahrbuch der Deutschen Bibliotheken, 62) 2007, 594 S.

Wissen, Dirk: *Zukunft der Bibliographie. Bibliographie der Zukunft: Eine Expertenbefragung mittels Delphi-Technik in Archiven und Bibliotheken in Deutschland, Österreich und der Schweiz*, Berlin: Logos 2007, 407 S.

5.7.3 Leseförderung, Leseforschung, Literaturförderung

Wegweiser zur Leseförderung: Kontaktstellen, Ideen und Materialien für die Praxis, Zürich: Schweizerisches Institut f. Kinder- u. Jugendmedien 2007, 160 S.

Arend, Helga: »Leseförderung mit dem PC in Schulen und Bibliotheken. Projekt in einem dritten Schuljahr mit besonderer Berücksichtigung der männlichen Schüler«, in: *bibliotheken heute*, Heft 1/2007, S. 7–11

Bertschi-Kaufmann, Andrea (Hrsg.): *Lesekompetenz – Leseleistung – Leseförderung. Grundlagen, Modelle und Materialien*, Stuttgart: Klett und Balmer 2007, 280 S.

Helmich, Julia/Ludwig, Anne: »Geschichten für angeknackste Helden. Die ›Bildungskatastrophe‹ ist männlich, Jungsförderung ist aktuell«, in: *Buch und Bibliothek*, Heft 4/2007, S. 284–289

Hochschule für Angewandte Wissenschaften (Hrsg.): *Leseförderung mit neuen Medien*, Hamburg 2007, 51 S. (Seminar-Dossier)

Kluge-Jindra, Hans-Dietrich: »Bücherkisten für die Leseschwachen. An Oberhausens Hauptschulen gibt es ein neues Förderprogramm«, in: *Buch und Bibliothek*, Heft 5/2007, S. 386–387

Kochhan, Christoph/Schengbier, Kristiane: »Bücher und Lesen im Kontext unterschiedlicher Lebenswelten. Nutzung und Bedeutung von Büchern im Medienvergleich unter Berücksichtigung webbasierter Alternativen«, in: *Media Perspektiven*, Heft 12/2007, S. 622–633

Müller, Frank: *Lesen und kreatives Schreiben. Die Freude am Wort wecken*, Weinheim u. a.: Beltz (Beltz-Pädagogik : Praxis) 2007, 240 S.

Riechert, Rüdiger: »Hypertexte, Blogs und Podcasts. Leseförderung mit dem Internet?«, in: *Pädagogik*, Heft 6/2007, S. 33–37

Schweizerisches Institut für Kinder- und Jugendmedien »Zürich«: *Wegweiser zur Leseförderung. Kontaktstellen, Ideen und Materialien für die Praxis*, Zürich 2007, 160 S.

5.8 Volkshochschulen, Kulturelle Erwachsenenbildung

DIE. Zeitschrift für Erwachsenenbildung. Zeitschrift des Deutschen Instituts für Erwachsenenbildung, Bonn: Deutsches Institut für Erwachsenenbildung (vierteljährlich)

dis.kurs. Das Magazin des Deutschen Volkshochschul-Verbandes e. V. (DVV), Berlin: Deutscher Volkshochschul-Verband e. V. (vierteljährlich)

Erwachsenenbildung. Vierteljahresschrift für Theorie und Praxis, Würzburg: Echter-Verlag (vierteljährlich)

Feld, Timm C.: *Volkshochschulen als »lernende Organisationen«. Entwicklung eines Anforderungsprofils unter Berück-*

sichtigung theoretischer Ansätze organisationalen Lernens sowie einer innerorganisationalen und einer außerorganisationalen Perspektive, Hamburg: Kovac (Studien zur Erwachsenenbildung, 27) 2007, 341 S.

Koerrenz, Ralf (Hrsg.): *Wegweisende Werke zur Erwachsenenbildung*, Jena: IKS (Edition Paideia) 2007, 613 S.

Lang, Wilhelm F.: »Die Volkshochschule: liegt nahe und bringt weiter«, in: *Der Bayerische Bürgermeister*, Heft 1/2007, S. 23–25

Lenz-Rühmann, Ute: »Die Volkshochschule im Second Life: Online Lernen in einem Land, wo Träume wahr werden«, in: *dis.kurs*, Heft 2/2007, S. 34–35

5.9 Soziokultur und soziokulturelle Praxisfelder

Informationsdienst Soziokultur, Potsdam: Bundesvereinigung Soziokultureller Zentren e. V. (viermal jährlich)

Journal der Jugendkulturen, Berlin: Archiv der Jugendkulturen (unregelmäßig)

Kulturszene, Bonn: Fonds Soziokultur e. V. (jährlich)

Daglar, Nilgün/Wolf, André Christian: »Kunst, Kultur und Integration im Kleingarten. Kleingärten sind wieder ›in‹«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 118 (III/2007), S. 56–57

Die Werkschule – Werkstatt für Kunst und Kulturarbeit e. V. (Hrsg.): *Seniorenkunstwerkstatt*, Oldenburg: Selbstverlag 2007, 31 S.

dritter frühling e. V. (Hrsg.): *Sehwege X Kurse: 10 Jahre dritter frühling. Eine Dokumentation*, Berlin: Selbstverlag 2007, 63 S.

Fitz, Yvonne: »Kulturelle Intendanzen in den Stadtteilen«, in: *Informationsdienst Soziokultur*, Heft 1/2007, S. 2–4

Hautmann, Peter: »Perspektive Soziokultur. Nürnberg blickt zurück und schaut nach vorn«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 117 (II/2007), S. 64–65

Jacomet, Cornelia/Kissling, Markus/Knecht-Kaiser, Ursula/Murbach, Fredi/Wildermuth, Claudia: *Zukunftsfähige Soziokultur: Initiative ergreifen, Gesellschaft gestalten, Kultur schaffen, Kooperationen eingehen*, Zürich: Soziale Dienste Zentrum Karl der Grosse 2007, 140 S.

Kämpf, Andreas: »ENCC. Ein Netzwerk der europäischen Kulturen«, in: *LAKS-Info*, Heft 44 (2007), S. 4–6

Knöpfle, Franziska: *Im Zeichen der »Soziokultur«. Hermann Glaser und die kommunale Kulturpolitik in Nürnberg*, Neustadt an der Aisch: Schmidt (Nürnberger Werkstücke zur Stadt- und Landesgeschichte, 64) 2007, 346 S.

Knopp, Reinhold/Nell, Karin (Hrsg.): *Keywork. Neue Wege in der Kultur- und Bildungsarbeit mit Älteren*, Bielefeld: transcript 2007, 260 S.

Kramer, Dieter: »Das Rad neu erfinden. Kultursozialarbeit und Sozialkulturarbeit gestern und heute«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 4/2007, S. 28–29

Krischke-Ramaswamy, Mohini: *Populäre Kultur und Alltagskultur. Funktionelle und ästhetische Rezeptionserfahrungen von Fans und Szenegängern*, Konstanz: UVK 2007, 329 S.

Kröplin, Helga: »Mit der Generationenmischung bewusst umgehen. Generationentheater«, in: *Spiel & Bühne*, Heft 1/2007, S. 19–20

Kruse, Andreas: »Ein neues Verständnis von Alter entwickeln«, in: *Die Gemeinde BWGZ*, Heft 23/2007, S. 918–924

Kultursekretariat NRW (Hrsg.): *Kultur und Alter. Dokumentation der Tagung vom 23./24. November 2006 Rudolf-Oetker-Halle, Bielefeld, veranstaltet vom NRW KULTURsekretariat in Verbindung mit dem Deutschen Paritätischen Wohlfahrtsverband und der Kulturpolitischen Gesellschaft e. V.*, Essen: Klartext (Kultur(Handbücher NRW, 13) 2007, 128 S.

Mierau, Dörte: »Die Herausforderung annehmen. Soziokultur im Kontext von creative industries«, in: *Informationsdienst Soziokultur*, Heft 4/2007, S. 2–4

Mirza, Nikola/Dembowski, Gerd/Wetzel, Rosie/Lanzoni, Peter u. a.: »Projektbeispiele«, in: *Kulturszene*, Heft 9/2007, S. 8–27

Nolte, Susanne/Liffers Lutz: »Think Pink. Das Pink House – ein wegweisendes Kunstprojekt«, in: *dis.kurs*, Heft 4/2007, S. 30–31

Radermacher, Norbert: »Das Generationenmodell Amateurtheater. Ein bislang wenig betrachtetes Modell des intergenerativen Dialoges «, in: *Spiel & Bühne*, Heft 1/2007, S. 11–13

Reichel, Norbert: »Netzwerke der Partizipation«, in: *infodienst Kulturpädagogische Nachrichten*, Heft 85 (2007), S. 34–35

Riesling-Schärfe, Heike: »Aktive Bildungs- und Ausbildungspolitik für Kinder und Jugendliche in benachteiligten Stadtquartieren. Ergebnisse guter Praxisbeispiele in Europa«, in: *Informationen zur Raumentwicklung*, Heft 7–8/2007, S. 519–528

Sievers, Norbert: »Wachstum und Konstanz. Antragsentwicklung und Mittelvergabe bis zum Jahr 2006«, in: *Kulturszene*, Heft 9/2007, S. 4–7

Schmidt-Ott, Thomas: »Alt und schwach? Anmerkungen zur Musikergeneration 45+«, in: *Das Orchester*, Heft 10/2007, S. 8–16

Stadt Nürnberg, Amt für Kultur und Freizeit (KUF) (Hrsg.): *Perspektive Soziokultur. 30 Jahre KUF*, Nürnberg: Selbstverlag 2007, 80 S.

Stüdemann, Jörg: »Der Bahnhof Langendreer, die Soziokultur und Mutmaßungen über die Bedeutung im gesellschaftlichen Wandel«, in: *Rundbrief (LAG NW)*, Heft 1/2007, S. 9–12

Vermeulen, Peter: »Stadtteilkultur in der Kulturmetropole. Prof. Peter Vermeulen, Dezernent für Schule, Jugend und Kultur in Mülheim an der Ruhr im Interview«, in: *Informationsdienst Soziokultur*, Heft 1/2007, S. 4–5

Wähnke, Wolfgang: »Neues Altern in der Stadt«, zukunftsorientierte Seniorenpolitik, in: *Kommunalpolitische Blätter*, Heft 10/2007, S. 8–10

Wicher, Sabine: »Praxisnah, kontaktfreudig, inspirierend. Zweite Europäische Projektmesse für kulturelle Zentren des ENCC in Riga«, in: *Informationsdienst Soziokultur*, Heft 4/2007, S. 2–4

Wiedemann, Martin: »Fabrik Freiburg – Mehr Lebensqualität in der ›Fabrik‹. Die Unterstützung von vielen Einzelnen und von Institutionen machte es möglich«, in: *LAKS-Info*, Heft 43 (Januar, 2007), S. 14–15

Wiesemann, Reinhard: »Freiräume für Kreativität. Das Unperfekthaus in Essen«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV/2007), S. 68–69

Winkelmann, Arne: *Kulturfabriken. Zeichenwandel der Fabrik in der freien Kulturarbeit*, Berlin: Humboldt-Univ. 2007, 325 S.

Ziller, Christiane: »Europa wächst von unten. Einblick in soziokulturelle Aktivitäten mit europäischem Charakter«, in: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.): *Jahrbuch für Kulturpolitik 2007, Thema: Europäische Kulturpolitik*, Bonn/Essen: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft e. V./ Klartext 2007, S. 347–356

5.10 Kulturpädagogik, kulturelle Bildung, ästhetische Erziehung

BDK-Mitteilungen. Fachzeitschrift des Bundes Deutscher Kunsterzieherinnen und Kunsterzieher e. V., Hannover: BDK e. V. Fachverband für Kunstpädagogik (vierteljährlich)

infodienst. Kulturpädagogische Nachrichten, Unna: Bundesverband der Jugendkunstschulen und kulturpädagogischen Einrichtungen (zweimonatlich)

Kulturelle Bildung. Reflexionen. Argumente. Impulse, Remscheid: Bundesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung (BKJ) e. V. (zweimal jährlich)

»Berliner Erklärung zur Weiterbildung fordert Weiterbildungsoffensive«, in: *dis.kurs*, Heft 3/2007, S. 10–11

Amirsedghi, Nasrin: »Kulturelle Vielfalt leben zu lernen ist ja auch eine Aufgabe heutiger Lebenskunst!«, in: *Kulturelle Bildung*, Heft 1/2007, S. 20–21

Bauer, Stefan: »Lausiger Zustand der kulturellen Bildung. ›Forum musikalische Bildung‹ am 16. Januar 2007 in Dresden«, in: *Musik und Bildung*, Heft 2/2007, S. 76–77

Beichel, Johann J.: *Ästhetische Mobilmachung. Zur Praxis und Theorie der Musik- und Tanztheaterimprovisation in der Schule, ein bildungstheoretischer Auftakt zu einer kunstsparten-übergreifenden Didaktik des Ästhetischen*, Baltmannsweiler: Schneider-Verlag Hohengehren 2007, 172 S.

Bilstein, Johannes/Dornberg, Bettina/Kneip, Winfried (Hrsg.): *Curriculum des Unwägbaren. I. Ästhetische Bildung im Kontext von Schule und Kultur*, Oberhausen: Athena (Pädagogik: Theorien und Perspektiven, 8) 2007, 180 S.

Bischoff, Johann (Hrsg.): *Theater.Medien.Polis. Kulturpädagogik im gesellschaftlichen Engagement*, Aachen: Shaker (Merseburger medienpädagogische Schriften, 3) 2007, 468 S.

Bockhorst, Hildegard: »Kulturelle Vielfalt leben lernen. Zur Bedeutung interkultureller Bildung in der Bundesvereinigung Kultureller Kinder- und Jugendbildung (BKJ)«, in: *kultur – kompetenz – bildung*, Heft 12/2007, S. 3–5

Bockhorst, Hildegard: »Über Kunst und Kultur das Verhältnis der Generationen neu bestimmen«, in: *Spiel & Bühne*, Heft 1/2007, S. 6–10

Braun, Daniela: *Handbuch der Kreativitätsförderung. Kunst und Gestalten in der Arbeit mit Kindern*, Freiburg im Breisgau: Herder 2007, 223 S.

Büchler, Adriana (Hrsg.): *Schule muss schön sein. Facetten des ästhetischen Bildungsauftrags*, München: kopaed 2007, 168 S.

Buschkühle, Carl-Peter: *Die Welt als Spiel. II. Kunstpädagogik: Theorie und Praxis künstlerischer Bildung*, Oberhausen: Athena (Kunst und Bildung, 2) 2007, 344 S.

Deutscher Kulturrat: »Eine Chance für unsere Gesellschaft. Interkulturelle Bildung – Stellungnahme des Deutschen Kulturrates«, in: *kultur – kompetenz – bildung*, Heft 12/2007, S. 8–9

Deutscher Kulturrat (Hrsg.): »Kulturelle Bildung: Eine Herausforderung durch den demografischen Wandel. Stellungnahme des Deutschen Kulturrates«, in: *kultur – kompetenz – bildung*, Heft 8/2007, S. 3–4

Dies-Redecker, Michaela/Dölker, Frank/Mangelsdorf, Christoph: »Gruppenprozess und ästhetische Bildung. Herausforderungen an delinquente Jugendliche«, in: *Zeitschrift für Jugendkriminalrecht und Jugendhilfe*, Heft 2/ 2007, S. 202–205

Dittlmann, Andreas: *Interkulturelle Kompetenzentwicklung durch kulturelle Bildung. Deutschlands Akteure im Spannungsfeld*, Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller 2007, 110 S.

Eickhoff, Mechthild: »Das undenkbare Denken. Bildungsräume durch Kunst und Kultur«, in: *infodienst Kulturpädagogische Nachrichten*, Heft 83 (2007), S. 12–13

Ermert, Karl (Hrsg.): *Kulturelle Bildung und Schule – Netzwerke oder Inseln? Herausforderungen für Praxis, Theorie und Politik*, Wolfenbüttel: Bundesakademie für Kulturelle Bildung (Wolfenbütteler Akademie-Texte, 28) 2007, 112 S.

Franke, Annette: *Aktuelle Konzeptionen der ästhetischen Erziehung*, München: M-Press Meidenbauer (Forum Erziehungswissenschaften, 5) 2007, 388 S.

Frömming, Werner: »Aufbruch gestalten«, in: *infodienst Kulturpädagogische Nachrichten*, Heft 85 (2007), S. 40–41

Fuchs, Max/Bäßler, Kristin/Petersen, Udo: »Kulturelle Bildung«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 6/2007, S. 10–12

Fuchs, Max/Lang, Thomas u. a.: »Kulturelle Bildung«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 2/2007, S. 30–32

Funken, Wolfgang: *Kunst an Schulen in Düsseldorf*, Düsseldorf: Droste (Quellen und Forschungen zur Geschichte des Niederrheins, 8) 2007, 311 S.

Göhmann, Lars: »Kulturelle Bildung als Lebenskunst. Über die Nachhaltigkeit von Kunst und Kultur«, in: *Kulturelle Bildung*, Heft 1/2007, S. 17–19

Göttlicher, Gunilla: »Jugend und Kunst: Reclaim the Arts! Ein Projekt von Jugendlichen für Jugendliche«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 117 (II/2007), S. 66–67

Hitzler, Rona ld/Pfadenhauer, Michael: »Lernen in Szenen. Über die ›andere‹ Jugendbildung«, in: *Journal der Jugendkulturen*, Heft 12/2007, S. 53–58

Hübner, Kerstin: »Engagiert in der Kultur. Wechselwirkungen zwischen freiwilligem Engagement, lebenslangem Lernen und kultureller Bildung«, in: *Kulturelle Bildung*, Heft 1/2007, S. 13–16

Hüser-Granzow, Susanne Mariyam: *Kunst statt Strafe. Eine dialogische Betrachtung der ästhetischen Arbeit in der sozialen Arbeit am Beispiel einer Bildhauerwerkstatt für straffällig gewordene Jugendliche*, Stuttgart: Ibidem-Verlag 2007, 133 S.

Ickstadt, Heinz: »Die neue Universität der Exzellenz. Globalisierung, Interdisziplinarität und American Studies«, in: *Kritische Berichte*, Heft 2/2007, S. 45–53

Kämpf, Andreas: »Für eine tatsächliche Partnerschaft von Kunst und Schule«, in: *LAKS-Info*, Heft 44 (2007), S. 9–10

Kamp, Peter: »Wegmarken für ein Modell-Land«, in: *infodienst Kulturpädagogische Nachrichten*, Heft 85 (2007), S. 22–24

Kelb, Viola (Hrsg.): *Kultur macht Schule. Innovative Bildungsallianzen – Neue Lernqualitäten*, München: kopaed (Kulturelle Bildung, 3) 2007, 216 S.

Keuchel, Susanne/Zentrum für Kulturforschung (Hrsg.): *Kulturelle Bildung in der Ganztagsschule. Eine aktuelle empirische Bestandsaufnahme*, Bonn: ARCult Media 2007, 263 S.

Keuchel, Susanne/Aescht, Petra/Zentrum für Kulturforschung (Hrsg.): *Hoch hinaus. Potenzialstudie zu Kinder- und Jugendkulturprojekten, Kurzfassung*, Frankfurt am Main: PwC-Stiftung »Jugend – Bildung – Kultur« 2007, 133 S.

Keuchel, Susanne: »Kulturelle Bildung in der Provinz«, in: *INTHEGA Kulturjournal*, Heft 4/2007, S. 5–8

Keupp, Heiner: »Teilhabe und Zivilgesellschaft. Ressourcen zur produktiven Lebensbewältigung«, in: *Kulturelle Bildung*, Heft 1/2007, S. 9–12

Kirschenmann, Johannes: »Bedeutungskonstruktion im Pendeln zwischen den Bildern. Zur ästhetischen Bildung nach PISA«, in: *BDK-Mitteilungen*, Heft 1/2007, S. 7–10

Klepacki, Leopold: *Die Ästhetik des Schultheaters. Pädagogische, theatrale und schulische Dimensionen einer eigenständigen Kunstform*, Weinheim, München: Juventa 2007, 240 S.

Krainer, Larissa (Hrsg.): *Kulturelle Nachhaltigkeit. Konzepte, Perspektiven, Positionen*, München: Oekom-Verlag 2007, 440 S.

