

Quelle: kultur.macht.europa

[http://www.kultur-macht-europa.eu/47.html?&cHash=5a84ad09c0&tx_ttnews\[tt_news\]=161](http://www.kultur-macht-europa.eu/47.html?&cHash=5a84ad09c0&tx_ttnews[tt_news]=161)

07.09.2007

Im Gespräch: Michael Söndermann

Gibt es aus Deiner Sicht jemanden, der von den creative industries oder der Kultur/Kreativwirtschaft noch nichts gehört hat ?

Michal Söndermann: Kaum, diese Begriffe kennen inzwischen viele Leute. Ein Indiz dafür sind die vielen Tagungen und Treffen zum Thema, die in allen politischen Lagern von rot bis schwarz, von gelb bis grün angeboten werden. Deren Zahl ist auch ein Hinweis darauf, dass diese Begriffe als wichtig eingestuft werden.

Dabei sind beide Bezeichnungen doch eher unscharf, der damit verbundene Sachverhalt wird zudem nicht nur in den europäischen Ländern häufig unterschiedlich definiert.

Das ist nicht ungewöhnlich. Nehmen wir zunächst das deutsche Wort „Kulturwirtschaft“. Es ist aus zwei Begriffen zusammengefügt, die hierzulande für viele immer noch nichts oder nur wenig miteinander zu tun haben. Darüber hinaus ist der Begriff in einer politischen Debatte geprägt worden. Man einigte sich darauf, dass Märkte wie der Kunst-, Buch- oder Filmmarkt etwas gemeinsam haben, auf das dieses Kunstwort passt. Dem Publikum musste man anfangs erklären, dass es sich bei „Kulturwirtschaft“ um eine neue Sammelkategorie für diese schon seit langem existierenden Branchen handelt. Hinzu kommt eine andauernde Unsicherheit in der Politik, wer eigentlich für diesen Bereich zuständig sein soll. Es gibt ja den Satz, wonach alles, was sich rechnet, mit Kulturförderung nichts zu tun hat.

Es gibt auch „kulturelle“ Wirtschaftsförderung, wie das Beispiel des Films zeigt. Sie war auf Bundesebene lange bei Wirtschaftsministerium angesiedelt.

Daneben gab es immer auch eine kulturelle Filmförderung. Inzwischen liegt beides beim Bundesbeauftragten für Kultur und Medien (BKM). Trotzdem bleibt die grundsätzliche, vielleicht eher philosophische Frage, wie geht ein Kulturminister mit dem Doppelcharakter des Films als Ware und Kunstwerk um. Dieser Aspekt ist bisher weder theoretisch noch in einer förderstrategischen Konzeption gelöst. Man mogelt sich ein bisschen durch.

Der angesprochene Doppelcharakter trifft auf alle Kunstsparten zu, ohne dass es beispielsweise beim Kunstmarkt besonders thematisiert würde.

Dort geht es auch nicht um die öffentliche Förderung. Der Doppelcharakter wird immer dann Thema, wenn es um öffentliches Geld geht.

Aktuell ist eine Förderung der Games-Branche im Gespräch, weil sich ihre Produkte auch unter Kunst subsumieren lassen.

Die Games-Branche selbst hat nie auf Fördergeldern bestanden. Ihre Geschäfte laufen glänzend, die Geschäftsmodelle sind erfolgreich. Warum sollte sie sich um Staatsknete bemühen ? Die wird vom Deutschen Kulturrat ins Spiel gebracht, weil man sich wohl um kulturästhetische Aspekte sorgt. Eine kulturpolitische Diskussion, die darüber aufklärt, dass Games nicht per se Killerspiele sind, finde ich in Ordnung. Schließlich verbinden sich bei

Games alle Künste - wie beim Film. Die Rasananz der technischen Entwicklung ist bei ihnen allerdings deutlich höher. Die Inhalte der Games sind eine andere Sache. Wieso die Diskussion allerdings sofort mit dem Hinweis auf notwendige Förderprogramme verbunden wird, ist für mich unverständlich.

