

Popkulturförderung in Mannheim

SEBASTIAN DRESEL

Die schlichte Begrifflichkeit ist es, mit deren Hilfe die Systematik des als „Mannheimer Modell“ bezeichneten und hier zu schildernden Förder- und Entwicklungskonzeptes verdeutlicht werden soll. Popkultur, dieser gleichermaßen offene wie spezifische Begriff eröffnet der Stadt Handlungsoptionen und -felder, die auch jenseits einer rein musikalisch verorteten Genre-Auffassung von Popmusik ansetzen und die der Stadt Mannheim einen bis noch vor wenigen Jahren unvorstellbar rasanten, anhaltenden und in dieser Deutlichkeit sicherlich unerwarteten Image- und Strukturwandel ermöglicht haben. Die Offenheit des Themas (samt der geschaffenen und noch zu erörternden Strukturen) erweist sich nicht zuletzt in der selbstredend auch in Mannheim anhaltenden Debatte um den zukünftigen und gegenwärtigen Stellenwert der Kreativwirtschaft als ausgesprochen vorteilhaft.

Auch der zweite Wortbestandteil der Popkulturförderung ist von immenser Bedeutung in diesem Zusammenhang. Stellt sich doch die Frage, wie sich kommunale „Förderung“ von „Pop“ aus aktiv kulturellem und kooperativem Handeln einerseits und vorbereitender bzw. hintergründiger Bearbeitung von Grundlagen zusammensetzt. Grundlagen, auf denen (Pop-)Kultur (auch und in erster Linie von den diversen Popkulturakteuren selbst) entwickelt werden soll und kann. Die Anschlussfrage, ob eine einzelne Kommune oder Region im Rahmen einer zweifelsohne globalen Kultur überhaupt über wirkungsvolle Werkzeuge (im einen wie dem anderen Gesichtspunkt) verfügt und wenn ja, über welche, beantwortet Mannheim eindeutig mit den hier noch zu schildernden Konzepten und ihrer Umsetzung. Oder kurz mit: ja – einige!

Gerade in der sich anhaltend digital vernetzenden Welt (eine bei aller Wiederholung und Floskelhaftigkeit anscheinend ausgerechnet in der

Kulturpolitik immer noch nicht als offensichtliche Zwangsläufigkeit begriffene Entwicklung) haben sich jenseits der großen Metropolen Entwicklungspotenziale aufgetan, die noch vor kurzem in dieser Form nicht denkbar waren. Die Popstandortfrage nämlich kann sowohl was Produktion aber auch Rezeption angeht dieser Tage längst nicht mehr so eindeutig pro Weltstadt beantwortet werden, wie das auch noch in den 1990er Jahren vollkommen selbstverständlich war.

Popkulturelles „Niveau“ (mittels Vergleich, Überblick, Wettbewerb, ja sogar „Street Knowledge“) oder „Zeitgeist“ kann beinahe überall nachvollzogen werden (was im Vergleich etwa zur Kunst oder zum Theater natürlich hauptsächlich in der Verfügbarkeit und Transportfähigkeit der zentralen Medien Musik und Mode begründet liegt). Wenn man also vor nicht allzu langer Zeit noch davon abhing, in der Nähe des schicksten Plattenladens, Clubs, Konzerthauses, Boutique zu wohnen, um Trends nicht zu verpassen, geht es heute darum, wie man die jederzeit verfügbaren Informationen im ganz großen Zusammenhang globaler Popkultur im eigenen noch so kleinen Dorf nutzt oder besser: Was für Schlüsse man aus ihrer Verfügbarkeit zieht. Dem zunächst gerechtfertigten Einwand, dass die klassischen Printmedien in dieser Rechnung nicht auftauchen, müssen heute die Partizipations- und damit Aktionsmöglichkeiten des interaktiven Netzes entgegengehalten werden.

Auch hieraus leitet sich das für manche Beobachter auf den ersten Blick verwunderliche Mannheimer Selbstbewusstsein ab: Es basiert gerade in der hiesigen Größenordnung auf den vergleichsweise kompakten und kurzen Informations- und Arbeitswegen, die einen Vorteil gegenüber zwar quantitativ vielseitigeren aber eben auch deutlich schwieriger zu koordinierenden Städten oder deren Netzwerken haben.

