

Die Kultur- und Kreativwirtschaft in Kommunen und in Europa:

Kunstproduzent und Wachstumsmotor?

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist eine vielschichtige Branche, der sehr unterschiedliche Funktionen zugeschrieben werden. Sie soll Wachstumsmotor für die Gesamtwirtschaft sein, kulturelle Infrastruktur für die Bevölkerung betreiben und nicht zuletzt eine auskömmliche wirtschaftliche Grundlage für Künstlerinnen und Künstler bieten, die Kunst produzieren sollen. Dieser Beitrag beschreibt, wie das zusammengehen kann.

Ein Beitrag von
Raimund Bartella

Die Thematik der „Kulturwirtschaft“ und Möglichkeiten für deren Förderung beschäftigen die Städte bereits seit längerem. Das Präsidium des Deutschen Städtetages hat im Oktober 2007 in einem Beschluss festgestellt, dass „der Wandel von der industriellen zur Dienstleistungsproduktion in den Städten nicht nur im Umstrukturierungsprozess kreative Potenziale verlange, sondern vor allem auch die Entwicklung neuer Produkte und Ideen in allen Wirtschaftssektoren. Kulturwirtschaft kann mit ihren Ressourcen zu dieser Entwicklung beitragen und gewinnt zunehmend an Bedeutung als eigenständiger Wirtschaftsfaktor. Kulturwirtschaft kann aber öffentliche Kulturförderung nicht ersetzen. Die Verbindung von Künstlern/Kulturproduktion und Kulturwirtschaft schafft Arbeit und Wertschöpfung, wenn es gelingt, die Netze von selbstständigen Künstlern/Künstlergruppen, 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. Das dient nicht nur der wirtschaftlichen, sondern auch der kulturellen Entwicklung in der Stadt. Die Länder sind aufgefordert, die Entwicklung der Kulturwirtschaft in den Städten strukturell und finanziell zu unterstützen.“

Bereits im Herbst 2006 hatte die Europäische Kommission die Studie [„The economy of culture in Europe“](#) herausgegeben. Die Entscheidung der Europäischen Kommission,



Die Alte Oper ist das Musiktheater der Städtischen Bühnen in Frankfurt am Main und zählt zu den bedeutendsten Opernbühnen in Europa

dass die „Creative Industries“ ein politischer Schwerpunkt der EU-Politik sein sollten, wirkte wie eine Initialzündung für die Debatte über dieses Themenfeld insgesamt, und zwar nicht nur in Deutschland sondern auch in Europa. Die deutsche EU-Ratspräsidentschaft setzte seinerzeit das Engagement der vorherigen Ratspräsidentschaften von Finnland und Österreich fort¹.

Für den Außenstehenden bestand ein verwirrendes Feld privatwirtschaftlicher Produktion und Vermittlung von Kultur, ein Feld kultureller Vielfalt, dessen Rahmenbedingungen von Städten, Bundesländern, Regionen und Staaten sehr unterschiedlich ausgestaltet wurde. Je mehr jedoch die Forschung Transparenz über die tatsächlichen Kerne dieses Clusters entstehen ließ, umso anschaulicher wurde vor allem auch die Vielfalt und die Komplexität der wirtschaftlichen Bedingungen von Kultur, aber auch die

Zum Autor:

Raimund Bartella ist Hauptreferent im Dezernat Bildung, Kultur und Sport des Deutschen Städtetages (DST).

Verschiedenheit nationaler Traditionen im Verständnis von Kultur und damit von „Kultur- und Kreativwirtschaft“.

Der Deutsche Städtetag hat hierzu eine Positionsbestimmung vorgenommen, die die Diskussion in den Städten, beim Bund und den Ländern sowie internationalen Organisationen aufgreift. Inzwischen hat der ursprüngliche Begriff der „Kulturwirtschaft“ eine Ergänzung erfahren. Anknüpfend an die Ergebnisse der Enquete-Kommission **„Kultur in Deutschland“**, die ihren Abschlussbericht bereits in der vergangenen Legislaturperiode vorgelegt hat, wird nun von „Kultur- und Kreativwirtschaft“ gesprochen. Doch auch diese branchenmäßige Zuordnung von künstlerisch-kreativer Produktion greift insoweit zu kurz, als inzwischen insbesondere bei den städtischen Stadtentwicklern „Kreativität“ noch wesentlich weiter gefasst wird, bis hin zu neuen Handlungsmustern der öffentlichen Verwaltungen. Kann der Begriff der „Kultur- und Kreativwirtschaft“ noch annähernd mit der Zuordnung zu Wirtschaftszweigen definiert werden, so ist dies für den Begriff der „Kreativität“ nicht ohne weiteres möglich. Wenn im Folgenden also von „Kultur- und Kreativwirtschaft“ gesprochen wird, so bezieht sich dieser Begriff auf das Verständnis der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“, das sich wiederum mit der Definition der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) weitgehend deckt. Der Begriff der „Kreativität“ orientiert sich an den Ergebnissen der Forschungen von Howkins (2001), die zu dem Ergebnis kommen, dass sich das Phänomen Kreativität in einer Volkswirtschaft insgesamt in einem komplexen Gefüge entfaltet.