Mit Förderprogrammen wird gemeinhin die Vorstellung verbunden, man befördere vor allem Qualität und mindestens gehobene Unterhaltung.

Die Produktion von Games ist soviel Kultur und Kunst wie die Filmproduktion auch. Hier nach ästhetischen Kriterien à la E- und U-Kultur zu unterscheiden, dürfte kaum funktionieren. Umgekehrt wird es interessant: der Kulturwirtschaft wird immer Kommerzialisierung, Trivialität und Minderwertigkeit unterstellt, sie produziert in Teilen aber genauso gesellschaftlich wertvolle Kunst wie die Hochkultur. Manches, was zu 100 % aus öffentlichen Mitteln bezahlt wird, kann man andererseits auch als Kommerz einstufen.

Wo liegt der Unterschied zwischen den creative industries und der Kultur/Kreativwirtschaft ? Gibt es überhaupt einen ? Die Games-Branche wird ja unter beide Begriffe subsummiert.

Bei der Kulturwirtschaft steht wesentlich die „kulturelle Produktion“ im Mittelpunkt, dieser Bereich ist enger gefasst als die „kreative Produktion“. Bei ersterer ist zunächst immer ein Künstler im Mittelpunkt. Das kann ich berufssoziologisch, also auch empirisch erfassen. Der Künstler entwickelt eine Idee, ein Projekt, das er dann entweder selber verwertet oder über Verwerter in den wirtschaftlichen Kreislauf einbringt – dann werden damit im traditionellen Sinne Geschäfte gemacht. Außerdem – und das ist mir essentiell wichtig - ist Kulturwirtschaft der Gegenpart zum öffentlichen Kulturbetrieb.

Auch der öffentliche Kulturbetrieb agiert mindestens teilweise wirtschaftlich, man denke nur an die Plattenverträge von großen Orchestern.

Orchester, auch Theater haben sicherlich einen wirtschaftlichen Bereich, Orchester sind auch mittelständische Unternehmen. Aber ein normales städtisches Orchester kann von seinen zusätzlichen Einkünften nicht überleben, die bewegen sich im Bereich von 10 – 15 % ihres Etats. Das Marktwirtschaftliche, das Geldverdienen; das ist die Kulturwirtschaft. International wird der öffentlich subventionierte Bereich übrigens häufig als *cultural industries* bezeichnet. Man will damit eine Trennungslinie ziehen und den wirtschaftlichen Bereich auch strategisch von dem der öffentlichen Kulturförderung absetzen. Das tun gleichermaßen Wirtschaftspolitiker wie Vertreter geförderter Institutionen. Das finde ich fatal.

Warum ?

Wenn man das Verhältnis von öffentlich geförderten Segmenten und der Kulturwirtschaft spricht, fällt stets das Stichwort Komplementäreffekte. D.h., beide Sektoren ergänzen sich auf die eine oder andere Weise zum Wohle der Gesamtgesellschaft. Das ist natürlich nur die halbe Wahrheit. Beide stehen auch in Konkurrenz zueinander, denn es gibt ja nur einen endlichen Markt, auf dem sich beide bewegen. Nach meinen Beobachtungen treiben dabei eher die öffentlichen Einrichtungen die Konkurrenzen voran. Zum Beispiel die Jugendmusikschulen. Als private Musikschulen mit ihren modernen Angeboten in Jazz, Rock und Pop Erfolg hatten, haben die öffentlichen Musikschulen sofort ähnliche Programme aufgelegt – aus Angst, dass neben ihnen neue Märkte entstehen. Hier wäre etwas Zurückhaltung sinnvoller gewesen, man hätte dem privaten Bereich die Chance geben müssen, sich über den Markt eine

Existenz zu sichern. Stattdessen vergrößert die Politik die öffentliche Infrastruktur – hier liegen Konflikte.

Stichwort „kreative Produktion“ und creative industries ...