Um die besagten Arbeitszusammenhänge zu verdeutlichen, bedarf es einer groben organisatorischen Schilderung der Struktur, durch die sich das „Mannheimer Modell“ zunächst charakterisieren lässt. An erster Stelle steht (wenngleich auch nicht in der Abfolge der Ansiedlung) ohne Zweifel die durch das Land Baden-Württemberg, die Stadt Mannheim und einer ganzen Reihe weiterer Gesellschafter getragene Popakademie Baden-Württemberg, deren Arbeitsfeld über das Kernangebot zweier Studiengänge (Popmusikdesign = Musikstudium und Musikbusiness = Wirtschaftsstudiengang) weit hinaus reicht. Eingebettet sowohl in die Popförderung des Landes und darüber hinaus auch in europäische Aus- und Weiterbildungsnetzwerke ist die Popakademie längst als europaweites Best-Practice-Beispiel etabliert.

Zum Beginn des Jahres 2009 befindet sich die Akademie in ihrer nächsten Ausbaustufe und eröffnet mit dem SmixLab einen Studiengang (samt digitalem Labor), der sich aufs digitale Musikgeschäft konzen-

triert. Die Ansiedlung der Akademie hat für die Stadt Mannheim schon auf ganz praktischer Ebene einen ungemein wichtigen Effekt. Der quantitativ überschaubare aber durch die Auswahlverfahren der Akademie konzentrierte jährliche Zuzug kreativer Köpfe hat innerhalb weniger Jahre zu einer greifbaren Veränderung des dargebotenen und nachgefragten popkulturellen Niveaus geführt – und damit einhergehend eben auch zu einer gesteigerten Strahlkraft des Geschehens. Das ist allein durch den Umstand zu erklären, dass durch den stetigen Zuzug von Musikern und angehenden Musikmanagern der „Druck“ oder besser die Erwartungshaltung auf bzw. an die Szene und deren Angebote massiv zugenommen hat. Aber auch die Tatsache, dass im räumlich begrenzten Stadtteil-Zusammenhang, auf den noch einzugehen sein wird, das gesteigerte „popkulturelle Grundrauschen“ durch die Studentenschaft schon im Straßenbild nachweisbar ist, macht die Veränderung auf den ersten Blick deutlich. Zumindest für den Beobachter mit lokalen Referenzempfindungen.

Die zweite Säule des Modells ist der in der Nachbarschaft der Popakademie angesiedelte und ebenfalls neu (bzw. zunächst) errichtete Musikpark Mannheim, bei dem es sich um das 2003 eröffnete erste Existenzgründerzentrum in der Musikwirtschaft der Bundesrepublik handelt. Die Organisation des Musikparks bemüht sich um möglichst effektive Nutzung der internen Synergieoptionen und bündelt das Angebot der angesiedelten Firmen auch als Agentur nach außen, indem sie das Portfolio der Mieterstruktur zur Kundenakquise nutzt. Gezielte, auf Anforderungen von Kleinstgründungen zugeschnittene Einstiegsangebote ermöglichen potenziellen Gründern (nicht nur aber auch aus der Popakademie) den direkten Einstieg in eine von professionellen Strukturen geprägte aber dennoch kleinteilige Arbeitsumgebung.

Die dritte (und nicht als Gebäude daher kommende) Säule des Mannheimer Modells und das Verbindungsglied zur nicht institutionalisierten vierten (nämlich der „Musikszene“ als solches) ist mit dem Beauftragten für Musik und Popkultur der Stadt Mannheim (und dem Autor dieses Artikels – um die Perspektive zu verdeutlichen) benannt. Es handelt sich um eine explizite Netzwerkposition, die an den Schnittstellen zwischen Stadtverwaltung und eben jener regionalen Szene wirkt, die wiederum gleichermaßen als Säule wie auch als zu förderndes und auszubauendes Dach des Modells bezeichnet werden kann. Die Kontakte zu Institutionen wie Musikhochschule, Musikschulen oder auch Museen, zu Medien und Akteuren, zu „Austragungsorten“ von Popkultur wie Clubs und Bars sind es, die das Netzwerk funktionsfähig machen. Des Weiteren sind es die Jugendförderinstitutionen und Organisationen der Stadt aber letztlich auch der öffentlicher Raum, in dem sich Jugend- und Popkultur

einen Platz zu schaffen sucht. Der Arbeitsbereich wirkt einerseits zwischen Verwaltung und Privatwirtschaft, aber andererseits auch zwischen professioneller Musikwirtschaft und Hobby- bzw. Freizeitkultur. Und schließlich wirkt er nicht zuletzt innerhalb der heterogenen Szene selbst, deren Selbstorganisation gegenüber der (Kultur-)Politik und Stadtverwaltung deutlich verbessert wird.