Kröger, Franz: »Gipfelstürmer. KSL-Kampagne ›Kinder zum Olymp‹ geht in die 3. Runde«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 118 (III/2007), S. 62–63

Kubasa, Nicole: *Zeitgenössische Künstlerinnen in Kindertagesstätten- eine Chance für die kulturelle Bildung? Evaluation des Projektes ›Mobiles Atelier‹ als Fortbildungsmodell für Kita-Erzieherinnen*, Hildesheim: Universität 2007, 94 S.

Kunert-Schroth, Heidrun: »Kommunale Bildungssteuerung. Zur Planung von Schule und Bildung im Stadtteil«, in: *difu-Berichte*, Heft 1/2007, S. 8–9

Landtag Baden-Württemberg: »Stand und Entwicklung der Theater- und Kulturpädagogik in BW. Große Anfrage der Fraktion GRÜNE und Antwort der Landesregierung«, Stuttgart: *Drucksache* 14/1310 (Große Anfrage vom 23.5.07), 25 S.

Laschet, Armin/Grosse-Brockhoff, Hans-Heinrich/Sommer, Barbara: »Kreatives Potenzial junger Menschen wecken! Welches Projekt oder welche Einrichtung kultureller Kinder– oder Jugendbildung hat Sie in jüngster Zeit beeindruckt?«, in: *infodienst Kulturpädagogische Nachrichten*, Heft 85 (2007), S. 12–19

Leyen, Ursula von der: »Vom neuen Dialog der Generationen. Kulturelle Bildung in Zeiten des demografischen Wandels«, in: *kultur – kompetenz – bildung*, Heft 8/2007, S. 1–2

Lindner, Werner: »Kulturelle Bildung als Klammer. Zur Bedeutung der neuen Trias von Kultur, Jugend und Schule«, in: *infodienst Kulturpädagogische Nachrichten*, Heft 83 (2007), S. 9–11

Lindner, Werner: »Kulturpädagogische Praxis und ihr Mehrwert«, in: *infodienst Kulturpädagogische Nachrichten*, Heft 84 (2007), S. 11–14

Lowinski, Felicitas: *Bewegung im Dazwischen. Ein körperorientierter Ansatz für kulturpädagogische Projekte mit benachteiligten Jugendlichen*, Bielefeld: Transcript 2007, 243 S.

Maedler, Jens (Hrsg.): *TeilHabeNichtse. Chancengerechtigkeit und kulturelle Bildung*, München: kopaed (Kulturelle Bildung, 4) 2007, 216 S.

Mandel, Birgit: »Jedes Kind braucht Kunst«, in: *infodienst Kulturpädagogische Nachrichten*, Heft 85 (2007), S. 44–45

Niedersächsischer Landtag: »Das geplante Verbot von sogenannten Killerspielen. Antwort des MI auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen«, Hannover: *Drucksache* 15/3678 (15.3. 2007), 13 S.

Niedersächsischer Landtag: »Die Killerspiele, das Strafrecht und der Jugendschutz: Weiß die Landesregierung eigentlich, dass sie bereits heute gegen Killerspiele strafrechtlich vorgehen kann? Antwort des MI auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten der SPD«, Hannover: *Drucksache* 15/3762 (20.4.2007), 7 S.

Niehoff, Rolf (Hrsg.): *Denken und Lernen mit Bildern. Interdisziplinäre Zugänge zur ästhetischen Bildung*, München: kopaed (Kontext Kunstpädagogik, 12) 2007, 335 S.

Papst, Joachim: *Kulturelle Bildung und Innovation. Bildungspotenzial für eine Entwicklung von Innovativität*, Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller 2007, 116 S.

Pinetzki, Katrin: »Das dichtende Klassenzimmer. Das Landes-Programm ›Kultur und Schule‹ hilft wiederentdecken, dass jedes Kind ein Künstler ist«, in: *K.West*, Heft 2/2007, S. 2–4

Schavan, Annette: »Eine neue Lernkultur ist gefragt«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 1/2007, S. 1–2

Schorn, Brigitte: »Ein wertvolles Instrument. Der Kompetenznachweis Kultur macht die Wirkungen kultureller Bildungsarbeit sichtbar«, in: *kultur – kompetenz – bildung*, Heft 12/2007, S. 9–10

Schwarzbauer, Michaela (Hrsg.): *Polyästhetik im 21. Jahrhundert. Chancen und Grenzen ästhetischer Erziehung. Tagungsband des 24. Polyaisthesis-Symposions auf Schloss Goldegg*, Frankfurt am Main: Lang (Polyästhetik und Bildung, 5) 2007, 252 S.

Selle, Gert: *Ästhetische Erziehung oder Bildung in der zweiten Moderne? Über ein Kontinuitätsproblem didaktischen Denkens*, Hamburg: Universitäts Press 2007, 42 S.

Serviceagentur »Ganztägig lernen in NRW«: *QUIGS Qualitätsentwicklung in Ganztagsschulen. Grundlagen, praktische Tipps und Instrumente*, Münster: Institut für soziale Arbeit e. V. (Der GanzTag in NRW – Beiträge zur Qualitätsentwicklung, 4), 64 S. (Online im Internet: URL: http://www.ganztag-nrw.de/upload/pdf/quigs/QUIGS_Handreichung.pdf [Stand 22.4.2008])

Staatskanzlei Nordrhein-Westfalen: *Kultur und Schule. Das Magazin zum NRW-Landesprogramm 2006/2007*, Düsseldorf: Selbstverlag 2007, 52 S. (abrufbar unter: http://www.kultur.nrw.de/de/home/mediadatabase/mag_1_4_06_07.pdf)

Steiner, George: »Bildungsideale. Plädoyer für ein neues Curriculum aus Mathematik, Musik, Architektur und Genetik. Provisorische Vorschläge zu einer verrückten Utopie«, in: *Lettre International*, Heft 77 (Sommer 2007), S. 70–75

Sturzenhecker, Benedikt: »›Politikferne‹ Jugendliche in der Kinder- und Jugendarbeit«, in: *aus politik und zeitgeschichte*, Heft 32-33/2007, S. 9–14

Weyers, Stefan/Pinhard, Inga/Andresen, Sabine (Hrsg.): *Erziehung – Ethik – Erinnerung. Pädagogische Aufklärung als intellektuelle Herausforderung*, Weinheim: Beltz 2007, 251 S.

Witte, Rolf: »Auf der Suche nach dem ›Praxisfeld Kulturelle Bildung‹ in der EU«, in: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.): *Jahrbuch für Kulturpolitik 2007, Thema: Europäische Kulturpolitik*, Bonn/ Essen: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft e. V./Klartext 2007, S. 357–361

Zacharias, Wolfgang: »Das ›Münchner Modell‹«, in: *infodienst Kulturpädagogische Nachrichten*, Heft 85 (2007), S. 42–43

Zacharias, Wolfgang: »Lebenskunst Lernen. Revival und Reformulierung eines Leitbildes fürs 21. Jahrhundert?«, in: *Kulturelle Bildung*, Heft 1/2007, S. 5–7

Zilleßen, Dietrich: »Ästhetische Bildung. Nachdrücklichkeiten über Kunst, Ethik und Religion« (documenta 12 Spätlese), in: *Kunst und Kirche*, Heft 4/2007, S. 17–22

5.11 Archive

Der Archivar. Mitteilungsblatt für das deutsche Archivwesen, Düsseldorf: Nordrhein-Westfälisches Hauptstaatsarchiv (viermal jährlich)

Bracht, Christian: »Bildarchiv Foto Marburg. Deutsches Dokumentationszentrum für Kunstgeschichte«, in: *Rundbrief Fotografie*, Heft 1/2007, S. 15–19

Brüdegam, Julia/Eder, Hendrik/Mummenthey, Irmgard: »Die gefühlte Misere in greifbaren Zahlen: Schriftgutverwaltung in der Freien und Hansestadt Hamburg. Ausgangssituation – Standards – Perspektiven«, in: *Der Archivar*, Heft 1/2007, S. 29–33

Coutaz, Gilbert u. a. (Hrsg.): *Archivpraxis in der Schweiz/ Pratiques archivistiques en Suisse*, Baden (CH): hier + jetzt 2007, 430 S.

DIN Deutsches Institut für Normung e. V. (Hrsg.): *Bestandserhaltung in Archiven und Bibliotheken*, Berlin: Beuth 2007, 267 S.

Gössi, Anton (Hrsg.): *Archivbauten in der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein 1899–2009*, Baden (CH): hier + jetzt 2007, 251 S.

Grabe, Wilhelm: »›Stadt, Land, Fluss‹ – Kommunalarchive und regionale Identitätsstiftung«, in: *Archivpflege in Westfalen und Lippe*, Heft 67 (2007), S. 20–23

Heeg, Jürgen/Balz, Kristin: *Bücher brauchen Paten. Aktion Buchpatenschaften 2005/2006, eine Initiative der Universitätsbibliothek Rostock zur Erhaltung des schriftlichen Kulturguts*, Rostock: Universität (Veröffentlichungen der Universitätsbibliothek Rostock, 138) 2007, 96 S.

Herrmann, Hans-Christian: »Der schwierige Weg der Archivpädagogik in den neuen Ländern – ein Werkstattbericht aus dem Staatsarchiv Leipzig«, in: *Der Archivar*, Heft 2/2007, S. 151–153

Jehn, Mathias: »Kooperation als Erfolgsgarantie. Überblick über Fragen und Strategien der digitalen Langzeitarchivierung in Europa«, in: *Zeitschrift für Bibliothekswesen und Bibliographie*, Heft 6/2007, S. 341–346

Jehn, Mathias: »Das digitale Gedächtnis der Informationsgesellschaft. Überblick über Fragen und Strategien der Langzeitarchivierung«, in: *Buch und Bibliothek*, Heft 7–8/2007, S. 534–537

Katernberg, Jutta: »Vom Stadtarchiv zur Kultur-GmbH? Datenschutzrechtliche Überlegungen zur Privatisierung kommunaler Archive in Nordrhein-Westfalen«, in: *Auskunft*, Heft 1/2007, S. 58–67

Ketelaar, Eric: »Archive im digitalen Zeitalter: ›New Uses for an Old Science‹«, in: *Archivpflege in Westfalen und Lippe*, Heft 1/2007, S. 4–11

Kretzschmar, Robert (Red.): *Das deutsche Archivwesen und der Nationalsozialismus. 75. Deutscher Archivtag 2005 in Stuttgart*, Essen: Klartext (Tagungsdokumentationen zum Deutschen Archivtag, 10) 2007, 539 S.

Landschaftsverband Westfalen-Lippe/LWL-Archivamt für Westfalen (Red.: Gunnar Teske): *Bau und Einrichtungen von Archiven. Erfahrungen und Beispiele aus Westfalen*, Münster: Selbstverlag (Texte und Untersuchungen zur Archivpflege, 20) 2007, 143 S.

Oldenhage, Klaus: »Archivrecht in der Informationsgesellschaft – Europäische und deutsche Perspektiven«, in: *Archivpflege in Westfalen und Lippe*, Heft 1/2007, S. 11–16

Osten, Manfred: »Sind wir eine Gesellschaft des Vergessens? Digitale Speicher und die Erosion des kulturellen Gedächtnisses«, in: *Neue Gesellschaft/Frankfurter Hefte*, Heft 6/2007, S. 58–60

Ries, Marc: »Archiv Museum Dispositiv«, in: *Ästhetik & Kommunikation*, Heft Sommer 2007, S. 55–58

Simon, Ute (Red.): *Das Bundesarchiv. Dienstleister für Forschung, Öffentlichkeit und Verwaltung*, München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag 2007, 127 S.

Vogel, Hans-Josef: »Der Dauersturm des Wandels und die Zukunft der Archive«, in: *Archivpflege in Westfalen und Lippe*, Heft 67 (2007), S. 4–5

5.12 Baukultur

Arch+. Zeitschrift für Architektur und Städtebau, Aachen: Archplus Verlag (vierteljährlich)

Baukultur. Verbandszeitschrift des DAI, Berlin: Verband Deutscher Architekten- und Ingenieurvereine e. V. (zweimonatlich)

Akademie der Künste, Berlin (Hrsg.): *Stadt-Raum. Orte sozialer Raumbildungen, Dokumentation des Symposiums Modelle Urbaner Raum-Bildungen, 25.–27. November 2005, Akademie der Künste, Berlin im Rahmen des Projekts Raum, Orte der Kunst*, Berlin: Selbstverlag 2007, 136 S.

Bunzel, A./Coulmas, D./Schmidt-Eichstaedt, G.: *Städtebauliche Verträge – ein Handbuch*, Berlin: Deutsches Institut für Urbanistik (Edition Difu – Stadt Forschung Praxis, 2) 2007, 400 S. (dritte, aktualisierte und erweiterte Auflage)

Bunzel, Arno: »Städtebauliche Verträge vor den Vergabegerichten – Ende des kooperativen Städtebaus?«, in: *difu-Berichte*, Heft 4/2007, S. 2–3

Denk, Andreas: »Spezifik des Augenblicks«, in: *plan*, Heft 7/2007, S. 14–17

Europäisches Haus der Stadtkultur e. V., hrsg. für die Landesinitiative StadtBauKultur NRW: *Orte der Arbeit. Die gestalterische Aufwertung von Gewerbegebieten*, Gelsenkirchen: Europäisches Haus der Stadtkultur e. V. (Werkstattbericht, 5) 2007, 60 S.

Halfmann, Martin/Joeressen, Uta/Scheer, Thorsten (Hrsg.): *Baukultur in NRW 2008*, Köln: Buchhandlung König 2007, 144 S.

Hanhörster, Heike/Reimann, Bettina: *Evaluierung der Partizipation im Rahmen der Berliner Quartiersverfahren. Gutachten unter besonderer Berücksichtigung der Aktivierung von Berlinerinnen und Berlinern mit migrantischer Herkunft*, Berlin: Deutsches Institut für Urbanistik 2007, 120 S.

Sander, Robert: »Baukultur: Qualitätssicherung für Architektur und Städtebau«, in: *der städtetag*, Heft 1/2007, S. 24–27

Sturm, Hermann: *Industriearchitektur als Kathedralen der Arbeit. Geschichte & Gegenwart eines Mythos*, Essen: Klartext 2007, 208 S.

Weeber, Rotraut/Weeber, Hannes: *Baukultur! Planen und Bauen in Deutschland*, Berlin: Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung 2007, 72 S.

6 Weitere kulturpolitische Themen und Felder

6.1 Interkulturelle Kulturarbeit

Amirsedghi, Nasrin (Hrsg.): *Die sieben Dimensionen. Ästhetische Bildung als Mittel zur Integration*, Mainz: DIA 2007, 351 S.

Antor, Heinz (Hrsg.): *Fremde Kulturen verstehen – fremde Kulturen lehren. Theorie und Praxis der Vermittlung interkultureller Kompetenz*, Heidelberg: Winter (Anglistische Forschungen, 376) 2007, 255 S.

Asar, Mevlüt: »Schreiben in der Fremde. Notizen über türkisch-sprachige Literatur in Deutschland«, in: *Die Brücke*, Heft 1/2007, S. 50–52

Bade, Klaus J.: »Nationaler Integrationsplan und Aktionsplan Integration NRW. Aus Erfahrung klug geworden?«, in: *Zeitschrift für Ausländerrecht und Ausländerpolitik*, Heft 9/2007, S. 307–315

Bäßler, Kristin: »Heimat zwischen den Kulturen. Eine Studie des Instituts für Kulturpolitik«, in: *kultur – kompetenz – bildung*, Heft 11/2007, S. 3–4

Baran, Riza: »Migrationskinder und Schule. Chance und Herausforderung – muttersprachlicher Unterricht als Baustein zur interkulturellen Bildung«, in: *Die Brücke*, Heft 2/2007, S. 46–48

Barth, Wolfgang: »Mehr Kunst – nicht nur, aber auch für unsere Kinder. Bildungssystem in einer Einwanderungsgesellschaft«, in: *INTHEGA Kulturjournal*, Heft 3/2007, S. 14–17

Beck, Sebastian: »Migranten-Milieus. Erste Erkenntnisse über Lebenswelten und wohnungsmarktspezifische Präferenzen von Personen mit Migrationshintergrund in Deutschland«, in: *Forum Wohneigentum*, Heft 4/2007, S. 182–195

Beer, Ingeborg: »›Integration‹ heißt gleichberechtigte Teilhabe an der Stadt. Segregierte Quartiere brauchen vielfältige Netze und Brücken«, in: *Forum Eigentum*, Heft 8/2007, S. 252–254

Bonfadelli, Heinz: »Stereotyp tendenziell negativ«, in: *terra cognita*, Heft 11/2007, S. 14–17

Bremische Bürgerschaft: »Mediennutzung und Integration von Migrantinnen und Migranten. Antwort des Senats auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten der Fraktion Bündnis90/Die Grünen«, Bremen: *Drucksache* 17/36 (4.9.2007), 4 S.

Bucher, Priska/Hermann, Thomas: »Medienghetto oder Integrationshilfe?«, in: *terra cognita*, Heft 11/2007, S. 52–55

Bundesministerium für Bildung und Forschung (Hrsg.): *Anforderungen an Verfahren der regelmäßigen Sprachstandsfestellung als Grundlage für die frühe und individuelle Förderung von Kindern mit und ohne Migrationshintergrund*, Bonn: Selbstverlag (BMBF Publik, 11) 2007, 374 S.

Corvin, Matthias: »Dialog der Kulturen. Bonner Symposium ›Mix it!‹ beschäftigte sich mit Kindern und Jugendlichen mit Migrationshintergrund in Musikprojekten«, in: *Musik und Bildung*, Heft 1/2007, S. 72–73

Ebert, Johannes (Hrsg.): *MIDAD. Das deutsch-arabische Stadtschreiberprojekt*, Heidelberg: Palmyra 2007, 320 S.

Engel, Silke/Dobbin, Julia: *Interkulturelle kommunikative Kompetenz*, Hagen: Fernuniversität 2007, 102 S.

Engin, Havva: »Was Kunst bewirken kann. Chancen der Kunst in der interkulturellen Bildung«, in: *infodienst Kulturpädagogische Nachrichten*, Heft 84, 2007, S. 26–27

Esch, Christian: »Transfer Türkiye–NRW 2005–2007. Ein Abenteuer mit Perspektiven«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV/2007), S. 63–64

Fachforum Kultur: »Förderpolitik – Intercultural Budgeting in der Kulturarbeit«, in: *LAKS-Info*, Heft 43 (Januar 2007), S. 8–9

Forum der Kulturen Stuttgart e. V.: »Stuttgarter Impulse zur kulturellen Vielfalt«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 116 (I/2007), S. 62–63

Forum der Kulturen Stuttgart e. V. (Hrsg.): *1. Bundesfachkongress Interkultur. Fachforum zum interkulturellen und interreligiösen Dialog. Dokumentation*, Stuttgart: Forum der Kulturen Stuttgart e. V. 2007, 120 S.

Frank, Sabine/Schwarz, Isabell: »Das Europäische Jahr des Interkulturellen Dialogs (EYID). Eine Herausforderung für zivilgesellschaftliche Akteure«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV/2007), S. 70–71

Frei, Marco: »Die Heimat in der Fremde. Ausländische und immigrierte Orchester in Deutschland«, in: *Das Orchester*, Heft 2/2007, S. 8–13

Geiger, Klaus F.: *Bekannte Fremde. Geschichten aus dem interkulturellen Alltag*, Frankfurt am Main: IKO (Edition ZeitReise) 2007, 100 S.

Graser, Rolf: »Mehr Interkultur in der Soziokultur? Einige Überlegungen vor dem Hintergrund des ›1. Bundesfachkongresses Interkultur‹ in Stuttgart«, in: *LAKS-Info*, Heft 43 (Januar 2007), S. 4–6

Grünewald Steiger, Andreas/Klages, Rita (Hrsg.): *Forum Kultur: Die Praxis der Interkultur*, Wolfenbüttel: Bundesakademie für kulturelle Bildung (Wolfenbütteler Akademie-Texte, 30) 2007, 130 S.

Halm, Dirk/Sauer, Martina: *Bürgerschaftliches Engagement von Türkinnen und Türken in Deutschland*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2007, 206 S.