Die Bezeichnung *creative industries* dominiert im internationalen Sprachgebrauch – in Deutschland war dieser Begriff bis vor kurzem noch unbekannt. Weltweit diskutiert man weniger über kulturelle Zusammenhänge als über kreative Aspekte. Dabei gibt es in Europa eine Reihe grundlegender Prinzipien, die sich von denen der USA unterscheiden. Aber auch in Europa gibt es Unterschiede, etwa zwischen der kontinentaleuropäische Begrifflichkeit und Großbritannien. Das englische Verständnis von *creative industries* unterscheidet nicht zwischen privaten und öffentlichen Kultureinrichtungen, für uns Kontinentaleuropäer gibt es da fundamentale Unterschiede

... die sich vielleicht aus der Geschichte erklären lassen ?

Machen wir es chronologisch. In Deutschland wurde der Begriff Kulturwirtschaft Anfang der 1930er Jahre vom Buchhandel kreiert. Man wollte die Buchpreisbindung und einen reduzierten Steuersatz durchsetzen. Das zentrale Argument dabei: Bücher sind nicht nur ein harter Wirtschafts-, sondern auch ein bedeutender Kulturfaktor.

Ende der 1940er Jahre prägten Horkheimer/Adorno den Begriff „Kulturindustrie“. Das wird zwar immer gerne zitiert, für unser Thema bedeutet das allerdings ein großes Missverständnis. Denn es handelt sich hier um eine gesellschaftskritische Analyse der Bewusstseinsindustrie, nicht um eine Beschreibung der Mechanismen der Kulturwirtschaft im Sinne des Buchhandels. Wahrscheinlich hätte Adorno gar nichts gegen dessen Kampagne einzuwenden gehabt.

Mitte der 1970er Jahre setzte sich die Debatte in Frankreich fort. Damals schrieb Augustin Girard, ein Spitzenbeamter des französischen Kulturministeriums einen Aufsatz mit dem Titel „*Industries culturelles*“. Er argumentierte gesellschaftstheoretisch, die Kulturpolitik dürfe sich nicht nur der Hochkultur widmen. Der Grund für diese Offensive: das Ministerium hatte die Begeisterung des französischen Publikums für Film und Fernsehen entdeckt. Damals wurde auch ein Kreditfonds für die Kulturwirtschaft aufgelegt und begonnen, die kleine AV-Industrie zu fördern.

Ein Ausruf von Jacques Lang, dem damaligen französischen Kulturminister, begleitet uns bis heute: Kultur und Wirtschaft – ein Kampf.

In der Tat. Die Diskussion ist dann nach Kanada übergesprungen. Dort bediente man sich des französischen Ansatzes, um eine Politik gegen die us-amerikanische Popindustrie zu untermauern. Man darf nicht übersehen, dass im französischen Verständnis von „Kulturwirtschaft“ immer auch ein protektionistisch ausgerichteter Kern verhanden ist, der hier aufgegriffen wurde. Auch wenn die Franzosen das Copyright auf den Begriff *Culture Industries* haben, ist mir seine kanadische Adaption heute doch die liebste. Die Kanadier sprechen von den *Arts and Culture Industries* und unterstreichen damit die Bedeutung der Kunstproduktion.

In dieser Zeit gab es beim Film eine ganze Reihe deutsch-französisch-kanadischer Koproduktionen, weil Quebec förderungstechnisch als französisches Inland galt.

Ende der 1980er Jahre wurde der französische und kanadische Ansatz auch in Deutschland, insbesondere in Nordrhein-Westfalen von Andreas J. Wiesand aufgenommen, der das Wirtschaftsministerium begeistern konnte. Genannt seien hier nur die Gründung der Filmstiftung NRW und die Kulturwirtschaftsberichte, die ab 1992 für das Land erstellt wurden. Der deutsch-französische Einfluss führte dazu, dass das Thema auch in die EU hineinwirkte.

Spätestens jetzt war auch Großbritannien mit in der Diskussion.