Die Stelle des Beauftragten ist es, die an dieser Stelle in den Mittelpunkt der Betrachtungen tritt. Nicht nur, weil die Autorenschaft eine detaillierte Binnensicht ermöglicht sondern in der Hauptsache, da Popakademie und Musikpark zwei zwar immens wichtige, aber dennoch in sich selbst weitestgehend autark agierende Institutionen sind, die also solche bewusst Eigeninteressen entwickeln und einen in sich selbst wesentlich komplexeren Studiengangorganisation, aber nach außen weniger den Gesamtzusammenhang steuernden, Aspekt des Modells verkörpern. Insofern ist die Beauftragtenstelle als „Steuerungseinheit“ für die Verdeutlichung des strategischen kommunalen Popförderhandelns an dieser Stelle besser geeignet, auch wenn die Stelle nicht als eine solche Einheit angelegt ist (zumindest was die Belange der erstgenannten Institutionen betrifft, die absolut eigenverantwortlich aber eben im Verbund handeln).

Die nicht zu vernachlässigende verwaltungsorganisatorische Ansiedlung der Stelle ans Kulturamt der Stadt dient zunächst der Einbeziehung und der besagten „Interessenvertretung“ des Themas in der Stadtverwaltung selbst. Hier wird zudem eine Seite des zweifachen Anspruchs auf Anerkennung deutlich, den Popkultur in der Diskussion vielfach noch immer explizit einfordern muss. Nämlich, als wesentliches (bzw. in einem gewissen Sinne klassisches) Kulturgut wahrgenommen zu werden, das sich in bestimmten Bereichen noch immer den Status als „förderwürdige“ Kultur erstreiten muss. Der zweite Aspekt des Ringens dreht sich um die Anerkennung als Wirtschaftsfaktor mit den bekannten Eigenheiten extremer Heterogenität, wirtschaftlicher Kleingliedrigkeit, einem hohen Grad an Image-Wirksamkeit bis hin zu massiver und nach wie vor maßlos unterschätzter Wirkung auf die Standort-Attraktivität insgesamt. Diese Eigenschaft ist es, die eine anhaltende und intensive Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung der Stadt begründet aber auch erforderlich macht. Dass der unlängst erfolgte neue Zuschnitt der Mannheimer Dezernatsstruktur zu einer Zusammenlegung u. a. des Wirtschafts- und des Kulturressorts geführt hat, ist alles andere als ein Zufall, sondern versinnbildlicht bereits an der Verwaltungsspitze die strukturelle Arbeitsweise der Popkulturförderung.

Für den bereits angesprochenen Förderprozess im Sinne der „Wegbereitung“ liegen die wesentlichen Potenziale für kommunale Popkulturförderung innerhalb der städtischen Verwaltungsstruktur. Gleichmaßen beschränkt wiederum sind die Handlungsspielräume. Insbesondere dann, wenn es um „Konflikte“ mit Landes- oder Bundesgesetzgebung geht. Zieht man das Thema Lärmschutz als Beispiel heran, wird ohne große Erklärungen deutlich, dass Fragen etwaiger musikalischer Aufführungen in allerlei Zusammenhängen bald nur in engen rechtlichen Korridoren beantwortet werden können.

Die Erwähnung sämtlicher gaststättenrechtlichen Genehmigungsfragen gepaart mit baurechtlichen und feuerpolizeilichen Rahmenbedingungen verdeutlicht den Handlungsrahmen der Fachverwaltungen. Dabei handelt es sich um Verwaltungseinheiten, die sich gemeinhin kaum selbst einen Kultur- (geschweige denn einen Popkultur-) Förderauftrag attestieren würden. Als Grundvoraussetzung für die Bearbeitung des Themenkomplexes (und letztlich für einen Großteil der strukturellen Popkulturförderansätze) muss demnach die strategische Verortung des Themas durch die Verwaltungsspitze gelten. In der Betonung der Querschnittszuständigkeit und der internen Verwaltungskommunikation durch den Oberbürgermeister können viele Ansätze, die für die Entwicklung des Themas Popkultur wesentlich sind, zunächst einmal erkannt und dann deutlich effektiver bearbeitet werden. Aber auch vergleichsweise banale Effekte setzen genau an dieser Stelle an.

Die erfolgreiche Positionierung Mannheims als Musikstadt und ihrer „Organe“ wie der Popakademie haben (vor allem durch die stellenweise immens aufwendigen flankierenden Maßnahmen und Kommunikationsstrategien des Mannheimer Stadtmarketings) zu einer enormen Bewusstseinssteigerung, natürlich auch innerhalb der Stadtverwaltung, geführt und so die Behandlung konkreter Anfragen im Sinne popkulturellen Nutzungen erheblich erleichtert.