Hammeran, Regine/Baspinar, Deniz/Simon, Erk: »Selbstbild und Mediennutzung junger Erwachsener mit türkischer Herkunft. Ergebnisse einer qualitativen Studie«, in: *Media Perspektiven*, Heft 3/2007, S. 126–135

Hecht-el-Minshawi, Béatrice/Berninghausen, Jutta: *Interkulturelle Kompetenz. Managing cultural diversity*, Frank-

furt am Main: IKO (Studien zu interkulturellem Management und Diversity, 2) 2007, 283 S.

Heitmeyer, Wilhelm: »Individuelle Desintegrationsprozesse und gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit. Ihre Relevanz für sozialräumliche Entwicklungen«, in: *Forum Wohneigentum*, Heft 4/2007, S. 171–176

Huth, Susanne: »Bürgerschaftliches Engagement von Migrantenselbstorganisationen. Integrationsfördernd oder -hemmend?«, in: *Forum Wohneigentum*, Heft 3/2007, S. 70–78

Huth, Susanne: »Bürgerschaftliches Engagement von Migrantinnen und Migranten«, in: *Forum Wohneigentum*, Heft 4/2007, S. 203–206

Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.): *Beheimatung durch Kultur. Kulturorte als Lernorte interkultureller Kompetenz*, Essen: Klartext (Dokumentation, 66) 2007, 397 S.

Jerman, Tina (Hrsg.): *Kunst verbindet Menschen. Interkulturelle Konzepte für eine Gesellschaft im Wandel*, Bielefeld: transcript 2007, 264 S.

Kröger, Franz: »›Kulturpolitik muss ihren Beitrag zur Integration leisten!‹. BMBF-Tagung zur interkulturellen Bildung stieß auf große Resonanz«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV/2007), S. 66–67

Krüger-Potratz, Marianne: *Interkulturelle Bildung*, Hagen: Fernuniversität 2007, 248 S.

Landeszentrale für politische Bildung Thüringen (Hrsg.): *Interkulturelle Kompetenz*, Erfurt: Selbstverlag 2007, 124 S.

Mühlfeld, Emily: *Integration durch Kultur. Wie der Kulturkanal Arte seine Zuschauer zu Europäern macht*, Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller 2007, 133 S.

Ott, Thomas: »Immigrantenkinder im Musikunterricht«, in: *die politische Meinung*, Heft 7/2007, S. 45–50

Ott, Thomas: »›Vitaminstöße‹ aus der Fremde. Musikunterricht für Immigratenkinder«, in: *Musikforum*, Heft 2/2007, S. 26–29

Otten, Matthias/Scheitza, Alexander/Cnyrim, Andrea (Hrsg.): *Interkulturelle Kompetenz im Wandel*. Band 1: *Grundlegungen, Konzepte und Diskurse*, Frankfurt am Main: IKO (SIETAR Deutschland – Beiträge zur interkulturellen Zusammenarbeit, 1) 2007, 328 S.

Prüfer, Roland: »Interkulturelle Kompetenz (in) der Bundeswehr?! Zur kulturpolitischen Dimension des Militärs im Dialog der Kulturen«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 116 (I/2007), S. 60–61

Rötters, Hans-Gerhard: »Interkulturelle Zentren bauen Brücken. Integration von Zuwanderern in der Stadt Moers«, in: *Stadt und Gemeinde interaktiv*, Heft 10/2007, S. 389–390

Sinus Sociovision: *Die Milieus der Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland. Zentrale Ergebnisse einer qualitativen sozialwissenschaftlichen Untersuchung*, 5 S. (Online im Internet: URL: http://www.sinus-sociovision.de/Download/Zentrale_Ergebnisse_16102007.pdf [Stand 16.11.2007]

Stahl, Helmut/Heller, Edmund: »Integration braucht Identifikation«, in: *die politische Meinung*, Heft 7/2007, S. 11–17

Sternberg, Thomas: »Moscheenbau und Identität«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV/2007), S. 10–11

Straub, Jürgen/Weidemann, Arne/Weidemann, Doris (Hrsg.): *Handbuch interkulturelle Kommunikation und Kompetenz. Grundbegriffe – Theorien – Anwendungsfelder*, Stuttgart: J.B. Metzler 2007, 834 S.

Thüringer Landtag: »Integrationspolitik in Thüringen. Antwort des Innenministeriums auf die Große Anfrage der CDU«, Erfurt: *Drucksache* 4/3232 (1.8.2007), 48 S.

Thüringer Landtag: »Situation der Migrantinnen und Migranten in Thüringen. Antwort des Innenministeriums auf die Große Anfrage der SPD«, Erfurt: *Drucksache* 4/3243 (6.8.2007), 35 S.

Trebbe, Joachim/Weiß, Hans-Jürgen: »Integration als Mediennutzungsmotiv? Eine Typologie junger türkischer Erwachsener in Nordrhein-Westfalen«, in: *Media Perspektiven*, Heft 3/2007, S. 136–141

Ugowski, Katharina: »Der Nationale Integrationsplan«, in: *Archiv für Wissenschaft und Praxis der sozialen Arbeit*, Heft 3/2007, S. 30–36

Viehoff, Rita: »›Brücken schlagen‹. Zum Stand des kommunalen Handlungskonzepts Interkultur in Hagen«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 117 (II/2007), S. 68–69

Wernstadt, Rolf/John, Marei: *Zusammen. Leben. Lernen. Bildungssystem in einer Einwanderungsgesellschaft, Dokumentation der Sitzung des Netzwerk Bildung vom 8. Februar 2007*, Berlin: Friedrich-Ebert-Stiftung 2007, 65 S.

Witte, Rolf: »Die Zukunft ist multiethnisch und interkulturell. Kulturelle Vielfalt und interkulturelles Lernen in kulturpädagogischen Praxisfeldern«, in: *kultur – kompetenz – bildung*, Heft 8/2007, S. 7–8

Zambonini, Gualtiero: »Integration als Unternehmensziel«, in: *terra cognita*, Heft 11/2007, S. 64–67

6.2 Kultur und Nachhaltigkeit

eins Entwicklungspolitik Information Nord-Süd, Frankfurt am Main: Verein zur Förderung der entwicklungspolitischen Publizistik e. V. (zwei Mal monatlich)

Brocchi, Davide: »Die kulturelle Dimension der Nachhaltigkeit. Alias: Von einer Kulturökonomie zu einer Kulturökologie«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 117 (II/2007), S. 82–84

Gad, Daniel/Frenzel, Lutz/Pakleppa, Hans/Malisius, Ulrich/Blauth, Rudolf/Sareika, Rüdiger/Holtz, Uwe/Kramer, Dieter/Thiel, Reinold E./Wagner, Bernd/Kröger, Franz: *Kultur und Kunst für nachhaltige Entwicklung. Manifest für eine enge Zusammenarbeit zwischen Auswärtiger Kulturpolitik und Entwicklungspolitik*, Münster: Pan y Arte e. V. 2007, 6 S.

Leicht, Alexander/Plum, Jacqueline (Hrsg.): *Kulturelle Bildung und Bildung für nachhaltige Entwicklung*, Sankt Augustin/Berlin: Konrad-Adenauer-Stiftung/Deutsche UNESCO-Kommission 2007, 53 S.

Leist, Anton: »Ökologische Gerechtigkeit als bessere Nachhaltigkeit«, in: *aus politik und zeitgeschichte*, Heft 24/2007, S. 3–10

Luger, Kurt/Wöhler, Karlheinz (Hrsg.): *Welterbe und Tourismus. Schützen und Nützen aus einer Perspektive der Nachhaltigkeit*, Innsbruck: Studien 2007, 520 S.

Mozart 2006 Salzburg/Robert-Jungk-Bibliothek für Zukunftsfragen (Hrsg.): *Sustainable Mozart. Kunst, Kultur und Nachhaltigkeit*, Salzburg: JBZ-Verlag 2007, 224 S.

Zizek, Slavoj: »Unbehagen in der Natur. Warum unser Realitätsglaube uns blind macht für die Umweltkrise?«, in: *Lettre International*, Heft 78 (Herbst, 2007), S. 60–67

6.3 Events, Festivals, Freizeitkultur, Tourismus

»›Der Besuch einer Kultureinrichtung verliert immer mehr an gesellschaftlicher Relevanz‹. Interview mit Susanne Keuchel vom Bonner Zentrum für Kulturforschung«, in: *K.West*, Heft 2/2007, S. 8–11

Barber-Kersovan, Alenka: »Von der Musik in der Stadt zur Musikstadt. ›Creative Cities‹ setzen in ihrem Stadtmarketing immer mehr auf Musik«, in: *Musikforum*, Heft 4/2007, S. 22–25

Bößert, Inken: »Kulturtouristen – eine vielfältige Zielgruppe«, in: *Museum aktuell*, Heft 9/2007, S. 35–37

Egger, Roman/Herdin, Thomas (Hrsg.): *Tourismus: Herausforderung: Zukunft*, Wien: Lit (Wissenschaftliche Schriftenreihe des Zentrums für Tourismusforschung – Salzburg, 1) 2007, 673 S.

Gries, Ulrich: *Bausteine für den Kulturtourismus? Erhaltungs- und Inwertsetzungsperspektiven für das Erbe der Zehdenicker Ziegelindustrie*, Trier: Universität 2007, 408 S.

Grünewald Steiger, Andreas/Brunotte, Jörn (Hrsg.): *Forum Kultur: Kulturtourismus. Qualität kultivierten Reisens*, Wolfenbüttel: Bundesakademie für kulturelle Bildung (Wolfenbütteler Akademie-Texte, 32) 2007, 156 S.

Kelm, Rüdiger (Hrsg.): *Von der Landschaftsgeschichte zur touristischen Zukunft. Entwicklung von Kultur- und Naturtourismus als Chance für den ländlichen Raum. 6. Albersdorfer Kolloquium vom 23. April 2007 im Albersdorfer Bürgerhaus*, Heide: Boyens (Albersdorfer Forschungen zur Archäologie und Umweltgeschichte, 4) 2007, 88 S.

Klahn, Andrej: »Wir sind dann schon mal weg! Nicht nur aus demografischen Gründen: Publikumsnachwuchs in Konzert-, Opern- und Schauspielhäusern ist rar«, in: *K.West*, Heft 2/2007, S. 5–7

Köhler, Sindy: *Künstliche Erlebniswelten: Eine kommentierte Bibliographie*, Frankfurt am Main u. a.: Peter Lang 2007, 280 S.

Lucas, Rainer (Hrsg.): *Zukunftsfähiges Eventmarketing. Strategien, Instrumente, Beispiele*, Berlin: E. Schmidt (Kulturkommerz, 14) 2007, 271 S.

Ottomeyer, Hans: »Der Alltag ist eingekehrt. König Fußball und die nationale Choreografie«, in: *die politische Meinung*, Heft 2/2007, S. 15–16

Puhan-Schulz, Franziska: »Kunst im öffentlichen Raum. Betrachtung anlässlich des diesjährigen Kunstsommers«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 118 (III/2007), S. 12–13

Reinelt, Helmut: »Grenzgänge zwischen Kunst, Technik und Gesellschaft. Die Ars Electronica in Linz«, in: *Junge_Kunst*, Heft 73 (2007), S. 17–19

Riepertinger, Rainhard: »Die Bayerischen Landesausstellungen: Zugpferde für Kultur und Tourismus«, in: *Museum aktuell*, Heft 9/2007, S. 49–51

Sautter, Sabine (Hrsg.): *Abenteuer Kultur. Erlebnisorientierte Methoden in der Kulturarbeit. Ein Praxisbuch für freiwillig Engagierte*, Neu-Ulm: AG SPAK (Materialien der AG SPAK, M 206) 2007, 153 S.

Schöllhammer, Georg: *documenta 12. Magazine N° 1–3 Reader*, Köln: Taschen 2007, 671 S.

Spängler, Heinrich: »Das Beispiel ›Salzburger Festspiele‹«, in: Mozart 2006 Salzburg/Robert-Jungk-Bibliothek für Zukunftsfragen (Hrsg.): *Sustainable Mozart, Kunst, Kultur und Nachhaltigkeit*, Salzburg: Robert-Jungk-Bibliothek für Zukunftsfragen 2007, S. 139–142

Stamm, Torsten: »Stadtprofile oder chronische Festivalitis. Zur Bedeutung der Festkultur für die Stadtentwicklung«, in: *planerin*, Heft 1/2007, S. 39–41

Steinecke, Albrecht: *Kulturtourismus. Marktstrukturen, Fallstudien, Perspektiven*, München/Wien: Oldenbourg 2007, 396 S.

Zimmer, Annette: *Vereine – Zivilgesellschaft konkret*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2007, 242 S., 2. Aufl.

6.4 Kultur und Kunst als Beruf

Bahrs, Ute: »Die Ausbildung Fachangestellte/r für Medien- und Informationsdienste (FaMI) – Fachrichtung Bibliothek«, in: *bibliotheken heute*, Heft 1/2007, S. 11–15

Baumann, Sabine/Pelz, Bettina (Hrsg.): *Professionalisierung: Konzepte in den Künsten*, Wolfenbüttel/Bremen: Bundesakademie für Kulturelle Bildung/Hochschule für Künste Bremen (Wolfenbütteler Akademie-Texte, 29) 2007, 92 S.

Buschle, Nicole/Klein-Klute, Axel: »Freie Berufe in Deutschland. Ergebnisse der Einkommensteuerstatistik 2001«, in: *Wirtschaft und Statistik*, Heft 11/2007, S. 1087–1095

Dahmen, Udo: »Kreativer Gemischtwarenladen. Junge Musiker müssen lernen, den unterschiedlichsten Möglichkeiten des Marktes nachzugehen«, in: *Musikforum*, Heft 1/2007, S. 32–33

Deutscher Bühnenverein (Hrsg.): *Berufe am Theater*, Köln: DruckZentum Köln West 2007, 61 S. (6. überarbeitete Auflage)

Gembris, Heiner: »Von der Musikhochschule auf den Arbeitsmarkt ... und dann?«, in: *Musikforum*, Heft 1/2007, S. 19–21

Greifeneder, Elke: »Magisterstudenten auf dem Abstellgleis. Fähigkeiten und Einsatzmöglichkeiten von Absolventen der Bibliotheks- und Informationswissenschaft«, in: *Bibliotheksdienst*, Heft 6/2007, S. 624–629

Herdlein, Hans: »Bundesarbeitsgericht Erfurt. Kurswechsel um 180 Grad«, in: *bühnengenossenschaft*, Heft 10/2007, S. 4–5

Huber, Laila: »›Resistance is fertile :: resistance is futile‹. Oder: vom Arbeitskampf der VigilantInnen im Grazer Kunstbetrieb«, in: *Kulturrisse*, Heft 1/2007, S. 40–43

Jánszky, Sven Gábor: »Musik der Zukunft ist Dienstleistung«, in: *Musikforum*, Heft 1/2007, S. 40–42

Karmeier, Hartmut: »Orchestermusiker – Berufsbild mit Zukunft«, in: *Musikforum*, Heft 1/2007, S. 23–25

Kemmelmeyer, Karl-Jürgen: »Vom Stadtpfeifer zum DJ. Karl-Jürgen Kemmelmeyer beschreibt den Wandel der Musikberufe«, in: *Musikforum*, Heft 1/2007, S. 8–14

Kleine, Helene: »›Kulturarbeit als Beruf‹. Beispiele aus der Praxis«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 119 (IV/2007), S. 58–59

Klooß, Wolfgang: »Survival of the Fittest? Die Kultur- und Geisteswissenschaften im Zeichen von Bologna«, in: *Kritische Berichte*, Heft 2/2007, S. 19–31

Look, Friedrich: »Aus- und Weiterbildung für Berufstätige. Studienangebote staatlicher Einrichtungen«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 22 S., I 1.2

Meinhardt, Rolf: »Erster Studiengang für hochqualifizierte Einwanderer an der Universität Oldenburg«, in: *Kulturpolitische Mitteilungen*, Heft 117 (II/2007), S. 76–77

Morisse, Jörn/Engler, Rasmus: *Wovon lebst du eigentlich? Vom Überleben in prekären Zeiten*, München u. a.: Piper 2007, 256 S.

Ortmann, Peter: »Kreativ ins Abseits? Jazzmusiker zwischen Profession und Professionalität«, in: *Musikforum*, Heft 1/2007, S. 30–31

Pannes, Matthias: »Qualifikation und Wandlungsfähigkeit. Das Profil des Musikschullehrers der Zukunft«, in: *Musikforum*, Heft 1/2007, S. 34–35

Schnell, Christiane: *Die Regulierung von Arbeit und sozialer Sicherung in Kulturberufen. Strukturen, Akteure, Strategien*, Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag 2007, 261 S.

Schößler, Franziska: »Szenen einer Ehe. Kulturwissenschaften im Umfeld der neuen Studiengänge«, in: *Kritische Berichte*, Heft 2/2007, S. 63–71

Weinhold, Kathrein: *Selbstmanagement im Kunstbetrieb. Handbuch für Kunstschaffende*, Bielefeld: transcript 2007, 320 S.

Westrich, Lydia: »Die wirtschaftliche und soziale Lage von Künstlerinnen und Künstlern«, in: *Kulturnotizen*, Heft 11/2007, S. 45–46

Zimmermann, Michael F.: »Historische Kunst- und Bilddiskurse. Ein Masterstudiengang im Elitenetzwerk Bayern«, in: *Kritische Berichte*, Heft 2/2007, S. 73–77

6.5 Bürgerschaftliches Engagement, Freiwilligenarbeit, Ehrenamt

Arbeitskreis Museumspädagogik (Hrsg.): *Voraussetzungen erfolgreicher Freiwilligenarbeit im Museum heute. Referate und Materialien der Fachkonferenz in Frankfurt am Main 2007*, Kassel: Hessischer Museumsverband e. V. (Museumsverbandstexte, 12) 2007, 105 S.

Birnkraut, Gesa: »Ehrenamt in der Kultur. Anforderungen an ein sachgerechtes Freiwilligenmanagement«, in: *Kulturmanagement & Kulturpolitik*, Stuttgart: Raabe (Loseblattsammlung) 2007, 22 S., E 3.2

Birnkraut, Gesa: *Volunteer Management in Deutschland. Begriffe, Untersuchungen und Rahmenbedingungen*, Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller 2007, 265 S.

Bremische Bürgerschaft: »Bürgerschaftliches Engagement fördern – bürokratische Hemmnisse abbauen. Antwort des Senats auf die Große Anfrage der SPD und CDU«, Bremen: *Drucksache* 16/1321 (20.2.2007), 6 S.

Catling, Christopher: »Die Rolle des Ehrenamts auf dem Gebiet des Denkmalschutzes«, in: Quaedvlieg-Miahilovic, Sneska/Strachwitz, Rupert Graf (Hrsg.): *Kulturerbe – Eckstein Europas*, Berlin: Maecenata 2007, 60 S.

Deutscher Bundestag: »Förderung ehrenamtlichen Engagements. Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage der Fraktion DIE LINKE«, Berlin: *Drucksache* 16/4256 (2.2.2007), 28 S.

Hanns-Seidel-Stiftung (Hrsg.): *Bürgerschaftliches Engagement im Sozialstaat*, München: Hanns-Seidel-Stiftung (Argumente und Materialien ZUM. Zeitgeschehen, 52) 2007, 77 S.

Hoffmann-Steudner, Hedda: »Gesetz zur Stärkung des bürgerschaftlichen Engagements«, in: *StiftungsWelt*, Heft 1/2007, S. 28–29

Keupp, Heiner: »Vertrauen, Zugehörigkeit, Anerkennung, Handlungsfähigkeit. Bürgerschaftliches Engagement und Zivilgesellschaft«, in: *Informationsdienst Soziokultur*, Heft 2/2007, S. 4–5

Klüver, Dorit: »Die Hauptrolle spielt das Ehrenamt«, in: *Informationsdienst Soziokultur*, Heft 2/2007, S. 2–3

Krimmer, Holger: »Zwei Drittel Idealisten. Ehrenamtliches Engagement als soziokulturelle Lebensform«, in: *Informationsdienst Soziokultur*, Heft 2/2007, S. 8–9

Kumpf, Ute: »›Kunst ist schön, macht aber viel Arbeit‹«, in: *Informationsdienst Soziokultur*, Heft 2/2007, S. 16–17

Liebing, Stefan/Koch, Angela (Hrsg.): *Ehrenamt Musik 2. Vereine und Institutionen auf dem Weg in die Zukunft*, Regensburg: ConBrio 2007, 223 S.