Dabei beschäftigte das Thema die britische Politik schon seit langem. Der Anstoß war auch hier vom Kulturminister gekommen. Kulturministerien sind in der Regel schwache Ministerien, es sei denn, sie können mit wirtschaftlich Bedeutsamen aufwarten. In Großbritannien konnte der Kulturminister nachweisen, dass der Anteil der britischen Pop-Industrie am Export höher war als der der traditionellen Industriebranchen.

Das kulturwirtschaftliche Segment wurde zunächst *Cultural Industries* genannt. Weil damit aber eine allzu große Nähe zur öffentlichen Kulturförderung assoziiert wurde, wechselte man den Begriff. Motor für den Wechsel zu den *Creative Industries* waren die Designer. British Design wurde ein Schlagwort. Mit der Gründung eines eigenen Ministeriums, dem *Department of Technology and Innovation* (DTI), wurde eine entsprechende operationelle Basis geschaffen. Eine damals veröffentlichte Marktanalyse des DTI schrieb drei der insgesamt 13 Teilmärkte der *Creative Industries* dem Design zu. Das britische Modell wurde dann weiter empirisch untermauert und weltweit propagiert. Die damit befassten Wissenschaftler wurden über British Council in andere Länder geschickt, um es vorzustellen, dann folgten Vertreter des britischen Handelsministerium und interessierte Geschäftsleute, die kreative englische Dienstleistungen anboten. Überall auf der Welt wurden die britischen Studien und deren Empfehlungen rezipiert: nicht nur die Wirtschaft fördern, sondern auch individuelle Talente und die Kreativität des Einzelnen.

In einer breiteren Öffentlichkeit wurden die Creative Industries vor allem in Verbindung mit der Creative Class des amerikanischen Soziologen Richard Florida bekannt, die er in seinem 2002 veröffentlichten Buch „The Rise of The Creative Class“ erstmals beschrieben hat.

Singapur, Australien und Kanada hatten beispielsweise zu diesem Zeitpunkt ihre *Creative Industries-Reports* schon in der Tasche. Sie orientierten sich am britischen Modell. Florida hat allerdings eine enorme Popularisierung des Themas erreicht.

Zwischenruf: Eine der früheren Publikationen von Florida trägt den Titel „Beyond Massproduction“. Das erinnert an Diskussionen, die seit Mitte der 1980er Jahre über das „Ende der Massenproduktion“ auch in Europa geführt wurden. Es ging damals etwa um die Ablösung des Fließbandes in der Autoindustrie, um intelligentere Formen der Produktion, um eine bessere Motivation der Mitarbeiter und die Förderung ihrer Kreativität. Vor kurzem hat Florida Toyota und deren kreative Produktionsstruktur gelobt. Weitere Dauerthemen seither: eine bessere Qualifikation des „Humankapitals“, also die Anhebung des allgemeinen Ausbildungs- und Bildungsniveaus. Die wachsende Bedeutung des Designs industrieller Produkte, die Digitalisierung hat nicht nur der Medienwelt verändert. Diese Debatten betreffen nicht nur die „Kulturwirtschaft“, sondern alle Wirtschaftsbereiche und alle Staaten. Nicht umsonst ist immer wieder die Rede auf die Bedeutung kreativer Milieus, der Neuen Mitte usw. gekommen. Dabei war die Verbindung von Kultur und Wirtschaft in den angelsächsischen Ländern kein Tabubruch, aber in Kontinentaleuropa, insbesondere in Deutschland und Frankreich war es etwas neues, vielleicht Unerhörtes.