Nun werden durch Kommunikationsstrukturen keine Lärmgrenzwerte verändert oder GEMA-Gebühren verringert, aber Genehmigungsverfahren können bei entsprechendem Verständnis z. B. deutlich an die notwendigen Zeitab- und Vorläufe des Veranstaltungswesens angepasst werden. Die erfolgreiche öffentliche Positionierung als „Musikstadt“, „Popstadt“ oder „Ausgestadt“ ist zwar zunächst nach außen gerichtet, wirkt aber nicht zuletzt auch innerhalb der Verwaltung. Beide Richtungen sind gleichwertige und sich stellenweise gegenseitig bedingende Elemente des gleichen Vorganges und die quer liegenden Verantwortungen sind es, die verdeutlichen, wie sich ein Thema wie „Popkultur“ steuern lässt.

Das Mannheimer Vorgehen hat exemplarisch gezeigt, dass politische Initiative (des zur Zeit der Planung und Initiation des Modells noch als Kulturdezernent tätigen und heutigen Oberbürgermeisters Dr. Peter Kurz) eine entscheidende Rolle spielen kann und welchen Einfluss ein bis vor wenigen Jahren eindeutig lediglich als Nischenthema wahrgenommener Bereich wie Popkultur auf Stadtentwicklung insgesamt nimmt.

Stadtentwicklung meint hier auch handfeste stadtplanerische Gesichtspunkte. Wie bereits erwähnt hat die absichtsvolle Ansiedlung (bzw. der Neubau) der Popakademie und des Musikparks im ehemaligen Hafenviertel Jungbusch zu einer massiven und messbaren Aufwertung des Quartiers geführt. Die Erschließung des sogenannten Verbindungskanals mittels der Errichtung einer Promenade ist ein weiteres bauliches Beispiel – die sich noch immer intensivierende Zusammenarbeit zwischen den neuen Institutionen und dem sei den 1980er Jahren erfolgreich arbeitenden Quartiersmanagement des ehemaligen Problemkieses ein anderes.

Auch die weitere Erschließung des Viertels und ehemaliger Brachen durch Konzentration zukünftiger wirtschaftsförderlicher Maßnahmen mit Zielsetzung der Förderung der Kreativwirtschaft wird ausgehend vom Thema „Popkultur“ den Stadtteil und damit die Stadt insgesamt in den nächsten Jahren weiter verändern. Bei all den planerischen Überlegungen sind es jedoch einmal mehr die Menschen, die den Großteil der Veränderung mit sich bringen. Der Wandel vom Problem- zum Studentenviertel ließ und lässt sich im Hafenviertel Jungbusch beinahe täglich beobachten.

Die Tatsache nun, dass immer mehr Städte ihr eigenes kreatives Potenzial entdecken und zu fördern suchen, wird Mannheim in der Zukunft Dank der bereits gesammelten Erfahrungen eher zum Vorteil reichen. Die Erfahrungen, die sich Stadt und Region in der naheliegenden und kommenden Ausweitung der Fördermaßnahmen auf die die Stadt einbettende europäische Metropolregion Rhein-Neckar zunutze machen möchten, haben auch dazu geführt, dass Mannheim selbst zu einem Ansprechpartner für andere Städte/Regionen und Organisationen geworden ist.

Diese zusätzlichen Anknüpfungspunkte sind es, die das Popkulturnetzwerk durch ständigen Austausch entscheidend bereichern. So sind es die vorhandenen Strukturen der Stadt, die den Akteuren schon heute im europäischen und nationalen Umfeld regen Austausch von Informationen und Kontakten ermöglichen (bspw. auf der Ebene von konkreten Festivalpartnerschaften). Die Zielsetzung lautet, als „Kompetenzzentrum“ auch international wahrgenommen zu werden. Nun ist „Kompe-

tenz“ in Popkulturfragen ein stellenweise nur diffus zu zeichnender Begriff. Zum einen kann man darunter selbstverständlich die fundierte und der Schnellebigkeit sowie dem radikalen Umbruch des Musikgeschäftes angepasste Ausbildung an der Popakademie verstehen.

Darüber hinaus mögen es schwer messbare Bereiche wie innovative Ausgeh- und Konzertkultur sein, die einen wesentlichen Teil zur Wahrnehmung als in diesem Bereich „kompetente“ Stadt“ beitragen. Das zuvor als „popkulturelles Grundrauschen“ bezeichnete Klima der Stadt, das wie nebenbei von einer regionalen Wirtschafts- und Bildungsstandortstruktur flankiert wird, die mit IT-Technologie Weltmarktführern einerseits und einer bundesweit anerkannten Hochschule für Gestaltung aufwarten kann, ist Grundlage der begründeten Hoffnung, dass das Mannheimer Modell auch weiterhin als Erfolgsmodell für Entwicklung, Austausch, Innovation und letztlich (und vor allem) für viel lebendige und sich ständig selbst erneuernde gegenwärtige Popkultur sorgen wird.