Pöttering, Hans-Gert: »›Ohne das ehrenamtliche Engagement der Bürgerinnen und Bürger wäre Europa grau und statisch‹. Interview«, in: *Spiel&Bühne*, Heft 4/2007, S. 31–33

Priller, Eckhard: »Aktive Bürgerschaft. Zivilgesellschaft hat Konjunktur – auch in der Forschung«, in: *WZB-Mitteilungen*, Heft 118 (Dezember, 2007), S. 6–10

Röbke, Thomas: »Passt eigentlich zusammen, was zusammen gehört? Institutionelle Rahmenbedingugnen des bürgerschaftlichen Engagements in der Soziokultur«, in: *Informationsdienst Soziokultur*, Heft 2/2007, S. 6–7

Schmidt, Jürgen: *Zivilgesellschaft: bürgerschaftliches Engagement von der Antike bis zur Gegenwart. Texte und Kommentare*, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verlag 2007, 352 S.

Stabsstelle Bürgerengagement und Freiwilligendienste im Ministerium für Arbeit und Soziales Baden-Württemberg (Hrsg.): *Corporate citizenship – die wichtigsten Ergebnisse der repräsentativen Unternehmensstudie Unternehmerisches bürgerschaftliches Engagement in Baden-Württemberg*, Stuttgart: Selbstverlag 2007, 36 S.

Steinbrück, Peer: »Stärkung des Ehrenamts. Gesetz befördert Stiftungsboom«, in: *StiftungsWelt*, Heft 4/2007, S. 30–31

Steinbrück, Peer/Mecking, Christoph/Strachwitz, Rupert Graf/Fleisch, Hans/Hoffmann, Hilmar u. a.: »Bürgerschaftliches Engagement«, in: *Politik und Kultur (puk)*, Heft 5/2007, S. 24–29

Wagner, Bernd: »Bürgergesellschaftliche Akteure und Strukturen im Kulturbetrieb«, in: *Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen*, Heft 2/2007, S. 55–63

Warneken, Bernd Jürgen (Hrsg.): *Volksfreunde. Historische Varianten sozialen Engagements, ein Symposium*, Tübingen: Tübinger Vereinigung für Volksfreunde e. V. (Untersuchungen des Ludwig-Uhland-Instituts der Universität Tübingen im Auftrag der Tübinger Vereinigung für Volkskunde, 103) 2007, 398 S.

Zimmer, Annette/Priller, Eckhard: *Gemeinnützige Organisationen im gesellschaftlichen Wandel. Ergebnisse der Dritte-Sektor-Forschung*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2007, 237 S.

Kulturpolitische Institutionen, Gremien, Verbände

Europa

Europarat/Council of Europe
Directorate of Culture and Cultural and Natural Heritage
Director: Robert Palmer
Directorate General IV
New General Building
1, quai Jacoutot
67075 Strasbourg Cédex
FRANKREICH
Tel.: ++33-3-88 41-2250, Fax: ++33-3-88 41-2783
robert.palmer@coe.int, www.coe.int/culture

Steering Committee for Culture (CDCULT)
Secretary: Kathrin Merkle
Tel.: ++33-3-88 41-2884, Fax: ++33-3-88 41-3782
kathrin.merkle@coe.int

Information Manager: Gesa Büttner
Tel.: ++33-3-88 41-2642, Fax: ++33-3-88 41-2783
gesa.buttner@coe.int

Europäisches Parlament
Ausschuss für Kultur und Bildung
Bât. Altiero Spinelli
60, rue Wiertz, 1047 Bruxelles
BELGIEN
www.europarl.europa.eu

Vorsitzende: Katerina Batzeli
Tel.: ++32-2-28-45362, Fax: ++32-2-28-49362
katerina.batzeli@europarl.europa.eu

Stellv. Vorsitzende:
Pál Schmitt
Tel.: ++32-2-28-45544,
Fax: ++32-2-28-49544
pal.schmitt@europarl.europa.eu
Dr. Helga Trüpel
Tel.: ++32-2-28-45140/47140,
Fax: ++32-2-28-49140
helga.truepel@europarl.europa.eu
Manolis Mavrommatis
Tel.: ++32-2-28-45334,
Fax: ++32-2-28-49334
manolis.mavrommatis@europarl.europa.eu

Hannu Takkula
Tel.: ++32-2-28-45851, Fax: ++32-2-28-49851
hannu.takkula@europparl.europa.eu

Informationsbüro für Deutschland – Berlin
Leiter: Dr. Klaus Löffler
Unter den Linden 78, 10117 Berlin
Tel.: 030-2280-1000, Fax: 030-2280-1111
epberlin@europarl.europa.eu, www.europarl.de

Informationsbüro München
Leiter: Paul Kubosch
Erhardtstraße 27, 80469 München
Tel.: 089-2020-879-0, Fax: 089-2020-879-73
epmuenchen@europarl.europa.eu

Europäische Kommission
Kommissar für allgemeine und berufliche Bildung, Kultur und Jugend: Dr. h. c. Ján Figel'
Tel.: ++32-2-29-88716
CAB-Figel@ec.europa.eu

Kommissa0rin für Informationsgesellschaft und Medien: Dr. Viviane Reding
Tel.: ++32-2-29-81600, Fax: ++32-2-29-99201
viviane.reding@ec.europa.eu

Generaldirektion (GD) Bildung und Kultur
GenDir Odile Quintin
Tel.: ++32-2-29-92277/92278
odile.quintín@ec.europa.eu, eac-info@ec.europa.eu
100, rue Belliard 6/8, 1049 Bruxelles
BELGIEN
http://ec.europa.eu

Vertretung in der Bundesrepublik Deutschland
Leiterin (kommissarisch): Dietlind Jering
Unter den Linden 78, 10117 Berlin
Tel.: 030-2280-2200, Fax: 030-2280-2222
eu-de-kommission@ec.europa.eu,
www.eu-kommission.de

Regionalvertretung Bonn
Leiterin: Barbara Gessler
Bertha-von-Suttner-Platz 2-4, 53111 Bonn
Tel.: 0228-53009-0, Fax: 0228-53009-50
eu-de-bonn@ec.europa.eu

Regionalvertretung München
Leitung: Dr. Henning Arp
Erhardtstraße 27, 80469 München
Tel.: 089-242448-0, Fax: 089-242448-15
eu-de-muenchen@ec.europa.eu

Cultural Contact Point Germany (CCP)
Geschäftsführer: Dr. Norbert Sievers
Leitende Referentin: Sabine Bornemann
Haus der Kultur
c/o Kulturpolitische Gesellschaft e. V.
Weberstraße 59 a, 53113 Bonn
Tel.: 0228-20135-0, Fax: 0228-20135-29
info@ccp-deutschland.de, www.ccp-deutschland.de

Institutionen auf Bundesebene

Bundespräsidialamt (BPrA)
Schloss Bellevue
Spreeweg 1, 10557 Berlin
Tel.: 030-2000-0, Fax: 030-2000-1999
poststelle@bpra-bund.de, www.bundespraesident.de

Presse- und Informationsamt der Bundesregierung
Ref. 311 – Kultur und Medien; Pressearbeit für BKM
Leiter: MinR Dietrich Graf von der Schulenburg
Dorotheenstraße 84, 10117 Berlin
Tel.: 01888-272-3281, Fax: 01888-272-3259
pressestelle-BKM@bpa.bund.de,
www.bundesregierung.de

Der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM)
Staatsminister Bernd Neumann, MdB
Bundeskanzleramt
Willy-Brandt-Straße 1, 10557 Berlin
Tel.: 01888-400-2060/-2061, Fax: 01888-400-1808

Leiterin der Abteilung Kultur und Medien:
MinDir'n Dr. Ingeborg Berggreen-Merkel
Tel.: 01888-400-2700, Fax: 01888-400-2361

Dienstsitz der Behörde in Bonn
Graurheindorfer Str. 198, 53117 Bonn

Dienstsitz der Behörde in Berlin
Stresemannstraße 94, 10963 Berlin

Tel.: 01888-681-3837, Fax: 01888-681-3821
poststelle@bkm.bmi.bund.de,
www.kulturstaatsminister.de

Gruppe K 1 Grundsatzfragen der Kulturpolitik, Zentrale Angelegenheiten: MinDirig Michael Tietmann
Tel.: 01888-681-3737, Fax: 01888-681-3897

Gruppe K 2 Kunst- und Kulturförderung:
Dr. Sigrid Bias-Engels
Tel.: 01888-681-3636/4902, Fax: 01888-681-3897

Gruppe K 3 Medien und Film, Internationales:
MinDirig Hans-Ernst Hanten
Tel.: 01888-681-3666/4908, Fax: 01888-681-3833

Gruppe K 4 Geschichte, Erinnerung:
MinR Dr. Michael Roik
Tel.: 01888-681-3633, Fax: 01888-681-3866

Auswärtiges Amt (AA)
Abteilung für Kultur und Kommunikation
MinDir Martin Kobler
Werderscher Markt 1, 10117 Berlin
Tel.: 01888-555-2209, Fax: 01888-555-4981
6-d@auswaertiges-amt.de, www.auswaertiges-amt.de

Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)
Ref. 326 – Kulturelle Bildung
Dr. Gisela Steffens
Heinemannstr. 2, 53175 Bonn
Tel.: 01888-57-3516, Fax: 01888-57-8-3516
gisela.steffens@bmbf.bund.de, www.bmbf.de

Bundesministerium der Justiz (BMJ)
Ref. III B 3 – Urheber- und Verlagsrecht
MinR Dr. Irene Pakuscher
Mohrenstraße 37, 10117 Berlin
Tel.: 01888-580-9323, Fax: 01888-580-9525
irene-pakuscher@bmj.bund.de, www.bmj.bund.de

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)
Ref. 502 – Kinder- und Jugendplan, Partizipation, Außerschulische Jugendbildung
RefL Hans-Peter Bergner, Hartwig Möbes
Rochusstr. 8–10, 53123 Bonn
Tel.: 01888-555-2209/-2837, Fax: 01888-555-4807
poststelle@bmfsfj.bund.de

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
Ref. 111 – InWEnt, Institutionen der Wissenschaft und Kultur
MinR Holger Tantz
Dahlmannstraße 4, 53113 Bonn
Tel.: 01888-535-3210, Fax: 0228-99105353210
info@bmz.bund.de, www.bmz.de

Deutscher Bundestag
Platz der Republik 1, 11011 Berlin
www.bundestag.de

Ausschuss für Kultur und Medien
Vorsitzender: Hans-Joachim Otto, MdB
Stellvertreter: Siegmund Ehrmann, MdB

Unterausschuss Neue Medien
Vorsitzender: Christoph Pries, MdB
Stellvertreter: Philipp Mißfelder, MdB

Leiterin des Sekretariats: Cornelia Beek
Tel.: 030-227-34006, Fax: 030-227-36502
kulturausschuss@bundestag.de

Ausschuss für Familie, Senioren, Frauen und Jugend
Vorsitzende: Kerstin Griese, MdB
Stellvertreter: Ekin Deligöz, MdB
Tel.: 030-227-37474, Fax: 030-227-36805
familienausschuss@bundestag.de

Unterausschuss Bürgerschaftliches Engagement
Vorsitzender: Dr. Michael Bürsch, , MdB
Stellvertreter: Klaus Riegert, MdB
Tel.: 030-227-33582, Fax: 030-227-36581
buergerschaftliches-engagement@bundestag.de

Auswärtiger Ausschuss
Unterausschuss Auswärtige Kultur- und Bildungspolitik
Vorsitzender: Dr. Peter Gauweiler, MdB
Stellvertreterin: Angelika Krüger-Leissner, MdB
Leiterin des Sekretariats: Gudrun Ludwig
Tel.: 030-227-33046, Fax: 030-227-36131
gudrun.ludwig@bundestag.de

CDU/CSU
Kulturpolitischer Sprecher (Arbeitgruppe Kultur und Medien): Wolfgang Börnsen, MdB
Tel.: 030-227-77377, Fax: 030-227-76377
wolfgang.boernsen@bundestag.de, www.cducsu.de

CSU-Landesgruppe
Arbeitskreis I: Innen und Recht, Kommunalpolitik, Sport und Ehrenamt, Kultur und Medien
Vorsitzender: Stephan Mayer, MdB
Tel.: 030-227-74932, Fax: 030-227-76781
stephan.mayer@bundestag.de, www.csu-landesgruppe.de

SPD
Kulturpolitische Sprecherin (Arbeitsgruppe Kultur und Medien): Monika Griefahn, MdB
Tel.: 030-227-72425, Fax: 030-227-70125
monika.griefahn@bundestag.de, www.spdfraktion.de

FDP
Medien- und kulturpolitischer Sprecher:
Christoph Waitz, MdB
Tel.: 030-227-72163, Fax: 030-227-76763
christoph.waitz@bundestag.de, www.fdp-fraktion.de

Arbeitskreis VI:
Innovation, Gesellschaftspolitik und Kultur
Vors.: Uwe Barth, MdB
Tel.: 030-227-73445, Fax: 030-227-76755
uwe.barth@bundestag.de, www.fdp-fraktion.de

DIE LINKE
Kulturpolitische Sprecherin:
Dr. Lukrezia Jochimsen, MdB
Tel.: 030-227-77157, Fax: 030-227-76856
lukrezia.jochimsen@bundestag.de, www.linksfraktion.de

Arbeitskreis Innovation, Bildung, Wissenschaft, Kultur, Medien
Leiterin: Dr. Petra Sitte, MdB
Tel.: 030-227-71421, Fax: 030-227-76518
petra.sitte@bundestag.de, www.linksfraktion.de

BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN
Kulturpolitische Sprecherin: Katrin Göring-Eckardt, MdB
Tel.: 030-227-71928, Fax: 030-227-76275
katrin-dagmar.goering-eckardt@bundestag.de,
www.gruene-bundestag.de

Arbeitskreis V: Wissen und Generationen
(u. a. Bildung, Kultur, Medien)
Polit. Koordination: Krista Sager
Tel.: 030-227-72032, Fax: 030-227-76032
krista.sager@bundestag.de, www.gruene-bundestag.de

Bundeszentrale für politische Bildung (bpb)
Präsident: Thomas Krüger
Adenauerallee 86, 53113 Bonn
Tel.: 01888-515-0, Fax: 01888-515-113
info@bpb.de, www.bpb.de

Goethe-Institut e. V.
Präsident: Prof. Dr. h. c. Klaus-Dieter Lehmann
Generalsekretär: Dr. Hans-Georg Knopp
Dachauer Str. 122, 80637 München
Tel.: 089-15921-0, Fax: 089-15921-450
info@goethe.de, www.goethe.de

Institut für Auslandsbeziehungen e. V. (ifa)
Präsidentin: Ursula Seiler-Albring
Generalsekretär: Dr. Kurt-Jürgen Maaß
Charlottenplatz 17, 70173 Stuttgart
Tel.: 0711-2225-0, Fax: 0711-2264346
info@ifa.de, www.ifa.de

Haus der Kulturen der Welt
Intendant: Dr. Bernd M. Scherer
John-Foster-Dulles-Allee 10, 10557 Berlin
Tel.: 030-39787-160, Fax: 030-394 8679
info@hkw.de, www.hkw.de

Deutsch-Französischer Kulturrat
Präsident: Nele Hertling
Generalsekretärin: Eva Hoffmann-Müller
Deutsches Generalsekretariat,
Am Ludwigsplatz 7, 66117 Saarbrücken
Tel.: 0681-501-1225/-1226, Fax: 0681-501-1269
sb@dfkr.org, www.dfkr.org

Deutsche UNESCO-Kommission e. V. (DUK)
Präsident: Walter Hirche
Generalsekretär: Dr. Roland Bernecker
Kulturreferentin: Christine M. Merkel
Colmantstr. 15, 53115 Bonn
Tel.: 0228-60497-0, Fax: 0228-60497-30
sekretariat@unesco.de, www.unesco.de

Bundesinstitut für Kultur und Geschichte der Deutschen im östlichen Europa (BKGE)
Direktor: Prof. Dr. Matthias Weber
Johann-Justus-Weg 147 a, 26127 Oldenburg
Tel.: 0441-96195-0, Fax: 0441-96195-33
bkge@uni-oldenburg.de, www.bkge.de

Institutionen auf Länderebene

Bundesrat
Ausschuss für Kulturfragen
Vorsitzender: Min. Bernward Müller
Ausschussbüro: MinR Ulrich Raderschall
Bundesrat, 11055 Berlin
Tel.: 030-18-9100-150, Fax: 030-18-9100-400
bundesrat@bundesrat.de, www.bundesrat.de

Ständige Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland
Generalsekretär.: MinDir Prof. Dr. Erich Thies
Leiter Abteilung Kunst und Kultur: SenR Jürgen Kasten
Kulturausschuss
Vorsitzender: MinDir Toni Schmid (BY)
Lennéstr. 6, 53113 Bonn
Tel.: 0228-501-0, Fax: 0228-501-777
poststelle@kmk.org, www.kultusministerkonferenz.de

Baden-Württemberg

Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst
Minister Prof. Dr. Peter Frankenberg
Königstraße 46, 70173 Stuttgart
Tel.: 0711-279-0, Fax: 0711-279-3081
presse@mwk.bwl.de, www.mwk-bw.de

Landtag von Baden-Württemberg
Haus des Landtags
Konrad-Adenauer-Straße 3, 70173 Stuttgart
Ausschuss für Wissenschaft, Forschung und Kunst
Ausschuss für Schule, Jugend und Sport
Tel.: 0711-2063-0, Fax: 0711-2063-299
post@landtag-bw.de, www.landtag-bw.de

Bayern

Bayerisches Staatsministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst
Staatsminister Dr. Thomas Goppel, MdL
Salvatorstraße 2, 80333 München
Tel.: 089-2186-0, Fax: 089-2186-2800
poststelle@stmwfk.bayern.de, www.stmwfk.bayern.de

Bayerischer Landtag
Maximilianeum, 81627 München
Ausschuss für Hochschule, Forschung und Kultur

Ausschuss für Bildung, Jugend und Sport
Tel.: 089-4126-0, Fax: 089-4126-1392
landtag@bayern.landtag.de, www.bayern.landtag.de

Berlin

Der Regierende Bürgermeister von Berlin – Senatskanzlei – Kulturelle Angelegenheiten
Regierender Bürgermeister Klaus Wowereit
Staatssekretär für Kultur: André Schmitz
Brunnenstr. 188–190, 10119 Berlin
Tel.: 030-90228-200, Fax: 030-90228-459
andre.schmitz@kultur.berlin.de
www.berlin.de/sen/kultur/index.html

Abgeordnetenhaus von Berlin
Niederkirchnerstr. 5, 10111 Berlin
Ausschuss für Kulturelle Angelegenheiten
Ausschuss für Bildung, Jugend und Familie
Tel.: 030-2325-2325, Fax: 030-2325-1008
verwaltung@parlament-berlin.de,
www.parlament-berlin.de

Brandenburg

Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Brandenburg
Ministerin Prof. Dr. Johanna Wanka, MdL
Dortustr. 36, 14467 Potsdam
Tel.: 0331-866-4999, Fax: 0331-866-4998
mwfk@mwfk.brandenburg.de,
www.mwfk.brandenburg.de

Landtag Brandenburg
Am Havelblick 8, 14473 Potsdam
Ausschuss für Bildung, Jugend und Sport A 5
Tel.: 0331-966-1157, Fax: 0331-966-1210
Ausschuss für Wissenschaft, Forschung und Kultur A 6
Tel.: 0331-966-1148, Fax: 0331-966-1210
poststelle@landtag.brandenburg.de,
www.landtag.brandenburg.de

Bremen

Senat der Freien Hansestadt Bremen
Der Senator für Kultur
Bürgermeister Jens Böhrnsen
Altenwall 15/16, 28195 Bremen
Tel.: 0421-361-4658, Fax: 0421-361-4091
office@kultur.bremen.de, www.kultur.bremen.de

Bremische Bürgerschaft
Haus der Bürgerschaft, Am Markt 20, 28195 Bremen
Ausschuss für Informations- und Kommunikationstechnologie und Medienangelegenheiten
Staatliche Deputation für Kultur
Tel.: 0421-361-4555, Fax: 0421-361-12432
geschaeftsstelle@buergerschaft.bremen.de,
www.bremische-buergerschaft.de