Für die EU-Administration ist die Förderung von Kultur- und Kreativwirtschaft ein Element der so genannten Lissabon-Strategie. Sie ordnet sich in eine wirtschaftspolitische Debatte ein, die Europa durch Entwicklung von kreativen Potenzialen weltweit im globalen Kontext konkurrenzfähig und möglichst federführend machen will. Damit findet allerdings eine Reduktion dieses Themas auf wirtschaftspolitische Dimensionen statt, die von kommunaler Seite zwar auch gesehen werden, aber in einem wesentlichen Punkt zu ergänzen sind.

Kulturwirtschaft, Förderung und Engagement

Kultur- und Kreativwirtschaft haben nach dem kommunalen Selbstverständnis kultur-

politisch und daraus folgend administrativ eine wichtige Funktion wahrzunehmen. Spätestens seit Verabschiedung des „Leitbildes für die Stadt der Zukunft“ in der Hauptversammlung des Deutschen Städtetages am 15. Mai 2003 gehen die Städte davon aus, dass die Bereitstellung von Leistungen für die Allgemeinheit nicht ausschließlich ihre Angelegenheit ist, sondern die Wirtschaft und das bürgerschaftliche Engagement bei der Leistungserbringung zu berücksichtigen sind.

Folgt man diesem Gedankengang, dann ist Kultur in der Stadt wesentlich mehr, als Kultur von der Stadt. Der kommunale Kulturauftrag besteht in der Sicherung der kulturellen Infrastruktur vor Ort und beschränkt sich nicht auf die ausschließliche Bereitstellung durch die öffentlichen Hände. Der Kulturauftrag umschließt nicht nur staatliche Maßnahmen, sondern auch Aktivitäten Dritter. Kultur ist als ein besonderes „öffentliches Gut“ zu betrachten, für das öffentliche Verantwortung zu übernehmen ist, unabhängig davon, wer diese Leistungen erbringt. Es ist für die Städte selbstverständlich, dass der Kultur- und Kreativwirtschaft neben dem zivilgesellschaftlichen Engagement in der Gesellschaft die Aufgabe zuwächst, zur kulturellen Infrastruktur vor Ort beizutragen. Eine Vielzahl von Künstlern und Kunstschaffenden sind eben nicht Beschäftigte der öffentlichen Gebietskörperschaften, sondern arbeiten in privatwirtschaftlicher Form und stellen dabei kulturelle Dienstleistungen und Produkte zur Verfügung.

Diese Aufgabe der Kultur- und Kreativwirtschaft verfolgt zwar auch wirtschaftliche Ziele der privatwirtschaftlichen Kulturbetriebe, sie ist aber gleichzeitig in der Pflicht und ein Garant für ein hochwertiges Kulturangebot vor Ort. Wer wollte schon Musicals ausschließlich in städtischen Opernhäusern sehen und hören? Sollen die Städte tatsächlich den Betrieb von Kunsthäusern übernehmen, in denen Objekte der bildenden Kunst gehandelt werden? Dies ist eindeutig eine Aufgabe der privatwirtschaftlich geführten Galerien.

Für die Städte erscheint das beschriebene Drei-Sektoren-Modell „Staat, Markt, zivilgesellschaftliches Engagement“ hilfreich, weil es zum einen den Kulturbereich als Ganzes erfasst. Zum anderen verdeutlicht es wichtige Unterschiede, aber auch Interdependenzen. Die vielfältigen Wechselbeziehungen zwischen den drei Sektoren bedingen sich gegenseitig. Damit kann der Gefahr begegnet werden, dass unter dem Begriff Kultur-



Zur Kultur- und Kreativwirtschaft gehören insbesondere auch freischaffende Kleinkünstler wie etwa Jazzmusiker

und Kreativwirtschaft alle Kulturbereiche unterschiedslos zusammengefasst und ein Rückzug der öffentlichen Hände aus der öffentlichen Kulturförderung oder die Delegation bislang öffentlich wahrgenommener Aufgaben der Kultur an die Kulturwirtschaft Vorschub geleistet wird. Kultur- und Kreativwirtschaft ist begrifflich nach dem Verständnis der Städte der erwerbswirtschaftliche Teil des Kultursektors.