Im Fall Großbritannien ist in Rechnung zu stellen, dass dort die Krise des industriellen Sektors unübersehbar und sehr viel tiefer war als etwa in Deutschland. Es gibt in Großbritannien praktisch keine weltweit bedeutende Automobilindustrie mehr, deshalb können sich dort Pop und Design auch problemlos als Teil der Wertschöpfungskette darstellen. Hierzulande gibt es noch eine starke Industriegüter- und Automobilbranche, mit der die wirtschaftliche Wertschöpfung eng verbunden ist. Die Analysen von Florida sind vor diesem Hintergrund für Deutschland viel radikaler. Er sagt: wer nur auf Automobilproduktion setzt, hat definitiv verloren. Repetitive Hardware-Produktion kann inzwischen überall auf der Welt kostengünstig organisiert werden. Ihren technologischen Vorsprung können Länder wie die USA - oder Deutschland - nur halten, wenn sie immer wieder neue Ideen entwickeln. Dafür müssen Industrienationen in der Lage sein, kreative Leute an einen Ort X zu locken und an sich zu binden. Die kalifornische Wirtschaft beispielsweise boomt auch deshalb, weil dort mittlerweile 60 % der Unternehmenschefs nicht mehr weiße Amerikaner sind, sondern überwiegend eingewanderte Asiaten.

Und The Governor kommt aus Österreich.

Stellen wir uns doch solche Verhältnisse einmal hier vor, die Hälfte unserer Chefs kämen aus der Türkei, der Ministerpräsident aus Skandinavien oder Ghana. Wir hätten damit große kulturelle Schwierigkeiten, in den USA ist die kulturelle Durchmischung dagegen eine fantastische Tradition. Aber dieser Hintergrund reicht noch nicht aus, um Florida für mich interessant zu machen. Mich interessiert das Zusammenspiel von Kunst, Kultur und Wirtschaft. Bei Florida stehen nicht die Künstler im Mittelpunkt, sie sind aber immerhin eine von drei wichtigen Gruppen. Für ihn sind auch die Mathematiker, Physiker und Ingenieure wichtig. Sein Begriff ist nicht der Kultur-, sondern der Ideenproduzent. Andere Schlüsselbegriffe sind Neues, Prototypisches, Experimentelles. Dabei ist egal, um welchen Stoff es sich handelt. Meine Fragestellung ist enger, auch wenn Künstler natürlich an der Entwicklung von Prototypen jeder Art beteiligt sind.

Vielleicht ist die Fokussierung auf die Kulturwirtschaft zu eng. Florida hat ja nicht nur eine „Wirtschaftsanalyse“ vorgelegt, sondern zunächst am Beispiel der USA und dann auch anderer Länder das Zusammenspiel von Gesellschaft und Wirtschaft beschrieben. Er hat, wenn man will, so etwas wie eine Gesellschaftstheorie entwickelt. Beispiel Stadt: Er fordert für die amerikanischen Städte Urbanität ein, was ja nicht alle Städte dort haben. Mit seiner Formel Technology, Talent, Tolerance propagiert er gegen das fundamentalistische Weltbild der Neocons Leitwerte einer liberalen und offenen Gesellschaft,. Er ist nicht nur wegen seines Gay-Index angegriffen worden, sondern auch, weil er die von der weißen Mittelschicht dominierten Vorstädte als kreativitätsfeindlich bezeichnet hat – die fehlende Vielfalt dort verhindere Kreativität geradezu. Er hat schließlich eine Orientierung nur an formalen Bildungsabschlüssen abgelehnt, wie es die Anhänger der Theorie vom Humankapital auch hierzulande vertreten. Er löst sich von der klassischen Branchenzuschreibung und orientiert sich an Berufen, also Tätigkeiten und auch sozialen Qualifikationen. Künstler kommen dabei zwangsläufig mit ins Bild – im Unterschied zu traditionelleren Analysen. Bei ihm sind sie doppelt wichtig, einmal weil sie Ideengeber sind, zum zweiten, weil sie eine besondere urbane Atmosphäre schaffen können. Natürlich muss man beachten, dass Europa andere Rahmenbedingungen hat, was beispielsweise die Mobilität oder Fragen der sozialen Sicherheit betrifft.