Hamburg

Freie und Hansestadt Hamburg, Kulturbehörde
Senatorin Prof. Dr. Karin von Welck
Hohe-Bleichen 22, 20354 Hamburg
Tel.: 040-42824-0, Fax: 040-42824-244
karin.v.welck@kb.hamburg.de,
http://fhh.hamburg.de/stadt/Aktuell/behoerden/kulturbehoerde/start.html

Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg
Rathausmarkt 1, 20095 Hamburg
Kulturausschuss
Tel.: 040-42831-2408, Fax: 040-42831-2558
oeffentlichkeitsservice@bk.hamburg.de,
www.hamburgische-buergerschaft.de

Hessen

Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst
Staatsminister Udo Corts, MdL
Rheinstraße 23–25, 65185 Wiesbaden
Tel.: 0611-32-0, Fax: 0611-32-3550
stm@hmwk.hessen.de, www.hmwk.hessen.de

Hessischer Landtag
Schloßplatz 1–3, 65183 Wiesbaden
Kulturpolitischer Ausschuss (KPA)
Ausschuss für Wissenschaft und Kunst (WKA)
Tel.: 0611-350-0, Fax: 0611-350-434
poststelle@ltg.hessen.de, www.hessischer-landtag.de

Mecklenburg-Vorpommern

Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur des Landes Mecklenburg-Vorpommern
Minister Henry Tesch
Werderstraße 124, 19055 Schwerin
Tel.: 0385-588-0, Fax: 0385-588-7082
poststelle@kultus-mv.de, www.kultus-mv.de

Landtag Mecklenburg-Vorpommern
Schloss, Lennéstr. 1, 19053 Schwerin
Ausschuss für Bildung, Wissenschaft und Kultur
Tel.: 0385-525-2766, Fax: 0385-525-1117
bildungsausschuss@landtag-mv.de
poststelle@landtag-mv.de, www.landtag-mv.de

Niedersachsen

Niedersächsisches Ministerium für Wissenschaft und Kultur
Minister Lutz Stratmann, MdL
Leibnizufer 9, 30169 Hannover
Tel.: 0511-120-2599, Fax: 0511-120-2601
pressestelle@mwk.niedersachsen.de,
www.mwk.niedersachsen.de

Niedersächsischer Landtag
Hinrich-Wilhelm-Kopf-Platz 1, 30159 Hannover
Kultusausschuss
Ausschuss für Wissenschaft und Kultur
Ausschuss für Bundes- und Europaangelegenheiten und Medien
Tel.: 0511-3030-0, Fax: 0511-3030-2806
poststelle@lt.niedersachsen.de,
www.landtag-niedersachsen.de

Nordrhein-Westfalen

Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen
Ministerpräisdent: Dr. Jürgen Rüttgers
Staatssekretär für Kultur: Hans-Heinrich Grosse-Brockhoff
Fürstenwall 25, 40219 Düsseldorf
Tel.: 0211-837-01, Fax: 0211-837-1563
poststelle@stk.nrw.de, www.kultur.nrw.de

Landtag Nordrhein-Westfalen
Platz des Landtags 1, 40221 Düsseldorf
Kulturausschuss (A 11)
Tel.: 0211-884-2145, Fax: 0211-884-3002
judith.droegeler@landtag.nrw.de, www.landtag.nrw.de

Rheinland-Pfalz

Ministerium für Bildung, Wissenschaft, Jugend und Kultur
Staatsministerin Doris Ahnen
Mittlere Bleiche 61, 55116 Mainz
Tel.: 06131-16-0, Fax: 06131-16-2878
poststelle@mbwjk.rlp.de, www.mbwjk.rlp.de

Landtag Rheinland-Pfalz
Deutschhausplatz 12, 55116 Mainz
Ausschuss für Bildung und Jugend
Ausschuss für Wissenschaft, Weiterbildung, Forschung und Kultur
Tel.: 06131-208-0, Fax: 06131-208-2447
poststelle@landtag.rlp.de, www.landtag.rlp.de

Saarland

Ministerium für Bildung, Familie, Frauen und Kultur
Ministerin Annegret Kramp-Karrenbauer
Hohenzollernstr. 60, 66117 Saarbrücken
Tel.: 0681-501-7404, Fax: 0681-501-7500
poststelle@bildung.saarland.de,
www.saarland.de/
ministerium_bildung_kultur_wissenschaft.htm

Landtag des Saarlandes
Franz-Josef-Röder-Straße 7, 66119 Saarbrücken
Ausschuss für Bildung, Familie, Frauen und Kultur
Tel.: 0681-5002-0, Fax: 0681-5002-392
postmaster@landtag-saar.de
www.landtag-saar.de

Sachsen

Sächsisches Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst
Staatsministerin Dr. Eva-Maria Stange
Wigardstraße 17, 01097 Dresden
Tel.: 0351-564-6020, Fax: 0351-564-640-6025
presse@smwk.sachsen.de, www.smwk.de

Sächsischer Landtag
Bernhard-von-Lindenau-Platz 1, 01067 Dresden
Ausschuß für Wissenschaft und Hochschule, Kultur und Medien
Tel.: 0351-4935-0, Fax: 0351-4935-900
info@slt.sachsen.de, www.landtag.sachsen.de

Sachsen-Anhalt

Kultusministerium des Landes Sachsen-Anhalt
Minister Prof. Dr. Jan-Hendrik Olbertz
Turmschanzenstraße 32, 39114 Magdeburg
Tel.: 0391-567-01, Fax: 0391-567-3770
minister@mk.sachsen-anhalt.de,
www.mk.sachsen-anhalt.de

Landtag von Sachsen-Anhalt
Domplatz 6–9, 39104 Magdeburg
Ausschluss für Bildung, Wissenschaft und Kultur
Tel.: 0391-560-1216, Fax: 0391-560-1123
Ausschluss für Bundes- und Europaangelegenheiten sowie Medien
Tel.: 0391-560-1254, Fax: 0391-560-1123
landtag@lt.lsa-net.de
www.landtag.sachsen-anhalt.de

Schleswig-Holstein

Landesregierung Schleswig-Holstein
Staatskanzlei
Ministerpräsident Peter Harry Carstensen

Beauftragte für Minderheiten und Kultur:
Caroline Schwarz
Düsternbrooker Weg 104, 24105 Kiel
Tel.: 0431-988-1901, Fax: 0431-988-1960
caroline.schwarz@stk.landsh.de

Abeilung 3: Kultur
Abteilungsleiter: Dr. Stephan Opitz
Tel.: 0431-988-5704, Fax: 0431-988-5888
traute.carstens@stk.landsh.de,
www.landesregierung.schleswig-holstein.de

Schleswig-Holsteinischer Landtag
Landeshaus, Düsternbrooker Weg 70, 24105 Kiel
Bildungsausschuss
Tel.: 0431-988-1145, Fax: 0431-988-1156
bildungsausschuss@landtag.ltsh.de, www.sh-landtag.de

Thüringen

Thüringer Kultusministerium

Minister Bernward Müller, MdB
Werner-Seelenbinder-Str. 7, 99096 Erfurt
Tel.: 0361-37-900, Fax: 0361-37-94690
tkm@thueringen.de, www.thueringen.de/tkm

Thüringer Landtag
Jürgen-Fuchs-Str. 1, 99096 Erfurt
Ausschuss für Wissenschaft, Kunst und Medien
Tel.: 0361-37-700, Fax: 0361-37-72016
poststelle@landtag.thueringen.de,
www.thueringen.de/tlt/

Kommunale Spitzenverbände

Bundesvereinigung der kommunalen Spitzenverbände
c/o Deutscher Städtetag
Mitglieder sind: *DST*, *DStGB* und *DLT*
post@kommunale-spitzenverbaende.de,
www.kommunale-spitzenverbaende.de

Deutscher Städtetag (DST)
Präsident: OBgm Christian Ude (München)
Geschäftsführendes Präsidialmitglied:
Dr. Stephan Articus
Dezernat Bildung, Kultur und Sport:
Beigeordneter Klaus Hebborn
Kulturausschuss
Vorsitzender: Bgm Ulf Großmann (Görlitz)
Hauptgeschäftsstelle Köln:
Lindenallee 13–17, 50968 Köln
Tel.: 0221-3771-0, Fax: 0221-3771-128
Hauptgeschäftsstelle Berlin:
Straße des 17. Juni 112, 10623 Berlin
Tel.: 030-37711-0, Fax: 030-37711-999
post@staedtetag.de, www.staedtetag.de

Deutscher Städte- und Gemeindebund (DStGB)
Präsident: Bgm Roland Schäfer (Bergkamen)
Geschäftsführendes Präsidialmitglied:
Dr. Gerd Landsberg
Beigeordneter für Kultur u. a.: Uwe Lübking
Tel.: 030-77307-245,
uwe.luebking@dstgb.de
Ausschuss für Schule, Sport und Kultur
Vorsitzender: Bgm Walter Weinbach (Weißenthurm)
Marienstr. 6, 12207 Berlin
Tel.: 030-77307-0, Fax: 030-77307-200
Bonner Büro: August-Bebel-Allee 6, 53175 Bonn
Tel.: 0228-95962-0, Fax: 0228-95962-22
dstgb@dstgb.de, www.dstgb.de

Deutscher Landkreistag (*DLT*)
Präsident: LandR Hans Jörg Duppré (Südwestpfalz)
Geschäftsführendes Präsidialmitglied:
Prof. Dr. Hans-Günter Henneke
Dez. V, Referent f. Kultur u. a.: Manfred Willhöft
Tel: 030-590097-313, Fax: 030-590097-400
Manfred.Willhoeft@Landkreistag.de
Kulturausschuss
Vorsitzender: LandR Dr. Volkram Gebel (Plön)
Ulrich-von-Hassell-Haus, Lennéstr. 11, 10785 Berlin
Tel.: 030-590097-309, Fax: 030-590097-400
info@landkreistag.de, www.kreise.de/landkreistag/

Stiftungen, Fonds, Verbände

Kulturstiftung des Bundes (KSB)
Vorsitzender des StiftgR: StaMin. Bernd Neumann
Künstlerische Direktorin: Hortensia Völckers
Verwaltungsdirektor: Alexander Farenholtz
Franckesche Stiftungen Halle
Franckeplatz 1, 06110 Halle an der Saale
Tel. 0345-2997-0, Fax: 0345-2997-333
info@kulturstiftung-bund.de
www.kulturstiftung-bund.de

Kulturstiftung der Länder (KSL)
Generalsekretärin: Isabell Pfeiffer-Poensgen
Lützowplatz 9, 10785 Berlin
Tel.: 030-893635-0, Fax: 030-8914251
ksl@kulturstiftung.de, www.kulturstiftung.de

Stiftung Preußischer Kulturbesitz (SPK)
Vorsitzender des StiftgR: StaMin. Bernd Neumann
Präsident: Prof. Dr. phil h. c. Klaus-Dieter Lehmann
Von-der-Heydt-Str. 16-18, 10785 Berlin
Tel.: 030-25463-0, Fax: 030-25463-268
info@hv.spk-berlin.de, www.hv.spk-berlin.de

Deutsche Nationalstiftung
Ehrenvorsitzender:
BK a. D. Dres. h. c. Helmut Schmidt
Geschäftsführender Vorstand:
StaatsR a. D. Dirk Reimers
Geschäftsführer: Dr. Philipp-Christian Wachs
Feldbrunnenstrasse 56, 20148 Hamburg
Tel.: 040-413367-53, Fax: 040-413367-55
info@nationalstiftung.de
www.nationalstiftung.de

Deutsche Stiftung Denkmalschutz
Vorsitzender:
Prof. Dr. Dr.-Ing. E. h. Gottfried Kiesow
Generalsekretär: Dr. Robert Knüppel
Geschäftsführer: Gerhard Eichhorn
Koblenzer Str. 75, 53177 Bonn
Tel.: 0228-95738-0, Fax: 0228-95738-23
Außenstelle: Breite Straße 9, 14467 Potsdam
Tel.: 0331-23018-30, Fax: 0331-23018-40
info@denkmalschutz.de, www.denkmalschutz.de
Repräsentanz Berlin: Zimmerstraße 30, 10969 Berlin
Tel.: 030-2589-8633, Fax: 030-2589-9131
repraesentanz.berlin@denkmalschutz.de

Stiftung Lesen
Vorsitzender: Rolf Pitsch, M. A.
Geschäftsführer: Heinrich Kreibich
Wissenschaftlicher Direktor:
Prof. Dr. Stefan Aufenanger
Römerwall 40, 55131 Mainz
Tel.: 06131-28890-0, Fax: 06131-230333
mail@stiftunglesen.de, www.stiftunglesen.de

Bundesstiftung Baukultur
Vorsitzender: Prof. Michael Braum
Schiffbauergasse 4 h, 14467 Potsdam
Tel.: 0331-2012 59-0, Fax 0331-2012 59-50
mail@bundesstiftung-baukultur.de,
www.bundesstiftung-baukultur.de

Deutscher Literaturfonds e. V.
Vorsitzende: Dr. Dagmar Leupold
Geschäftsführer: Dr. Bernd Busch
Alexandraweg 23, 64287 Darmstadt
Tel.: 06151-4093-0, Fax: 06151-4093-33
info@deutscher-literaturfonds.de,
www.deutscher-literaturfonds.de

Fonds Darstellende Künste e. V.
Vorsitzender: Jürgen Flügge
Geschäftsführer: Günther Jeschonnek
Weberstr. 59 a, 53113 Bonn
Tel.: 0228-28048-57, Fax: 0228-28048-59
info@fonds-daku.de, www.fonds-daku.de

Fonds Soziokultur e. V.
Vorsitzender: Kurt Eichler
Geschäftsführer: Dr. Norbert Sievers
Weberstr. 59 a, 53113 Bonn
Tel.: 0228-97144-790, Fax: 0228-97144-799
info@fonds-soziokultur.de, www.fonds-soziokultur.de

Deutscher Musikrat
Gemeinnützige Projektgesellschaft mbH
Projektgeschäftsführer: Dr. Peter Ortmann
Kaufm. Geschäftsführer: Norbert Pietrangeli
Weberstr. 59, 53113 Bonn
Tel.: 0228-2091-0, Fax: 0228-2091-200
info@musikrat.de, www.deutscher-musikrat.de

Stiftung Kunstfonds zur Förderung der zeitgenössischen Kunst
Vorstandssprecherin: Prof. Monika Brandmeier
Geschäftsführer: Prof. Dr. Gerhard Pfennig
Weberstr. 61, 53113 Bonn
Tel.: 0228-91534-11, Fax: 0228-91534-41
Büro Berlin: Köthener Straße 44, 10963 Berlin
Tel.: 030-2613879, Fax: 030-23003629
info@kunstfonds.de, www.kunstfonds.de

Der Deutsche Kulturrat und seine Sektionen

Deutscher Kulturrat e. V.
Vorsitzender: Prof. Dr. Max Fuchs
Geschäftsführer: Olaf Zimmermann
Chausseestr. 103, 10115 Berlin
Tel.: 030-24728014, Fax: 030-24721245
post@kulturrat.de, www.kulturrat.de

Deutscher Musikrat e. V.
Präsident: Martin Maria Krüger
Generalsekretär: Christian Höppner
Sprecher: Christian Höppner und Hartmut Karmeier
Generalsekretariat
Oranienburger Straße 67/68, 10117 Berlin
Tel.: 030-308810-10, Fax: 030-308810-11
generalsekretariat@musikrat.de,
www.deutscher-musikrat.de

Rat für darstellende Kunst und Tanz
c/o Deutscher Bühnenverein –
Bundesverband der Theater und Orchester
Präsident: Prof. Klaus Zehelein
Vorstand: Rolf Bolwin
St.-Apern-Straße 17–21, 50667 Köln
Tel.: 0221-20812-0 , Fax: 0221-20812-28
debue@buehnenverein.de, www.buehnenverein.de

Deutsche Literaturkonferenz e. V.
Sprecher: Dr. Georg Ruppelt und
Dr. Burkhard Kroeber
Geschäftsführerin: Iris Mai
Köthener Str. 44, 10963 Berlin
Tel.: 030-2612751, Fax: 030-23003629
info@literaturkonferenz.de,
www.literaturkonferenz.de

Deutscher Kunstrat
c/o Arbeitskreis Deutscher Kunsthandelsverbände (ADK)
SprecherInnen: Birgit Maria Sturm und
Ingo Terrumanum
Postfach 70 02 10, 60552 Frankfurt am Main
Tel.: 069-629120, Fax: 069-629120
www.arbeitskreis-kunsthandel.de

Rat für Baukultur
c/o Bundesarchitektenkammer
SprecherInnen: Dr. Katrin Bek und
Dr. Peter Schabe, M. A.
Askanischer Platz 4, 10963 Berlin
Tel.: 030-263944-40, Fax: 030-263944-90
baukultur@bak.de, www.baukulturrat.de

Sektion Design
c/o Deutscher Designertag e. V.
Geschäftsführender Präsident: Kai Ehlert
Sprecher: Kai Ehlert und Henning Krause
Grindelberg 15 a, 20144 Hamburg
Tel.: 040-4548-34, Fax: 040-4548-32
info@designertag.de, www.designertag.de

Sektion Film und Medien
c/o Bundesvorstand ver.di
Ressort 14 – Bereich Medien, Kunst und Industrie, Abtl. Kultur
Sprecher: Heinrich Bleicher-Nagelsmann und
Detlef Rönfeldt
Paula-Thiede-Ufer 10, 10179 Berlin
Tel.: 030-6956-0, -2330, Fax: 030-6956-3656
heinrich.bleicher-nagelsmann@verdi.de

Rat für Soziokultur und kulturelle Bildung
c/o Bundesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung
Sprecher: Prof. Dr. Max Fuchs und Andreas Kämpf
Geschäftsführerin: Hildegard Bockhorst
Küppelstein 34, 42857 Remscheid
Tel.: 02191-794-390, Fax: 02191-794-389
info@bkj.de, www.bkj.de

Weitere Verbände und Vereinigungen

Arbeitsgemeinschaft Deutscher Kunstvereine (ADKV)
Projektleiterin: Carina Herring
Mariannenplatz 2, 10997 Berlin
Tel.: 030-61107-550, Fax: 030-617107-470
adkv@kunstvereine.de, www.kunstvereine.de

Arbeitskreis Deutscher Kunsthandelsverbände (ADK)
(Mitglieder: BDKA – Bundesverband des deutschen Kunst- und Antiquitätenhandels,
BDKV – Bundesverband Deutscher Kunstverleger,
BVDG – Bundesverband Deutscher Galerien,
VDA – Verband deutscher Antiquariate)
Kulturpolitische Koordination: Birgit Maria Sturm
Postfach 700 210, 60552 Frankfurt am Main
Tel./Fax: 069-629120
info@arbeitskreis-kunsthandel.de,
www.arbeitskreis-kunsthandel.de

Arbeitskreis selbständiger Kultur-Institute e. V. (AsKI)
Vorsitzender: Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Volkmar Hansen
Geschäftsführung: Dr. Ulrike Hostenkamp,
Gabriele Weidle
Prinz-Albert-Str. 34, 53113 Bonn
Tel.: 0228-2248-59, -60, Fax: 0228-219232
info@aski.org, www.aski.org

ASSITEJ – Sektion Bundesrepublik Deutschland e. V.
Internationale Vereinigung des Theaters für Kinder und Jugendliche
Vorsitzender: Prof. Dr. Wolfgang Schneider
Geschäftsführer: Eckhard Mittelstädt
Schützenstr. 12, 60311 Frankfurt am Main
Tel.: 069-29 15 38, Fax: 069-292354
assitej@kjtz.de, www.kjtz.de, www.assitej.de

Bibliothek & Information Deutschland (BID)
Vorstandssprecherin: Barbara Lison
Geschäftsführer: Helmut Rösner
Geschäftsstelle: Straße des 17. Juni 114, 10623 Berlin
Tel.: 030-390014-80, -81, Fax: 030-390014-84
bid@bideutschland.de, www.bideutschland.de

Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler e. V. (BBK)
Sprecher und Vorsitzender: Werner Schaub
Bundesverbandsgeschäftsführerin:
Dr. Ursula Cramer
Weberstraße 61, 53113 Bonn
Tel.: 02-28-2161-07, -08, Fax: 0228-2161-05
bbkbundesverband@aol.com,
www.bbk-bundesverband.de
Büro Berlin: Rosenthaler Straße 11, 10119 Berlin
Tel.: 030-2640970, Fax: 030-28099305
bbkbueroberlin@aol.com