Demgegenüber wird von der Europäischen Kommission und den Wirtschaftsressorts des Bundes und der Länder die „kulturelle Wertschöpfungskette“ als Analysemodell für die Entstehung von Wertschöpfung bei kulturellen Prozessen betrachtet, die die Komplexität und die vielfältigen Verflechtungen und Wechselbeziehungen deutlich machen. Der unkritische Bezug auf das Wertschöpfungsmodell darf allerdings nicht dazu führen, dass Kulturwirtschaft sowie Teile der öffentlich finanzierten bürgerschaftlich organisierten Kultur ausschließlich in einem ökonomisch definierten Prozess mit der Folge zugeordnet werden, dass der Eigenwert der Kultur negiert oder zumindest schleichend unterminiert wird. Der Hauptausschuss des Deutschen Städtetages hat am 5. November 2009 auf diese Zusammenhänge im Positionspapier [☞ „Kultur in Deutschland aus Sicht der Städte“](#), Positionsbestimmung zum Bericht der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland des Deutschen Bundestages“ Bezug genommen.

Kultur- und Kreativwirtschaft und Stadtpolitik

Kultur- und Kreativwirtschaft als Feld der Kulturpolitik ist bereits charakterisiert worden. Zielrichtung sind Künstler und Kulturschaffende, die erwerbswirtschaftlich ihrer Profession nachgehen und Beiträge zur kulturellen Infrastruktur vor Ort liefern. Sie bedürfen deshalb der Unterstützung, weil häufig die Marktstrukturen und Rahmenbedingungen ein auskömmliches Leben nur begrenzt zulassen. Die Durchschnittseinkommen etwa von Literaten, bildenden Künstlern und freien Musikern aus den Statistiken der Künstlersozialversicherung sprechen Bände. Es liegt im kulturpolitischen Interesse der Städte, positiv auf die Rahmenbedingungen für Künstlerinnen und Künstler Einfluss zu nehmen, indem Örtlichkeiten für Kunst- und Kulturproduktion zur Verfügung gestellt und auch Förderungen bei Neugründungen gegeben werden. Plattformen für die Vernetzung von Kulturwirtschaft mit der übrigen

Realwirtschaft in Verbindung mit Forschung und Wissenschaft und den öffentlichen Kultureinrichtungen ist eine gesellschaftliche Herausforderung.

Die Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft sollten aber auch als Handlungsfeld für die Stadtentwicklung verstanden werden. Stadtentwicklungspolitik wird immer mehr in integrierten Handlungskonzepten realisiert. Sie ist insoweit auch „kreativitätsfördernde Politik“. Eine breit angelegte, ganzheitliche Stadtentwicklungsplanung muss auch eine Planung für den kulturellen und kreativen Sektor beinhalten. Bei Neuplanungen und Überplanungen von städtischen Arealen sind nicht nur Monostrukturen zu



Aufführungen in städtischen Theatern prägen die urbane Kultur in besonderem Maße mit

vermeiden, es sind neben den Einrichtungen der Grundversorgung wie Kindertagesstätten und Schulen auch Räume für Kreativität zu schaffen. So ist gerade für die Kultur- und Kreativwirtschaft ein funktionierender Immobilienmarkt mit hinreichenden, kostengünstigen Angeboten eine wesentliche, Rahmen setzende Randbedingung.

Zur Frage des Verhältnisses von Kultur- und Kreativwirtschaft und Stadtentwicklung hat im Jahr 2011 ein intensiver Austausch zwischen dem Bau- und Verkehrsausschuss, dem Ausschuss für Wirtschaft und Europäischen Binnenmarkt sowie dem Kulturausschuss des Deutschen Städtetages seinen Abschluss mit dem Positionspapier [☞ „Stadt.Kreativität.Entwicklung“](#) seinen Abschluss gefunden.

Kulturwirtschaft nicht gleich Kulturwirtschaft

Alle Maßnahmen, die sich mit der Stärkung von Kultur- und Kreativwirtschaft befassen, müssen die außerordentliche Vielfalt dieses Clusters analysieren und maßgeschneidert werden. Die Gesamtzahlen sind beeindruckend. In den elf Teilmärkten

sind in Deutschland (2010) rund 240.000 gewerbliche Unternehmen und Freiberufler tätig (Anteil an der Gesamtwirtschaft 7,6 Prozent). Sie erwirtschaften einen Gesamtumsatz von 137 Milliarden Euro (Anteil an der Gesamtwirtschaft 2,6 Prozent). In diesen Unternehmen sind als Selbstständige und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte ohne Mini-Jober annähernd eine Million Personen tätig (Anteil an der Gesamtwirtschaft 3,1 Prozent) und die Brutto-Wertschöpfung beträgt stolze 63,7 Milliarden Euro (Anteil an der Gesamtwirtschaft 2,6 Prozent). Der Anteil der Kleinstunternehmer/Freiberufler (Umsatz unter zwei Millionen Euro) beträgt 97 Prozent. Diese erwirtschaften nur 15 Prozent des Gesamtumsatzes².