Floridas gesellschaftspolitische Analyse dreht sich im Kern tatsächlich nicht um Künstler, er entwirft eher ein Bild, wie er die amerikanische Gesellschaft der Zukunft positionieren will und auf welche Entwicklungen sie reagieren muss. Eine ganze Reihe seiner Thesen sind

einleuchtend und provozieren natürlich die Konservativen. Im Unterschied zu Florida entwickeln wir als Analytiker der „Kulturwirtschaft“ aber keine Theorie einer Kreativen Klasse, die branchenübergreifend tätig ist und verschiedensten kreativen Berufen nachgeht, sondern setzen uns mit kulturwirtschaftlichen Branchen auseinander. Wir wollen sie in ihren Strukturen sichtbar und sie bekannter machen. Die Kategorie Beruf spielt dabei eine sekundäre Rolle. Wir fragen zunächst nicht, ob dort Künstler, Hausfrauen oder Akademiker aktiv sind. Florida würde diesen Ansatz vielleicht als tradiert und statisch kritisieren und nach dem Innovationsimpuls fragen. Der kommt allerdings eher aus dem Mix in bestimmten Regionen, nicht von einzelnen Branchen.

Nicht nur Florida orientiert sich bei seinen Entwürfen an der Wissensgesellschaft, die EU hat dafür ihre Lissabon-Strategie entwickelt. Damit soll die Veränderung und das Wachstum der europäischen Wirtschaft vorangetrieben werden. Die EU-Kommission redet viel von Innovation und der Bedeutung formaler Bildung, Kreativität wird weniger häufig erwähnt.

Das ist in der Tat auch ein sperriger Begriff. Das Herzstück des EU-Programms zielt allerdings auf nichts anderes als eine traditionelle Technologieförderung. Florida verknüpft ebenfalls Innovation und Technologie. Er fügt aber die Förderung von Talent hinzu, was etwas Imaginäres, etwas Menschliches, etwas Ideenhaftes und auch Unberechenbares ist. Erst in dieser Kombination ergibt sich ein gesellschaftlich wie wirtschaftlich interessanter Inhalt. Hier sehe ich einen zentralen Ansatz auch für unsere Diskussionen, durchaus unter Bezug auf Florida. Wir werden uns mehr mit unserem Verständnis von Innovation auseinander setzen müssen. Derzeit werden technische und wissenschaftliche Innovationen weltweit nach dem sog. *Oslo Manual* klassifiziert. Für Innovationstheoretiker ist das Manual so etwas wie die Bibel. Seine Definitionen sind eher technologisch orientiert und beeinflussen die Diskussionen und wirtschaftlichen Aktivitäten entsprechend. Welche Protagonisten können dagegen die Idee einer nicht-technologischen Innovation voranbringen? Vielleicht hilft uns ein Begriff wie Gestaltung weiter. Produkte werden nicht mehr nur im Haptischen oder Physischen gestaltet. Das Immaterielle eines Produkts entwickelt mittlerweile die gleiche Triebkraft wie das Materielle. Formalisierte oder institutionalisierte Strukturen bringen da eine Gesellschaft kreativ nur bedingt weiter. Hier sind eher brüchige, fragmentierte, widersprüchliche Szenerien gefragt wie Künstler sie schaffen. Nur in solchen Szenen entstehen die Prototypen, die eine Gesellschaft braucht.

Die Fragen stellte Wolfgang Hippe.

Michael Söndermann leitet das Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln/Zürich und ist Vorsitzender des Arbeitskreises Kulturstatistik e.V., Bonn, Mitglied des Verwaltungsrates des UNESCO-Institutes für Statistik, Montreal und der Creative Industries Research Group der Zürcher Hochschule der Künste. Autor mehrerer Kulturwirtschaftsberichte. Mehr [hier](#)

Zwei neuere Publikationen:

Michael Söndermann/Bernd Fesl ["Culture and Creative Industries in Germany"](#)

Michael Söndermann "Kulturwirtschaft und Creative Industries 2007. Aktuelle Trends unter besonderer Berücksichtigung der Mikrounternehmen" [hier](#)

Das von OECD, EU-Kommission und Eurostat herausgegebene **Oslo Manual** („The Measurement of Scientific and Technological Activities. Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technology Innovation Data“) finden Sie [hier](#)