Bundesverband der Jugendkunstschulen und kulturpädagogischen Einrichtungen e. V. (bjke)
Vorsitzender: Peter Kamp
Geschäftsführerin: Mechthild Eickhoff
Kurpark 5, 59425 Unna
Tel.: 02303-69324 oder 65618, Fax: 02303-65057
info-bjke@bjke.de, www.bjke.de

Bundesverband Deutscher Stiftungen e. V.
Vorsitzender: Dr.-Ing. E. h. Fritz Brickwedde
Generalsekretär: Dr. Hans Fleisch
Haus Deutscher Stiftungen
Mauerstr. 93, 10117 Berlin
Tel.: 030-897947-55, Fax: 030-897947-11
post@stiftungen.org,
www.stiftungen.org, www.stiftungsindex.de

Bundesvereinigung Soziokultureller Zentren e. V.
Vorsitzende: Stefanie Dunker und Andreas Kämpf
Geschäftsführerin: Christiane Ziller
Geschäftsstelle: Lehrter Straße 27-30, 10557 Berlin
Tel.: 030-3974459-0, Fax: 030-3974459-9
bundesvereinigung@soziokultur.de,
www.soziokultur.de

Deutscher Bühnenverein e. V. –
Bundesverband der Theater und Orchester
Präsident: Prof. Klaus Zehelein
Geschäftsführender Direktor: Rolf Bolwin
St.-Apern-Straße 17-21, 50667 Köln
Tel.: 0221-20812-0 , Fax: 0221-20812-28
debue@buehnenverein.de, www.buehnenverein.de

Deutscher Museumsbund e. V.
Präsident: Dr. Michael Eissenhauer
Geschäftsführerin: Mechthild Kronenberg

Geschäftsstelle:
c/o mhk museumslandschaft hessen kassel,
Schloss Wilhelmshöhe, 34131 Kassel
Tel.: 0561-31680-125, Fax: 0561-31680-111
Büro Berlin: In der Halde 1, 14195 Berlin
Tel.: 030-841095-17, Fax: 030-841095-19
office@museumsbund.de, www.museumsbund.de

Deutsches Institut für Urbanistik (Difu)
Institutsleiter: Prof. Dr.-Ing. Klaus J. Beckmann
Ernst-Reuter-Haus
Straße des 17. Juni Nr. 112, 10623 Berlin
Tel.: 030-39001-0, Fax: 030-39001-100
Arbeitsbereich Köln: Lindenallee 11, 50968 Köln
Tel.: 0221-340308-0, Fax: 0221-340308-28
difu@difu.de, www.difu.de

Kulturkreis der deutschen Wirtschaft im Bundesverband der Deutschen Industrie e. V.
Vorsitzender: Dr. Clemens Börsig
Geschäftsführer: Dr. Stephan Frucht
Referentin für kulturpolitische Aktivitäten:
Annerose Müller
Haus der Deutschen Wirtschaft
Breite Straße 29, 10178 Berlin
Tel.: 030-2028-1406, Fax: 030-2028-2406
kulturkreis@bdi-online.de, www.kulturkreis.org

Kulturpolitische Gesellschaft e. V.
Präsident: Prof. Dr. Oliver Scheytt
Geschäftsführer: Dr. Norbert Sievers
Weberstr. 59 a, 53113 Bonn
Tel.: 0228-20167-0, Fax: 0228-20167-33
post@kupoge.de, www.kupoge.de

Rat der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD)
Kulturbeauftragte: Dr. Petra Bahr
Kulturbüro
Auguststraße 80, 10117 Berlin
Tel.: 030-28395480, Fax: 030-28395483
petra.bahr@ekd.de, www.ekd.de

Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz (DBK)
Kommission für Wissenschaft und Kultur (VIII)
Vorsitzender:
Heinrich Mussinghoff, Bischof von Aachen
Kaiserstraße 161, 53113 Bonn
Tel.: 0228-103-0, Fax: 0228-103-299
sekretariat@dbk.de, www.dbk.de

Kunst und Kultur im Internet

Spartenübergreifende Kulturserver/Kulturinformationssysteme/Kulturforschungsinstitute

http://difu.de *(Deutsches Institut für Urbanistik [difu])* Informationen über Forschungsprojekte mit Downloads ausgewählter Ergebnisse, Darstellung des Seminarangebotes, Volltextversion der *Difu-Berichte*, Inhaltsübersicht und Kurzzusammenfassungen der *Zeitschrift für Kommunalpolitik* ab 2001, Vorstellung der umfangreichen Eigenpublikationen, Downloads der Jahresberichte und ausgewählter Texte, Projektforen, sehr umfangreiche Linksammlung zu kommunalen Verbänden, Themen, Fachinformationen, Einrichtungen etc.

http://www.adk.de *(Akademie der Künste [AdK])* Onlinekatalog der Bibliothek mit Publikationen zu den Schwerpunkten Literatur, Bildende Kunst, Darstellende Kunst, Musik, Film- und Medienkunst und Baukunst. Derzeit sind die Neuerwerbungen ab 1989 recherchierbar.

http://www.art-obscura.de *(Art Obscura e.* V.) Kulturprojekte von oder für Menschen mit einer Behinderung.

http://www.aski.org *(Arbeitskreis selbständiger Kultur-Institute e.* V. [ASKI]) Linksammlung der Mitgliedsinstitute, Ausstellungs- und Veranstaltungskalender, Archiv der *Kulturberichte* bis 2/2004 sowie »Kultur lebendig« online lesbar, Informationen über ASKI-Fachtagungen, Linksammlung über Akteure.

http://www.berlin.de/SenWiArbFrau/ProjektZukunft/themen/kultur/kultur.html *(Projekt Zukunft – Berlin in der Informationsgesellschaft)*

http://www.bundeskulturfonds.de *(Arbeitsgemeinschaft Deutscher Kulturfonds)* Informationen zu den selbstverwalteten *Kulturfonds für Literatur, Bildende Kunst, Darstellende Kunst* und *Soziokultur* sowie dem *Kunstfonds*.

http://www.bundesregierung.de/Webs/Breg/DE/Bundesregierung/BeauftragterfuerKulturundMedien/beauftragter-fuer-kultur-und-medien.html *(Beauftragter der Bundesregierung für Kultur und Medien)* Informationen zur Medien- und Kulturpolitik der Bundesregierung

http://www.ccp-deutschland.de *(Cultural Contact Point Germany)* Umfangreiche Hinweise auf Förderprogramme der EU, Darstellungen geförderter Projekte, Linksammlungen zu Akteuren, Infostellen der EU sowie europäischen Kulturinstitutionen, Informationen zu Kulturhauptstädten, Veranstaltungs- und Tagungshinweise auf nationaler und europäischer Ebene.

http://www.culturalpolicies.net *(Europarat/ERICarts)* Kompendium zur Kulturpolitik in Europa mit 41 Länderportraits, mit Möglichkeiten zum Download und zum Vergleich ausgewählter Aspekte, wie bspw. aktuelle kulturpolitische Prioritäten.

http://www.dabakus.de *(Kulturinformationssystem »dabakus«)* Kulturdatenbank für Südniedersachsen mit Informationen zu Veranstaltungen, Akteuren und Institutionen.

http://www.deutsche-kultur-international.de *(Vereinigung für internationale Zusammenarbeit)* Vereinigung von in der auswärtigen Kulturarbeit tätigen Organisationen, Mittlerorganisationen und Stiftungen, Schlagwortverzeichnis mit den jeweiligen Maßnahmen und Akteuren, Informationen zur deutschen Sprache und Literatur im In- und Ausland, Ausstellungen deutscher Kunst im Ausland und ausländischer Kunst in Deutschland, Förderung von Künstlern in der Bildenden Kunst, Musik, Tanz und Theater, Ausbildungs- sowie Arbeitsaufenthalte im Ausland usw.

http://www.europa.eu.int/comm/dgs/education_culture/index_de.htm *(Kommission der Europäischen Gemeinschaft – Generaldirektion Bildung und Kultur)* Informationen zu Programmen, Initiativen und Veröffentlichungen der Generaldirektion sowie Beispiele erfolgreicher Projekte, Projektvorstellung zu den Schwerpunkten Allgemeine & berufliche Bildung, Jugend, Kultur, Mehrsprachigkeit, Zivilgesellschaft und Sport, Link zur Zentralbibliothek der Europäischen Kommission.

http://www.europa-foerdert-kultur.info *(Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft e.* V.) Die Internetseite richtet sich an KulturschaffendeWissenschaftlerInnen und KünstlerInnen aller Sparten, an ambitionierte ProjektinitiatorInnen in öffentlichen wie privaten Kultur- und Bildungseinrichtungen, in Vereinen und Verwaltungen sowie an SpezialistInnen aus dem privat-wirtschaftlichen Bereich in Deutschland und Österreich.

http://www.freie-szene-rlp.de *(Kulturbüro Rheinland-Pfalz)* Suchmaschine für Künstler und Veranstalter verschiedener Sparten; außerdem »Kultur-Lexikon« und umfangreiche systematische Linkliste von Agenturen bis Rundfunkanstalten.

http://www.kultnet.de *(Freie Szene Forum)* Verzeichnis von Agenturen, Ausschreibungen, Börsen, KünstlerInnen, Festivals und Veranstaltern mit mehr als 1000 Mitgliedern aus allen Bereichen der Kleinkunst.

http://www.kulturation.de *(Kulturinitiative 89)* Online-Journal für Kultur, Wissenschaft und Politik.

http://www.kulturfoerderung.org *(Deutsches Informationszentrum Kulturförderung (DIZK))* Das Portal bietet einen Überblick über kulturfördernde Stiftungen, Unternehmen und Initiativen. Die Datenbank richtet sich an Kunst- und Kulturschaffende, Institutionen und Organisationen sowie an Förderer von Kunst und Kultur und vermittelt Informationen über Fördermöglichkeiten in Deutschland und in Europa.

http://www.kulturhauptstadt-europas.de *(Stadt Essen)* Informationen und Programm zur Kulturhauptstadt Europas 2010.

http://www.kulturmanagement.net (Kulturmanagement Network) Informationsdienst und Netzwerk für Kulturmanager. Übersicht über aktuelle Aus- und Weiterbildungsangebote des Kulturmanagements in Deutschland, Österreich und der Schweiz, Vorstellung von Büchern verschiedener Sparten und Aktionsfelder der Kultur, Linksammlung zu Themen und Akteuren, Veranstaltungsankündigungen, für registrierte Benutzer auch Stellenmarkt, Praktikumsbörse und Diskussionsforen.

http://www.kulturpolitik.de *(Arbeitskreis Kulturstatistik e. V. [ARKStat])* Kulturinformationssystem gemeinsam mit Partnern in der Schweiz (www.kulturpolitik.ch), in Österreich (.at) und in Luxemburg (.lu) zu Kultur, Kulturpolitik, Kulturwirtschaft und kultureller Beschäftigung.

http://www.kulturpolitik-kulturwirtschaft.de *(Büro für Kulturpolitik und Kulturwirtschaft)* Ziel dieses Nachrichtenportals ist es, Kultur und Kreativität als Wirtschaftsfaktor verständlicher und bekannter zu machen.

http://www.kulturportal-deutschland.de *(Kulturportal Deutschland)* Kulturportal des *Beauftragten für Kultur und Medien* mit Nachrichtendienst sowie Links zu kulturellen Einrichtungen und zu den Kulturportalen der Länder, Datenbank (in Kooperation mit kulturserver.de) zu Terminen, Adressen und Kulturschaffenden.

http://www.kulturportal-hessen.de *(Kulturportal Hessen)* Das Kulturportal des Landes Hessen startete im Juni 2007 mit der Zielsetzung, so umfassend wie möglich über die vielfältigen Facetten des kulturellen Lebens in Hessen zu informieren. Die Webpräsenz hat dabei die Produktionen der etablierten Spielstätten ebenso im Blick wie die Arbeit der freien Szene.

http://www.kulturrat.de *(Deutscher Kulturrat e. V.)* Stellungnahmen und Dossiers zu kulturpolitischen Themen, Link auf die Zeitschrift *Politik und Kultur* (www.puk-online.net) mit Downloads der kompletten Ausgaben, Nachrichtenticker mit täglich mehreren Nachrichten aus den verschiedenen Sparten, Informationen zum puk-Journalistenpreis, Links zur *Enquetekommission »Kultur in Deutschland«* & Ausschuss *Kultur und Medien des deutschen Bundestages*, zur *KMK* und zur Job- und Kooperationsbörse im Kulturbereich *Vertikult*.

http://www.kultursekretariat-nrw.de *(Kultursekretariat Nordrhein-Westfalen)* Förderhinweise und Projektbeispiele sowie Veranstaltungsdatenbank aller im Sekretariat für kulturelle Zusammenarbeit nicht-theatertragender Städte und Gemeinden zusammengeschlossener Kommunen, Publikationen.

http://www.kulturserver.de *(Portal der Kulturserver der Länder)* Datenbanken mit Kulturschaffenden, Institutionen, Terminen etc., in jeweils unterschiedlichen Ausbaustufen, Angebot der Unterstützung von Künstlern und Kultureinrichtungen bei der Erstellung von eigenen Homepages.

http://www.kulturserver-ruhrgebiet.de *(Regionalverband Ruhr [RVR])* Regionaler Informationsdienst für das Ruhrgebiet mit einem Veranstaltungskalender, einer Kulturstättensuche sowie Kulturnachrichten.

http://www.kulturstiftung.de *(Kulturstiftung der Länder [KSL])* Überblick über Struktur, Projekte und Förderungen sowie Aufgaben der *KSL*, Linksammlung.

http://www.kulturstiftung-des-bundes.de *(Kulturstiftung des Bundes)* Informationen zur Stiftung, Förderungsrichtlinien und zu geförderten Projekten im Rahmen der Zuständigkeit des Bundes.

http://www.kunstfinder.de *(KunstFinder)* umfangreiche kommentierte Linksammlung zur Darstellenden und Bildenden Kunst, Musik, Film, Literatur, mit Akteuren, Veranstaltungen und Zeitschriften.

http://www.kupoge.de *(Kulturpolitische Gesellschaft e. V. [KuPoGe])* Kulturpolitisches Informationssystem (*Institut für Kulturpolitik*) etlichen Datenbanken: umfangreiche kulturpolitische Bibliographie, Chronik wichtiger kulturpolitischer Ereignisse sowie Links zu Institutionen und kulturpolitischen Themen, Tagungskalender, Newsletter, Link auf die Zeitschrift *Kulturpolitische Mitteilungen* mit Inhaltsverzeichnis der Hefte ab 1999 und ausgewählten Onlineartikeln.

http://www.lostart.de *(Koordinierungsstelle für Kulturgutverluste)* Datenbank zur Erfassung von Kulturgütern, die infolge des Zweiten Weltkrieges verbracht, verlagert oder insbesondere jüdischen Eigentümern verfolgungsbedingt entzogen wurden, mit den Bereichen Suchmeldungen beziehungsweise Fundmeldungen, außerdem themenbezogene Bibliographie und Linksammlung.

http://www.nmz.de/kiz *(Das Kulturinformationszentrum)* »Newsticker«, gezielte Suchmöglichkeiten nach Themen wie zum Beispiel Künstlersozialversicherung, Musikwirtschaft, kulturelle Bildung, Steuerrecht, Urheberrecht.

http://www.perlentaucher.de *(Perlentaucher)* Tägliche Zusammenfassungen von Feuilletons überregionaler Tageszeitungen mit weitergehenden Links (auch als Newsletter zu abonnieren), daneben tägliche Bücherschau, wöchentliche internationale Magazinrundschau, täglicher Medienticker sowie Autorendatenbank.

http://www.ruhrwaerts.de *(ruhrwärts e. V.)* Das *ruhrwärts Kulturnetzwerk* bemüht sich um die Vernetzung von Kulturschaffenden, Unternehmen und BürgerInnen im Ruhrgebiet, nicht zuletzt im Hinblick auf die Kulturhauptstadt 2010.

http://www.stadtteilarbeit.de *(Stadtteilarbeit)* Theoretische/konzeptionelle Aufsätze zu verschiedenen Bereichen der Stadtteilarbeit, Beiträge zu Methoden, Sammlung von Stadtteilprojekten, ausgewählte kommentierte Literatursammlung, Bibliographie von Neuerscheinungen zur Gemeinwesenarbeit seit 1990, Links zu verschiedenen Newslettern und Online-Diensten, Informationen zu Fortbildungsveranstaltungen, Linksammlung.

http://www.urheberrecht.org *(Institut für Urheber- und Medienrecht)* Neuigkeiten zum Thema Urheberrecht, Inhaltsübersichten der *Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht [ZUM]* und des Rechtssprechungsdienstes sowie Urteilsdatenbank.

http://www.vertikult.de *(Fraunhofer Gesellschaft zur Förderung der angewandten Forschung e. V.)* Kulturschaffende aller Sparten können hier Stellen und Aufgaben im Kulturbereich suchen und finden. Ein INfo-Center bietet zudem auf Beschäftigungsförderung und Qualifizierung ausgerichtete Informationen für die Kulturwirtschaft.

Baukultur und Denkmalpflege

http://www.architektur-baukultur.de *(Initiative Architektur und Baukultur der Bundesregierung)* Portal zur Baukultur, u. a. mit Statusbericht zur Baukultur der *IAB* beim *Bundesministerium für Verkehr, Bau und Wohnungswesen*, umfangreichen Materialien (z. B. Studien, Sammlungen zu Projekten von Städten/Gemeinden, der Länder und des Bundes, Berichte, Positionspapiere, Newsletter) als Download, Linkliste zu den Akteuren im Bereich Baukultur, Veranstaltungsankündigungen.

http://www.bdat-online.de *(Bund Deutscher Amateurtheater e. V.)* Veranstaltungsdatenbank, Links zu den 16 Mitgliedern des Dachverbandes, Informationen über Aus- und Fortbildungen, Leseproben der Verbandszeitschrift *Spiel und Bühne*.

http://www.bundesarchitektenkammer.de *(Bundesarchitektenkammer)* Informationen und Links zu Aus- und Weiterbildung, Adressen und Links zu Verbänden und Fachzeitschriften, Veranstaltungsberichte.

http://www.bundesstiftung-baukultur.de *(Förderverein Bundesstiftung Baukultur e. V.)* Begleitung und Unterstützung der *Bundesstiftung Baukultur*, Informationen über den Förderverein und der Stiftung, aktuelle Meldungen und Newsletter.

http://www.denkmalschutz.de *(Deutsche Stiftung Denkmalschutz [DSD])* Liste der mehr als 2800 von der Stiftung geförderten Denkmäler, Inhaltsübersicht der aktuellen Ausgabe des Magazins *Monumente*, Shop für Publikationen und Postkarten.

http://www.nationalkomitee.de *(Deutsches Nationalkomitee für Denkmalschutz)* Downloads der Ausgaben von *Denkmalschutz-Informationen* ab 2005, Informationen über den Deutschen Preis für Denkmalschutz, Vorstellung der Eigenpublikationen, umfangreiche Informationen zu Denkmalschutz und Denkmalpflege in Deutschland.

http://www.ns-gedenkstaetten.de *(Arbeitskreis der NS-Gedenkstätten in NRW e. V.)* Gedenkstätten-Suche in den Rubriken Bundesländer, Orte, Einrichtungen und Themengebiete.

http://www.shrinkingcities.com *(Shrinking Cities Office – Büro Philipp Oswalt)* Informationen zum Projekt »Shrinking Cities« (gefördert von der *Kulturstiftung des Bundes*), welches das Schrumpfen der Städte als kulturelle Herausforderung begreift. Architekten, Wissenschaftler und Künstler untersuchen am Beispiel von vier Städten beziehungsweise Regionen (Detroit, Ivanovo, Manchester/Liverpool und Halle/Leipzig) die Entwicklung.