Auf EU-Ebene gab es 2009 etwa 6,3 Millionen Erwerbstätige im Kultur- und Kreativsektor. Die Branche hat mit 277 Milliarden Euro zur Bruttowertschöpfung (2,4 Prozent der Gesamtleistung) in der Europäischen Union beigetragen. Deutschland, das Vereinigte Königreich und Frankreich zählen quantitativ zu den größten Märkten in Europa und machen rund 60 Prozent der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft aus. Deutschland liegt dabei mit rund 62 Milliarden Euro wegen seiner Größe an der Spitze. Es gibt aber kleinere Länder, in denen das relative Gewicht der Kultur- und Kreativwirtschaft deutlich größer ist als in Deutschland. Mit einem Anteil am Bruttoinlandsprodukt von 3,4 Prozent liegt die Kultur- und Kreativwirtschaft der Niederlande an der Spitze, gefolgt von Schweden und dem Vereinigten Königreich mit jeweils 3,3 Prozent. Deutschland liegt mit 2,6 Prozent eher im Mittelfeld.

Damit wird deutlich, welche Anforderungen an die Politik gestellt werden, die gestaltend wirken will. Es gibt eben erhebliche Unterschiede zwischen einem selbstständigen Glas- und Porzellanmaler³ und einem so genannten Major aus der Medienbranche oder einem großen Werbeunternehmen. Für die Städte sind kulturpolitisch vor allem die Mikro- und Kleinunternehmen von Bedeutung. Eine auf deren Interessen ausgerichtete Wirtschaftsförderung kann nur auf integrierten Ansätzen basieren, die Wirtschaftspolitik mit Sozialpolitik, mit Stadtplanung und Bildungs- und Kulturpolitik in Verbindung bringen. Willkommen sind externe Akteure aus Wissenschaft, Bildung, Wirtschaft, Kammern sowie Verbänden.

Der Erfolg einer solchen Politik für die Kultur- und Kreativwirtschaft entscheidet sich vor Ort, entscheidet sich durch ein gemeinsames Verständnis aller Akteure für die

Vielschichtigkeit des Themas bezogen auf die Teilmärkte, bezogen auf die Unternehmensstrukturen und bezogen auf die örtlichen Möglichkeiten. Viele Städte sind zunächst den Weg gegangen, Kulturwirtschaftsberichte für ihre Stadt oder die Region erstellen zu lassen, um ihre Entwicklungspotenziale überhaupt analysieren zu können. Man würde sich wünschen, dass das sorgfältige Studium dieser Grundlagen in immer mehr Fällen zu einem gemeinsamen Handeln führt. Das ist leider – so zeigen verschiedene Beispiele – nicht immer der Fall. Folgen wir vielleicht den Aussagen von Charles Landry (2007), der formulierte: Eine Stadt „braucht Viertel, in denen es vor Energie vibriert, genauso wie gemütliche Ecken und Parks, besonders gepflegte bürgerliche Teile, ebenso eine alternative Szene, Technologiezentren für die innovative Jugend sowie soziale Einrichtungen für die Älteren. Kurzum: Sie benötigt Kreativität, um ihre Leistungsträger zu halten und neue, interessante Bewohner dazu zu gewinnen.“ ■

¹ Vgl. hierzu Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa, Jahrbuch Kulturwirtschaft 2007, 4. Jahrestagung Kulturwirtschaft, Berlin 2007

² Zitiert nach: www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/KuK/Navigation/kultur-kreativwirtschaft

³ Zur Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft im Handwerk vgl.: Klaus Müller, Michael Söndermann und Sebastian Markthor: Das Handwerk in der Kultur- und Kreativwirtschaft, Göttinger Handwerkswissenschaftliche Studien, Bd. 84, Herausgeber: Prof. Dr. Kilian Bizer, Duderstadt 2011

Infos

Studie „The economy of culture in Europe“:

☞ http://www.keanet.eu/ecoculture/executive_summary_en.pdf

Deutsche Zusammenfassung der Studie „The economy of culture in Europe“:

☞ http://www.keanet.eu/ecoculture/executive_summary_de.pdf

Schlussbericht der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ vom 11. Dezember 2007:

☞ <http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/16/070/1607000.pdf>

Positionspapier „Kultur in Deutschland aus Sicht der Städte“ des Deutschen Städtetages vom 5. November 2009:

☞ http://www.staedtetag.de/imperia/md/content/dst/kultur_in_deutschland.pdf

Positionspapier „Stadt.Kreativität.Entwicklung“ des Deutschen Städtetages vom März 2011:

☞ http://www.staedtetag.de/imperia/md/content/dst/pp_kreativitaet_entwicklung.pdf