Literatur/Bibliotheken

http://www.art-in.de *(art-in.de)* Portal mit Meldungen und Links zur Kunst in Deutschland z. B. zu Museen, Messen, Stiftungen, Institutionen, Verlagen, Vereinen.

http://www.art-magazin.de *(ART – Das Kunstmagazin)* Inhaltsübersicht der aktuellen Ausgabe, ausgewählte Onlineartikel, aktuelle Nachrichten, Datenbanken zu Ausstellungen, Orten, Linksammlung, Web-Galerie.

http://www.bbk-bundesverband.de *(Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler e. V. [BBK])* Linkliste von Wettbewerben und Ausschreibungen, Stellungnahmen des *BBK* zu Themen – z. B. »Arbeitsplatz Kunst«, Inhaltsübersichten der Zeitschrift *kultur politik*, Links der Landesverbände und Pressemitteilungen.

http://www.bildkunst.de *(Verwertungsgesellschaft Bild-Kunst)* Informationen über die Urheberrechtsorganisation der deutschen Künstler, Fotografen und Filmurheber mit Mitgliederdatenbank, Rechtsgrundlagen, Künstlersuche, Downloads (Tarife, Meldeformulare etc.).

http://www.bundeskunsthalle.de *(Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland)* Online-Katalog der Bibliothek der Kunst- und Ausstellungshalle mit mehr als 35 000 Medien sowie Informationen zu Ausstellungen und Veranstaltungen.

http://www.bvdg.de *(Bundesverband Deutscher Galerien e.* V. [BVDG]) Galerieverzeichnis, Datenbanken zu Ausstellungen, Vernissagen, Informationen zum Beruf, Stellenmarkt und Messetermine.

http://www.design-report.de *(design report)* Fachzeitschrift mit Online-Version, Volltextarchiv sowie Datenbanken zu Studiengängen, Händler und Designer, Jobbörse und Kalender.

http://www.designertag.de *(Deutscher Designertag)* Informationen zu Aufgaben, Zielen und Mitgliedern des *Deutschen Designertages*. Zudem regelmäßige Veröffentlichung des verbandseigenen Newsletters *DT Informationen*, der sich mit Themen aus Design und Kulturpolitik präsentiert.

http://www.dgph.de *(Deutsche Gesellschaft für Photographie e.* V. [DGPh]) Hinweise über die Preise der *DGPh*, Informationen zu Ausstellungen und Neuerscheinungen.

http://www.dhm.de *(Deutsches Historisches Museum Berlin)* Linksammlung zu Museen in Deutschland und weltweit sowie zu virtuellen Museen und Ausstellungen.

http://www.gedok.de *(GEDOK – Verband der Gemeinschaften der Künstlerinnen und Kunstförderer e.* V.) Selbstdarstellung, Informationen über Literaturpreise und Musikwettbewerbe der *GEDOK*, Verweise auf Ausschreibungen, Veröffentlichungen.

http://www.hdg.de *(Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland)* Informationen über die deutsche Geschichte von 1900 bis zur Gegenwart sowie über aktuelle Ausstellungen, außerdem virtuelle Ausstellungen und interaktive Spiele, Hinweise auf die hauseigene Präsenzbibliothek und -mediathek, Lektürehinweise, Webcam, Online Museumsshop, Informationen zu internationalen Kooperationspartnern.

http://www.igbk.de *(Internationale Gesellschaft für bildende Künste [IGBK])* Hinweise zu internationalen Ausschreibungen für bildende Künstler, Informationen zu Künstlerverbänden, Datenbanken zu Informations- und Kontaktstellen, Internationaler Künstlerausweis der *IAA UNESCO*, Arbeits- und Fördermöglichkeiten im In- und Ausland sowie Weiterbildungsanbieter, Linksammlung zu Institutionen, Europäischer Kulturpolitik und Internationalem Kulturaustausch.

http://www.kuenstlersozialkasse.de *(Künstlersozialkasse)* Selbstdarstellung, Informationen über Rechte und Pflichten von KünstlerInnen und Unternehmen, aktuelle Entwicklung der Rechtssprechung sowie statistische Angaben.

http://www.kunst-und-kultur.de *(kunst-und-kultur.de)* Datenbanken zu Museen und Galerien, bildenden KünstlerInnen und ArchitektInnen sowie zu Zeitschriften.

http://www.kunstfonds.de *(Stiftung Kunstfonds)* Informationen zu Fördermöglichkeiten im Bereich zeitgenössischer Bildender Kunst in Deutschland (Künstlerprogramm, Vermittlerprogramm, Verlagsprogramm).

http://www.kunstlinks.de *(BDK – Bund Deutscher Kunsterzieher e. V.)* Portal für den Kunstunterricht mit vielfältigen Informationen zur Kunstgeschichte, zu KünstlerInnen und zum Kunstunterricht.

http://www.kunstvereine.de *(Arbeitsgemeinschaft Deutscher Kunstvereine [AdKV])* Verzeichnis der Kunstvereine in Deutschland, Hinweise auf Publikationen und Links.

http://www.museen.de *(mussen.de)* Portal für Museen und Ausstellungen im deutschsprachigen Raum, u. a. mit Datenbank zu Museen im deutschsprachigen Raum, zu Ausstellungen, Verzeichnis von Museumswissenschaftlerinnen, Übersicht über Museumsnächte, Inhaltsübersicht der Zeitschrift *Museum aktuell*, europäisches Museumsbranchenbuch und Literaturtipps.

http://www.museumsbund.de *(Deutscher Museumsbund e. V.)* Fachgruppen mit unterschiedlichen Angeboten, z. B. Naturwissenschaftliche Museen mit Adressen, Vorstellung von Museumsberufen, Stellenangeboten, Terminen, Inhaltsverzeichnisse der Zeitschrift *Museumskunde* ab 1996 sowie alphabetisches Autorenverzeichnis, Onlineausgaben der *Bulletins*, unterschiedliche Projekte, u. a. Internationaler Museumstag und schule@museum, Termin- und Linksammlung.

http://www.museumspaedagogik.org *(Bundesverband Museumspädagogik e. V.)* Kommentierte Linkliste zu verschiedenen Bereichen der Museumspädagogik (z. B. zu Akteuren, Ausbildung, Mailinglisten), umfangreiche thematische Literaturliste, Inhaltsübersicht der aktuellen Ausgabe der Zeitschrift *Standbein-Spielbein* sowie der Hefte ab 1989, Diskussionsforum, Buchvorstellungen.

http://www.ngbk.de *(Neue Gesellschaft für Bildende Kunst e. V. [NGBK])* Informationen über aktuelle Ausstellungen, Archiv zu Ausstellungen und KünstlerInnen, Jahresprogramm, Publikationen, Link zu *U2 Alexanderplatz*, Informationen über die *NGBK*, inklusive Satzung.

http://www.smb.spk-berlin.de/ifm *(Institut für Museumskunde)* Informationen über die Aufgaben, die Publikationen des Instituts sowie Datenbanken (Museen und Träger sowie Bibliographie).

Darstellende Kunst

http://www.amateurtheater-online.de (Wolfgang Schiffelholz) Umfangreiche Linksammlung zu allen Bereichen und Themen rund um das Amateurtheater, Links zu den theaterpädagogischen Zentren, Diskussionsforum.

h**ttp://www.bag-online.de** *(Bundesarbeitsgemeinschaft [BAG] Spiel und Theater e.* V.) Inhaltsübersichten der Zeitschrift *Korrespondenzen*, Informationen über Projekte, Rezensionen zur Fachliteratur, Onlineshop Eigenpublikationen.

http://www.ballet-tanz.de (ballet-tanz.de) Register aller Artikel der Zeitschrift *balletttanz* von 1994 bis 2001, Inhaltsverzeichnis und Editorial des aktuellen Heftes, Sammlung von Adressen nationaler und internationaler Ausbildungsstätten für Tanz.

http://www.ballett-intern.de *(Deutscher Berufsverband für Tanzpädagogik)* Adressen von Aus- und Fortbildungseinrichtungen, PreisträgerInnen des deutschen Tanzpreises seit 1983.

http://www.berlin-buehnen.de (Spielzeit AG [Arbeitsgruppe zur Öffentlichkeitsarbeit der Berliner Bühnen]) Veranstaltungsdatenbank, Künstlerbiografien, eine umfangreiche Suchfunktion bis hin zum Kartenvorverkauf.

http://www.buehnengenossenschaft.de *(Genossenschaft Deutscher Bühnen-Angehöriger [GDBA])* Informationen zum Bühnenrecht, Leitartikel der gleichnamigen monatlichen Fachzeitschrift, Shop für Eigenpublikationen insbesondere zum Vertragsrecht, Linkliste mit Erläuterungen.

http://www.buehnenverein.de *(Deutscher Bühnenverein – Bundesverband deutscher Theater)* Positionspapiere, Theaterbriefe, Statistiken, Adressen der Theater und Orchester, Infos zu Berufen am Theater, Jobbörse sowie Links zu den Landesverbänden.

http://www.butinfo.de *(Bundesverband Theaterpädagogik e. V.)* Selbstdarstellung des Verbandes sowie Berichte über Tagungen, Projekte, Ausschussarbeit und über andere Aktivitäten aus dem weiten Feld der Theaterpädagogik.

http://www.coram-publico.de (coram-publico.de – Theaternachrichten) Tägliche Theaternachrichten, tagesaktuelles Kalendarium von Geburts-, Todestagen und Ereignissen, Spielplan- und Stückdatenbank, Foren, Mailingliste, umfangreiche Linkliste zu Theatern, Ausbildungsstätten, Institutionen, Verlagen, Agenturen etc.

http://www.dbt-remscheid.de *(Deutscher Bundesverband Tanz e. V.)* Übersicht über Veranstaltungen, Seminare, Adressen der Mitglieder: Bundesfachverbände, Landesarbeitsgemeinschaft und weitere Organisationen.

http://www.die-deutsche-buehne.de *(Die Deutsche Bühne)* Register der Zeitschrift bis 1996, Leseproben früherer Ausgaben, News, ausgewählte Kritiken, Premierenkompass.

http://www.fonds-daku.de *(Fonds Darstellende Künste e. V.)* Förderschwerpunkte, Förderrichtlinien, Übersicht über geförderte Projekte, Antragsformulare.

http://www.freie-theater.de *(Bundesverband Freier Theater e.* V. [BUFT]) E-Zeitung *Off-Informationen*, Links für Theaterschaffende und Informationen zu den Landesverbänden, Suche/Biete-Anstellung(en)-Forum, Hinweis und Link auf die Broschüre Handbuch ›über Grenzen‹ und Vorstellung der Eigenpublikation ›Survivalkit Freie Theater‹.

http://www.ids-ev.de *(Interessenverband Deutscher Schauspieler)* Umfangreiche Informationen zum Beruf des Schauspielers: Situationsanalyse, Aus- und Weiterbildung, Nachwuchsförderung, Verträge und Verdienstmöglichkeiten etc.; außerdem Onlineagentur für SchauspielerInnen, IDS Medientreffen.

http://www.inthega.de *(Interessengemeinschaft der Städte mit Theatergastspielen e. V.)* Übersichten der Mitglieder und Landesverbände, Inhaltsübersichten und Editorial der letzten zwei Ausgaben der Zeitschrift *INTHEGA Kultur Journal*, Übersicht über vergebene INTHEGA-Preise, Linksammlung zu Verbänden, Zeitschriften und Theatern.

http://www.iti-germany.de *(Zentrum Bundesrepublik Deutschland des Internationalen Theaterinstituts e. V.)* Informationen und Links zu Projekten, PDFs des aktuellen *impuls* und des *play service*, Datenbank zur Suche im Ar-

chiv von *impuls*, internationale Links zu Tanz und Theater.

http://www.jugendtheater.net *(Kinder- und Jugendtheaterzentrum in der Bundesrepublik Deutschland)* Zu ausgewählten Themen, z. B. »Theater Jugend Medien« oder »Weibliche Rollen im Kinder- und Jugendtheater«, Einführungen, Berichte, Projekte etc.; außerdem ein Diskussionsforum, weitere Links mit jeweiligen Verweisen auf die Übersichten des *kjtz*.

http://www.kjtz.de *(Kinder- und Jugendtheaterzentrum in der Bundesrepublik Deutschland)* Online-Katalog zu Werken des Kinder- und Jugendtheaters sowie zu Literatur, Übersicht über Veranstaltungen des bzw. zum Thema »Kinder- und Jugendtheater«, Informationen über Deutschen Kindertheaterpreis und Jugendtheaterpreis sowie Stipendien, Shop für Publikationen, Ausstellung ›Spielräume‹, Vorstellung von *ASSITEJ* international Archives, inklusive einzelner Texte zum Download.

http://www.laft.de *(Landesverband Freier Theater in Niedersachsen e. V.)* Übersicht über freie Theater im Bundesland, deren Veranstaltungen, Kurzhinweise zu Recht, Steuern, Fördersituation sowie Monatsthemenbeiträge.

http://www.lrz-muenchen.de/~kl811aw/www/Theaterparadies_Deutschland.htm *(Theater-Paradies Deutschland)* Umfangreiche Linksammlung zu Ensembles, Theatern, Verlagen, Zeitschriften, Festivals, Diskussionsforen, Institutionen, Agenturen etc.

http://www.sk-kultur.de/tanz/ *(Deutsches Tanzarchiv Köln)* Onlinekatalog der gesammelten Tanzvideos, Hinweise auf die Präsenzbibliothek, die umfangreiche Zeitungsausschnittsammlung seit dem Beginn der 50er Jahre und auf den Beginn des Aufbaus eines Tanzarchivs.

http://www.tanzarchiv-leipzig.de *(Tanzarchiv Leipzig e. V.)* Systematik des Präsenzarchivs, das neben Literatur Programmhefte, Plakate, Bilder, Filme, Musikalien und Periodika sammelt.

http://www.theaterderzeit.de *(Interessengemeinschaft Theater der Zeit)* Inhaltsübersicht der aktuellen Ausgabe der Zeitschrift mit Leseproben.

http://www.theaterheute.de *(Theaterheute)* Archiv mit Inhaltsverzeichnis der Zeitschrift *Theaterheute* von 2001 bis heute und Registersuche, Termine von Premieren, von Theatersendungen in Radio und Fernsehen, Linksammlung zu deutschsprachigen Bühnen sowie ausgewählte Onlineartikel

http://www.theaterkanal.de (Theaterkanal des *ZDF*) Sendeüberblick des Theaterkanals, Theateralmanach Online, Newsticker, Spielplandatenbank, Presserundschau sowie kleine Stellenbörse.

http://www.theatermanagement-aktuell.de *(Theater-Management aktuell)* Archiv der bisherigen Ausgaben des Informationsdienstes mit Leseproben, Bookshop ausgewählter Fachbücher.

http://www.theaterpolitik.de *(Institut für Kulturpolitik der Universität Hildesheim)* Die Website »Theaterpolitik« stellt Beiträge aus Theorie und Praxis zur Verfügung, um einen Dialog mit den Theaterkünstlern, den Theaterpolitikern und den Theaterzuschauern zu führen. Interessante Links, Literatur und Projekte werden vorgestellt.

http://www.theaterportal.de (Theaterportal *GbR*) »umfangreichste Spielplandatenbank des deutschen Internets« mit Suchmöglichkeiten nach Stadt, Theater, KünstlerIn, AutorIn, Starttermin, Uhrzeit etc.

http://www.theaterverzeichnis.de (Theaterverzeichnis Deutschland) Deutsches Theaterverzeichnis mit Datenbank der Theater(adressen), integrierte Stadtpläne, Ticketshop, Lexikon, Stellenmarkt, kleines Firmenverzeichnis zu verschiedenen Bereichen der Theaterbedarfs.

http://www.vertriebsstelle.de (Vertriebsstelle und *Verlag Deutscher Bühnenschriftsteller und Bühnenkomponisten*) Datenbank für Theaterstücke mit Nachweis der Aufführungsrechte und Bestellmöglichkeiten, Suchmöglichkeit auch nach Mundarten sowie anderen Sprachen, Autorenverzeichnis.

Musik

http://www.beethoven-haus-bonn.de (*Beethovenhaus* in Bonn) Das digitale Archiv des *Beethovenhauses* in Bonn präsentiert Musikhandschriften, Skizzen, Abschriften, Erstausgaben, Briefwechsel sowie ikonographische Dokumente und museale Gegenstände. Die Präsentation auf 26 000 Farbscans und 1600 Audiodateien (Musikbeispiele und Hörbriefe) soll Beethovens Denken, Leben und Arbeiten sichtbar und hörbar werden lassen.

http://www.dmv-online.com *(Deutscher Musikverleger-Verband e. V.)* aktuelle Nachrichten, Datenbank der Musikverlage sowie Linksammlung.

http://www.european-music-council.org *(Europäischer Musikrat)* Selbstdarstellung, Vorstellung einzelner Projekte, Links zu den europäischen Mitgliedern, europäischer »Musiknavigator« mit vielfältigen Verzeichnissen rund um das Thema Musik in englischer Sprache, interaktives multilinguales Musiklexikon, EMC Newsletter, Veranstaltungskalender des *EMC*, The Working Group Youth, Download des englischsprachigen Magazins *Sounds*, Vorstellung des Projekts »EFMET« (»European Forum for Music Education and Training«).

http://www.gema.de *(Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte [GEMA])* Selbstdarstellung der Verwalterin der Nutzungsrechte der Musikschaffenden, Online-Datenbank musikalischer Werke, Lizenzhinweise, Gesetze, Aufsätze und Rechtsprechung, Online-Version der *Gema-Nachrichten*, des *Gema*-Briefes, Downloads der *Gema*-Jahrbücher.

http://www.gvl.de *(Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten [GVL])* urheberrechtliche Vertretung der ausübenden Künstler und der Tonträgerhersteller, Downloads von Verträgen und Formularen, Abrechnungssystem.

http://www.iam-ev.de *(Internationaler Arbeitskreis für Musik e. V.)* Selbstdarstellung, Jahresprogramm vielfältiger Musikkurse, Notenbibliothek für Dozenten, Konzerthinweise, Vorstellung des Seminarzentrums *Kloster Malgarten*, Orff & Co. – Musikpädagogisches Praktikum

http://www.jeunessesmusicales.de *(Jeunesses Musicales Deutschland)* Fachverband der deutschen Jugendorchester: Kursangebote, Informationen über Preise und Wettbewerbe, Links zu Landes- und europäischen Schwesterverbänden.

http://www.miz.org *(Deutsches Musikinformationszentrum [MIZ]* des *Deutschen Musikrats)* Datenbanken zum Musikleben in Deutschland: Institutionen, KomponistInnen, Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten, Literatur, außerdem Themenportale mit News, Dokumenten, Links und weiteren Informationen z. B. zu Ausbildung, Neuer Musik etc. sowie Fachzeitschrift *Musikforum* mit Themen- und Textarchiv.

http://www.musikrat.de *(Deutscher Musikrat gemeinnützige Projektgesellschaft mbH)* Informationen über Einrichtungen und Projekte, Downloads von *DMRintern*, Hinweise auf Publikationen.

http://www.musikschulen.de *(Verband deutscher Musikschulen)* Musikschuldatenbank, Veranstaltungs- und Fortbildungstermine, Shop für Eigenpublikationen, Literaturempfehlungen, Informationen über Projekte und Initiativen sowie Links zu den Landesverbänden.

http://www.nmz.de *(neue musikzeitung)* Aktuelle Ausgabe der Zeitung online, Stellenmarkt, Übersicht über Wettbewerbe, Kurskalender, umfangreiche Linksammlung.

http://www.udj.de*(Union Deutscher Jazzmusiker)* »Jazz in Deutschland« mit Verzeichnissen von MusikerInnen und Regionalübersicht von Clubs, Informationen über den Deutschen Jazzpreis, Linksammlung zum Thema Jazz und zu seinen Akteuren.

http://www.vg-musikedition.de (Verwertungsgesellschaft zur Wahrnehmung von Nutzungsrechten an Editionen [Ausgaben] von Musikwerken) Werkkatalog und rechtliche Informationen, Newsarchiv, ausgewählte Infomaterialien zum Download.

http://www.vioworld.com *(VIOWorld GmbH)* Täglich Klassiknachrichten, Katalog der »2000 besten Klassikseiten im Internet«, Portraits von Orchestern und Dirigenten, Diskussionsforen, Stellenmarkt und MusikerInnenhomepages.

Soziokultur/kulturelle Bildung

http://www.akademieremscheid.de *(Akademie Remscheid)* Datenbank der Fortbildungsangebote, recherchierbar nach Themen, Fachbereichen und Terminen, Onlineversion des Pressedienstes *kulturarbeit aktuell*, Downloads verschiedener Aufsätze.

http://www.bildungsserver.de (Deutscher Bildungsserver [DBS]) Zusammenstellung von Angeboten, Dokumenten, ausführliche weiterführende Links zu anderen Bildungsportalen, Dokumentationen und Datenbanken inkl. Jobbörse.

http://www.bjke.de *(Bundesverband der Jugendkunstschulen und kulturpädagogischen Einrichtungen [BJKE])* Adressen und Links zu kulturpädagogischen Einrichtungen und zu den Mitgliedern des *BJKE*, Downloads von Projektinfodiensten, Hinweis auf die vom *BJKE* herausgegebene Zeitschrift *infodienst Kulturpädagogische Nachrichten* mit Link zur Zeitschrift.

http://www.bkj.de *(Bundesvereinigung Kulturelle Jugend-Bildung e. V. [BKJ])* Positionspapiere der *BKJ*, Veranstaltungshinweise, Links auf die Landesverbände und zuständigen Landesministerien, Sammlung von Bundesdrucksachen zur kulturellen Jugendbildung, Downloads von Artikeln, Informationen über Projekte.

http://www.bunddeutscherkunsterzieher.de *(BDK Fachverband für Kunstpädagogik e. V.)* Links zu den Landesverbänden mit Tableau zur Anzahl der jeweiligen Unterrichtsstunden der einzelnen Klassenstufen im Fach Kunst, Inhaltsübersicht der *BDK-Mitteilungen*.

http://www.bundesakademie.de *(Bundesakademie für kulturelle Bildung Wolfenbüttel e. V.)* Veranstaltungen in den Rubriken »kulturpolitischer Diskurs«, den einzelnen Kunstsparten, Kulturmanagement, Professionalisierung und die Sommerakademie zu kreativen Teamentwicklungsprozessen, Shop für Eigenpublikationen, aktueller Newsletter, Vorstellung des Tagungsortes.

http://www.dvv-vhs.de *(Deutscher Volkshochschulverband)* Portal der *Volkshochschulen Deutschlands* mit aktuellen Nachrichten, Inhaltsübersicht des aktuellen Heftes von *dis.kurs* sowie Links zu allen Volkshochschulen der Bundesrepublik mit deren jeweiligen Veranstaltungsangeboten.

http://www.gwff.de *(Gesellschaft zur Wahrnehmung von Film- und Fernsehrechten mbH)* Download von Vertragsformularen, Links zu den Fernsehanstalten.

http://www.jungefilmszene.de (*Bundesverband Jugend und Film e. V. [BJF]*) Portal mit umfangreichen Datenbanken zu Förderung, Ausbildung, Festivals, Workshops, Literatur, Technik etc.

http://www.mekonet.de *(Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH)* »Grundbaukasten Medienkompetenz« mit sehr umfangreichem Material zu verschiedenen Aspekten von Medienkompetenz (z. B. Literatur, Institutionen, Projekte, Veranstaltungen) und für unterschiedliche Zielgruppen, Links zu den Partnern des *Medienkompetenznetzwerkes NRW*, Download-Angebote.

http://www.soziokultur.de *(Bundesvereinigung Soziokultureller Zentren)* Aktuelle Meldungen zur Soziokultur, Links zu Landesverbänden und Soziolkulturellen Zentren, vielfältige Informationen u. a. zur Weiterbildung (Anbieter, Veranstaltungen), Beiträge und Diskussionen zu verschiedenen thematischen Bereichen, umfangreiche Linksammlung, Statistik, Onlineversion des *Informationsdienst Soziokultur*, Jobbörse.

Film/Medien/Medienpädagogik

http://www.aliceblue.de (aliceblue.de – Kultur Information Medien) Grundlage der Website ist eine Kulturdatenbank zu kulturellen Ressourcen im Netz. Dazu wurden die Informationen des Fischer »Handbuch Theater, Film, Funk, Fernsehen« um weitere kulturelle Felder gerade im Hinblick auf ihre Erreichbarkeit im WorldWideWeb ergänzt. Das redaktionell betreute Linkverzeichnis berücksichtigt gegenwärtig Websites zu Verbänden, Sammlungen und Bildungseinrichtungen in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

http://www.bjfev.de *(Bundesverband Jugend und Film e. V.)* Katalog der Filmothek, Infonetzwerk »Junge Filmszene«, Informationen über Projekte, Liste mit Fachkräften der Kinder- und Jugendfilmarbeit, Veranstaltungstermine und Links.

http://www.gmk.medienpaed.de *(Gesell. für Medienpädagogik und Kommunikationskultur [GMK])* Onlineversion der Zeitschrift *nexum*, Informationen über Wettbewerbe/Preise, Links zu Aus- und Weiterbildung in Medienpädagogik, Veranstaltungshinweise, Materialien/Onlineshop, Informationen und Links zu den Landes- und Fachgruppen.

http://www.kjf.de (*Kinder- und Jugendfilmzentrum in der Bundesrepublik Deutschland)* Informationen über Medienwettbewerbe, Veranstaltungshinweise, Vorstellung und Bereitstellung von empfehlenswerten Filmen für Kinder und Jugendliche für die außerschulische Medienarbeit, Zusammenfassung auch auf englisch, französisch und spanisch.

http://www.netzspannung.org *(FraunhoferInstitut für Medienkommunikation)* Medienlabor im Internet, Plattform für medienkünstlerische Produktion u. a. mit offenem Kanal für Aktivitäten und Projekte der Medien-

kunst und -forschung, Mediathek mit Videoaufzeichnungen von themenbezogenen Vorträgen beziehungsweise Symposien.

http://www.shortfilm.de (Internationale Kurzfilmtage Oberhausen und *AG Kurzfilm*) »shortfilm.de« ist das gemeinsame Kurzfilmportal der »Internationalen Kurzfilmtage Oberhausen« und der *AG Kurzfilm*, dem *Bundesverband Deutscher Kurzfilm*. Nachrichten, Berichte, Veranstaltungskalender, umfangreiche Linksammlung zu Festivals, Kurzfilmszene, Kurzfilme online, Medien, Institutionen, Ausbildung etc.

http://www.vffvg.de *(VFF Verwertungsgesellschaft der Film- und Fernsehproduzenten mbH)* Wahrnehmung der Rechte der öffentlich-rechtlichen, privater und einiger regionaler Fernsehanstalten, virtuelles Beratungsgespräch, Links zu Datenbanken für Gerichtsurteile.

http://www.zkm.de *(Zentrum für Kunst und Medientechnologie [ZKM])* Informationen über Projekte des *ZKM*, Katalog von (Medien)KünstlerInnen und Werken

Interkultur

http://www.focus-migration.de (*Migration Research Group (MRG)* c/o *Hamburgisches WeltWirtschaftsInstitut gemeinnützige GmbH*) focus Migration bietet aktuelle Zahlen, Daten und Analysen zu den Themen Zuwanderung, Flucht und Asyl sowie Integration. focus Migration besteht aus drei Kernprodukten – dem Newsletter *Migration und Bevölkerung*, Kurzdossiers und Länderprofilen. Hiermit wird ein breites Spektrum an Informationen angeboten.

http://www.forum-der-kulturen.de *(Forum der Kulturen Stuttgart e. V.)* Auf den Internetseiten des Dachverbandes der Migrantenvereine und des Stuttgarter *Interkulturbüro* finden sich Veranstaltungshinweise sowie Angaben zum Selbstverständnis des Vereins. Ein Link führt zu ausgewählten Artikeln der interkulturellen Zeitschrift *Begegnung der Kulturen – Interkultur in Stuttgart*.

http://www.integrationsbeauftragte.de *(Die Beauftragte der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration)* Auf diesen Seiten finden Sie ein ständig aktualisiertes Informationsangebot zu Fragen der Ausländer-, Migrations- und Flüchtlingspolitik, zur Tätigkeit der Integrationsbeauftragten und weitere Hinweise in diesem Themenbereich.

http://www.interkulturpro.de *(Düsseldorfer Institut für soziale Dialoge)* Mit Materialien, Literaturhinweisen, Links sowie Weiterbildungsmöglichkeiten zur Professionalisierung im interkulturellen Kunst- und Kulturmanagement richtet sich das Angebot an Künstlerinnen und Künstler sowie das Projektmanagement interkulturell ausgerichteter Kunst- und Kulturprojekte, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus Kulturverwaltungen; Kommunalpolitikerinnen und Kommunalpolitiker; Journalistinnen und Journalisten.

http://www.kubiss.de/kultur/info/kuf/inter_kultur_buero (Stadt Nürnberg, *Amt für Kultur und Freizeit, Inter-Kultur-Büro*) Das *Inter-Kultur-Büro* bietet auf seinen Internetseiten eine Fülle nützlicher Veranstaltungen, Adressen, Materialien und sonstiger Infos aus dem Feld der interkulturellen Kulturarbeit in Nürnberg.

http://www.migration-info.de (*Netzwerk Migration in Europa e. V.* in Kooperation mit der *Bundeszentrale für politische Bildung [bpb]* und des *Hamburgischen WeltWirtschaftsInstituts [HWWI]*) migration-info.de liefert aktuelle Informationen über Migration, Integration, Zuwanderungspolitik und Bevölkerungsentwicklung weltweit. Schwerpunkte sind dabei Deutschland, Europa und Nordamerika. Außer dem seit 1998 erscheinenden Newsletter *Migration und Bevölkerung* bietet migration-info.de aktuelle Daten und Grafiken, politisch relevante Dokumente und einen aktuellen Terminkalender, der über öffentlich zugängliche Veranstaltungen und Konferenzen informiert.

http://www.migrationsmuseum.de *(Migrationsmuseum in Deutschland e. V.)* Ziel des Vereins ist es, in Deutschland ein Migrationsmuseum als Zentrum der Geschichte, Kunst und Kultur der Migration zu errichten. Umfangreiche Liste mit Downloads zu Materialien und Artikeln zum Thema sowie Linkliste zu Institutionen.

http://www.nrw-kulturen.de (*Staatskanzlei* NRW – Kulturabteilung) Interkulturelle KünstlerInnen- und Veranstaltungsdatenbank nebst umfangreicher Linksammlung interkulturell tätiger Fachverbände.

Autorinnen und Autoren

BERTRAM ABEL, geb. 1961, Inhaber der *buero:abel Unternehmensberatung*, Essen

DR. CHRISTIAN ANTZ, geb. 1961, Referatsleiter im *Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt* und Dozent an der *Hochschule Harz*, Magdeburg

CHRISTOPH BACKES, geb. 1970, Geschäftsführer *Creative Business Consult (CBC)/Ideenlotsen*, Bremen

PROF. DR. LOTHAR BISKY, geb. 1941, MdB, Vorsitzender der Partei *DIE LINKE* und deren medienpolitischer Sprecher; Vorsitzender der Europäischen Linken; Mitglied des *Ausschusses Kultur und Medien*, Berlin

PROF. DR. PETER BENDIXEN, geb. 1933, wiss. Dir. des *Studienzentrums Hohe Warte,* Wien/Bodrum

PROF. DR. HANS-GEORG BÖGNER, geb. 1955, Geschäftsführer der *SK Stiftung Kultur* in Köln, kultur- und medienpolitischer Sprecher der *SPD-Fraktion* im Rat der Stadt Köln, Honorarprofessor am *CIAM*, dem *Zentrum für internationals Kunstmanagement*

RALF BRÜNGLINGHAUS, geb. 1957, wiss. Mitarbeiter der *Kulturpolitischen Gesellschaft e. V.,* Bonn

CAROLINE DANGEL, geb. 1977, Promotion an der Professur für Haushalts- und Konsumökonomik an der *Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität* Bonn, wissenschaftliche Mitarbeiterin einer Bundestagsabgeordneten, Bonn/Berlin

DR. CORNELIA DÜMCKE, geb. 1955, Kulturökonomin und Projektentwicklerin im eigenen Büro *Culture Concepts*, Berlin

RALF EBERT, geb. 1953, Dipl. Ing./Stadtplaner, Geschäftsführer des *Planungs- und Beratungsbüros STADTart*, Dortmund

PROF. DR. MAX FUCHS, geb. 1948, Direktor der *Akademie Remscheid für musische Bildung und Medienerziehung,* Remscheid; Vorsitzender *Deutscher Kulturrat*, Berlin; Vorsitzender der *Bundesvereinigung kulturelle Kinder- und Jugendbildung,* Remscheid; Kuratoriumsmitglied des *Instituts für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft*, Bonn

DR. MANFRED GAULHOFER, geb. 1954, Geschäftsführer der *Gaulhofer Industrieholding GmbH*, Übelbach (Österreich), bis Ende 2007 Geschäftsführer der *ICG culturplan Unternehmensberatung GmbH,* Berlin

MANFRED GERIG, geb. 1947, Dozent für Kultur- und Bildtheorie an der Zürcher *Hochschule der Künste*, Zürich

DR. FRIEDRICH GNAD, geb. 1946, Mitinhaber des Büros *STADTArt*, Dortmund

PROF. DIETER GORNY, geb. 1953, Vorstandsvorsitzender des *Bundesverbandes Musikindustrie e. V.*, Künstlerischer Direktor für Kreativwirtschaft der *Europäischen Kulturhauptstadt RUHR.2010 GmbH*, Essen

KATRIN GÖRING-ECKARD, geb. 1966, Bundestagsvizepräsidentin und kulturpolitische Sprecherin der Bundestagsfraktion von *Bündnis 90/ Die Grünen*, Ingersleben (Thüringen)/Berlin

DR. ALBRECHT GÖSCHEL, geb. 1941, Kultursoziologe, ehem. Projektleiter am *Deutschen Institut für Urbanistik*, Berlin

MONIKA GRIEFAHN, geb. 1954, MdB, Mitglied des *Ausschusses für Kultur und Medien* im Deutschen Bundestag, Sprecherin für Kultur und Medien der *SPD-Bundestagsfraktion*, Vorstandsmitglied der *Kulturpolitischen Gesellschaft*, Berlin

PROF. DR. DIETER HASELBACH, geb. 1954, Geschäftsführer des *ICG culturplan Unternehmensberatung GmbH,* Berlin

KLAUS HEBBORN, geb. 1956, Beigeordneter für Bildung, Kultur und Sport beim *Deutschen Städtetag*, Köln/Berlin

VOLKER HELLER, geb. 1958, Leiter der Kulturabteilung, *Senatskanzlei*, Berlin

PROF. DR. FRANZ-OTTO HOFECKER, *Institut für Kulturmanagement und Kulturwissenschaft* an der *Universität für Musik und Darstellende Kunst Wien*

SYLVIA HUSTEDT, geb. 1966, Geschäftsführerin des *GründerZentrums Kulturwirtschaft e. V.*, Aachen

PROF. DR. ARMIN KLEIN, geb. 1951, Professor für Kulturwissenschaften und Kulturmanagement an der *Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg,* Vorstandsmitglied der *Kulturpolitischen Gesellschaft e. V.*, Bonn

PROF. DR. HELENE KLEINE, geb. 1956, Professorin Studiengang »Kulturarbeit« an der *Fachhochschule Potsdam*

TOBIAS J. KNOBLICH, M. A., geb. 1971, Geschäftsführer des *Landesverbandes Soziokultur Sachsen*, Vizepräsident der *Kulturpolitischen Gesellschaft*, Pressesprecher des *Sächsischen Kultursenats*, Dresden

DR. ELMAR D. KONRAD, geb. 1967, Leiter des Fachs »Kulturarbeit und Kreativwirtschaft« an der *Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät* der *Technischen Universität Dortmund*

PROF. DR. DIETER KRAMER, geb. 1940, a. o. Professor für Europäische Ethnologie in Wien, ehem. Oberkustos im *Museum der Weltkulturen* in Frankfurt am Main, Kuratoriumsmitglied des *Instituts für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft*, Dörscheid

DR. KLAUS R. KUNZMANN, geb. 1942, Dr. techn. Dipl. Ing. HonDLitt (Newcastle), Universitätsprofessor a. D. (Dortmund), Potsdam

DR. PETER KURZ, geb. 1962, Oberbürgermeister der Stadt Mannheim und früherer Kulturdezernent

ANJA LUNGSTRAß, geb. 1966, wissenschaftliche Mitarbeiterin in der *österreichischen kulturdokumentation. internationales archiv für kulturanalysen*, Wien

DR. WILLFRIED MAIER, geb. 1942, Abgeordneter der Hamburgischen Bürgerschaft von 1993–2008, Senator für Stadtentwicklung, Bundes- und Europaangelegenheiten von 1997–2001, Hamburg

PROF. DR. BIRGIT MANDEL, geb. 1963, Leitung Studienbereich »Kulturmanagement und Kulturvermittlung«*, Institut für Kulturpolitik*, *Universität Hildesheim*, Hildesheim

BERND NEUMANN, geb. 1942, Staatsminister bei der Bundeskanzlerin, *Beauftragter für Kultur und Medien*, Berlin/Bremen

DR. REINHARD OLSCHANSKI, geb. 1960, wissenschaftlicher Mitarbeiter im Bundestagsbüro von Claudia Roth, Berlin

HANS-JOACHIM OTTO, geb. 1952, Vorsitzender des *Ausschusses für Kultur und Medien* des Deutschen Bundestages, Mitglied des Bundesvorstandes der *FDP*, Berlin

RITA PAWELSKI, geb. 1948, Mitglied in den Ausschüssen *Wirtschaft und Technologie* sowie *Kultur und Medien* des Deutschen Bundestags, Hannover/Berlin

VERONIKA RATZENBÖCK, geb. 1956, Direktorin der *österreichischen kulturdokumentation. internationales archiv für kulturanalysen*, Wien

DR. DIETER ROSSMEISSL, geb. 1948, berufsmäßiger Stadtrat, Referent für Kultur, Jugend und Freizeit der Stadt Erlangen, Geschäftsführer des *Forums Kultur der Europäischen Metropolregion Nürnberg,* Vorstandsmitglied der *Kulturpolitische Gesellschaft e. V.* in Bonn, Nürnberg/Erlangen

CLAUDIA ROTH, geb. 1955, Mitglied des Deutschen Bundestages, Bundesvorsitzende *Bündnis 90/Die Grünen*, Augsburg/Berlin

PROF. DR. OLIVER SCHEYTT, geb. 1958, Präsident der *Kulturpolitischen Gesellschaft e. V.*, Beigeordneter für Bildung, Jugend und Kultur der Stadt Essen, Co-Geschäftsführer *Europäische Kulturhauptstadt RUHR.2010 GmbH*, Essen

DR. KATHARINA SCHWALM-SCHÄFER, geb. 1952, Referatsleiterin »Kreativwirtschaft« des *Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen*, Düsseldorf

PROF. DR. WALTER SIEBEL, geb. 1938, Professor (em.), *Institut für Soziologie der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg*, Kuratoriumsmitglied des *Instituts für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft*, Oldenburg

MICHAEL SÖNDERMANN, geb. 1951, *Arbeitskreis Kulturstatistik, ARKstat e. V.,* Mitglied im Verwaltungsrat des *UNESCO-Instituts für Statistik* in Montreal, Bonn/Köln

DR. VOLKMAR STRAUCH, geb. 1943, 2002–2007 Staatssekretär in der *Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen*, Berlin

HUBERT THELER, geb. 1959, Dozent an der Zürcher *Hochschule der Künste*, Mitglied der *Research Unit Creative Industries*, Zürich

DR. HELGA TRÜPEL, MdEP, geb. 1958, stellvertretende Vorsitzende des *Ausschusses für Kultur und Bildung* des Europäischen Parlaments, Brüssel/Bremen

CORINNA VOSSE, freiberufliche Dozentin und Soziologin, Berlin

DR. BERND WAGNER, geb. 1948, wissenschaftlicher Leiter des *Instituts für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft e. V.*, Bonn

PROF. DR. CHRISTOPH Weckerle, geb. 1963, Direktor des *Departements Kulturanalysen und -Vermittlung* an der Zürcher *Hochschule der Künste*, Zürich

PROF. DR. KARIN VON WELCK, geb. 1947, Senatorin für Kultur, Sport und Medien, Hamburg, und Präsidentin des *Deutschen Evangelischen Kirchentages* in Bremen 2009

PROF. DR. ANDREAS JOH. WIESAND, geb. 1945, Leiter des *Zentrums für Kulturforschung* (*ZfKf*), Bonn/Wien und Executive Director des *European Institute for Comparative Cultural Research* (*ERICarts*)

OLAF ZIMMERMANN, geb. 1961, Geschäftsführer des *Deutschen Kulturrats*, Berlin