

Fragmentierte Ordnungen

BASTIAN LANGE, ARES KALANDIDES, BIRGIT STÖBER, INGA WELLMANN

Ist die Kreativwirtschaft steuerbar und wenn ja, wie und durch wen? Wie lässt sich Kreativität unterstützen, welche Infrastrukturen benötigen Erwerbstätige in den Bereichen Kunst und Kultur, und inwiefern ist der Begriff Governance anwendbar für die Kultur- und Kreativwirtschaft?¹ Diese Fragen haben die Herausgeber der vorliegenden Anthologie dazu veranlasst, Praktiker, Wissenschaftler und Kreative einzuladen, ihre Erfahrungen, Erwartungen und Einschätzungen zu formulieren und hier erstmalig vorzustellen.

Die Kreativwirtschaft als Gesamtbranche wird in Deutschland erst seit vergleichsweise kurzer Zeit aktiv auf Bundesebene wahrgenommen.² So widmet der Abschlussbericht, den die Enquête-Kommission „Kultur in Deutschland“ im Dezember 2007 nach vierjähriger Arbeit dem Bundestag überreichte, der Kreativwirtschaft ein gesondertes Kapitel und räumt ihr eine wichtige wirtschaftliche Bedeutung ein. Bereits im Frühjahr 2007 wurde das Thema erstmals im Rahmen einer eigenen Plenardebatté im Bundestag verhandelt, dabei reichten vier von fünf Fraktionen Anträge zur Förderung der Kulturwirtschaft ein. Ein halbes Jahr später wurde das Konzept für eine „Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft“ der Bundesregierung unter Leitung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie und in Kooperation mit anderen Bundesmi-

-
- 1 Wenn im Folgenden von „Kreativwirtschaft“ die Rede ist, dann beziehen wir uns auf die seit 2008 durch die Kultur- und Wirtschaftsministerkonferenz im Bund verabschiedete Definition und Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft (BMWi 2009).
 - 2 Auf Bundesländerebene wird die Allianz von Kultur und Wirtschaft bereits seit den frühen 1990er Jahren beachtet; Vorreiter war hier das Land Nordrhein-Westfalen.

nisterien vorgestellt. Seit Ende 2008 werden Branchenhearings veranstaltet, konkrete Ergebnisse werden 2009 erwartet.

Trotz großer politischer Zustimmung gibt es kontroverse Diskussionen insbesondere im Bezug auf Förderstrategien. Doch war für den bis Februar 2009 amtierenden Bundeswirtschaftsminister Michael Glos die Bedeutung der Kreativwirtschaft eindeutig: „Wir haben eine bedeutende Stahlindustrie, aber keiner weiß, dass die Kreativwirtschaft inzwischen fast zehn Mal so viele Menschen beschäftigt wie die Stahlindustrie.“³

Wie kam es dazu, dass kreativ bewertete Wirtschaftszweige ohne vergleichbare finanzielle Subventionen der öffentlichen Hand, wie sie die Stahl-, Chemie- oder Energiewirtschaft seit Jahrzehnten erhalten, einen zentralen Wachstums- und Beschäftigungsmarkt im Bund ausmacht und zunehmend gesellschaftliche Relevanz gewinnen? Welcher Wirtschaftskomplex geht mit dem Leitbegriff Kreativwirtschaft einher und wer repräsentiert ihn?

Aus dieser ersten Fragestellung lässt sichogleich eine zweite ableiten: Wie ist in diese vielschichtige und heterogene Ökonomien unterstützend einzugreifen, ohne ihre höchst individuelle Funktionalität, ihr Autonomiestreben und ihren gesellschaftlichen sowie kulturpolitischen Mehrwert zu beeinträchtigen? Ist dieses Steuerungsparadoxon aufzulösen, und wenn ja, wie?

Diese Fragen verbinden sich zu einer übergeordneten Leitfrage für diese Anthologie: Ist die Kreativwirtschaft steuerbar und wenn ja, wie und durch wen? Universelle Erklärungsmuster, wie sich diese kreativen Ökonomien formieren, versagen ebenso wie die Suche nach konkreten Rezepturen, mit deren Hilfe Fachadministrationen, Investoren aber auch Kulturpolitiker erfolgreich eingreifen könnten. Sowohl das Verstehen der Formierung der Kreativmärkte erscheint von zentraler Bedeutung zu sein, als auch die sich daraus ableitenden Steuerungspraktiken.

Dass wir es nicht mit versteckten Märkten oder einem unsichtbaren Handlungsfeld zu tun haben, zeigen diverse statistische Berichte, häufig in Form von „Kulturwirtschaftsberichten“, die mittlerweile in vielen deutschen Städten (und sogar auch Stadtteilen) publiziert werden.⁴ Ad-

3 Rede des Bundesministers für Wirtschaft und Technologie Michael Glos, MdB, anlässlich der Eröffnung der Popkomm 2007, am 19.9.2007 in Berlin.

4 So gab das Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Technologie des Landes Nordrhein-Westfalen 1992 den ersten Kulturwirtschaftsbericht sowie die so genannte Essener Erklärung heraus; mittlerweile ist der fünfte Kulturwirtschaftsbericht in Nordrhein-Westfalen erschienen. Seither nahmen auch andere deutsche Bundesländer diese Art der Inventarisierung ihres kulturellen und kreativen Bestandes bzw. Potenzials auf und signalisi-

ministrative Initiativen und privatwirtschaftlich organisierte Plattformen leisten ihresgleichen, um die gesellschaftliche Akzeptanz und Legitimation einer zunehmenden Zahl von Arbeits- und Lebensentwürfen in diesen Ökonomien zu erlangen. Uns erscheint es sinnvoll, im Zuge der Frage nach der *Governability* der Kreativwirtschaft, also der Steuerbarkeit, immer auch nach zentralen Elementen der Formierungslogik dieses jungen Handlungsfeldes zu fragen, d. h. nach dem strukturell Neuen dieser Ökonomien.

Governance der Kreativwirtschaft

Das Konzept und den Begriff Governance auf das Handlungsfeld der Kreativwirtschaft anzuwenden, ist erklärbungsbedürftig und stellt eine komplexe Herausforderung dar. Erklärungsbedürftig, weil beide Konzepte relativ jung sind und sich somit nicht durch belastbare Definitionen ausweisen. So ist der Begriff Governance gegenwärtig in den Human-, Rechts- und Wirtschaftswissenschaften ein Leitbegriff. Die Leitfunktion erhält der Begriff dadurch, dass der hierarchische, zentralistische und dirigistische Charakter traditioneller staatlicher Steuerungsformen durch neue, dezentrale, netzwerkartige Formen der Kontextsteuerung ergänzt und teilweise abgelöst wird (Brand 2004). Besonders in der raumbezogenen Governance-Debatte wurde der Begriff weiter entgrenzt (Haus et al. 2005) und auf Fragen der Verhandlung von raumrelevanten Ressourcen in Metropolregionen übertragen.

Ähnlich vage ist die Definition des Begriffs Kreativwirtschaft. Er erfreut sich zwar seit dem Jahr 2008 einer „offiziellen“ Definition durch die Wirtschafts- und Kultusministerkonferenz, gleichwohl wird die Verwendung der Begriffe Kreativität und Kreativwirtschaft von der Fachöffentlichkeit weiterhin kritisch beäugt. Nicht zuletzt wird diese Debatte durch den kaum fixierbaren Leitbegriff Kreativität immer wieder neu entfacht, weshalb „Rückrufaktionen“ gebotener denn je erscheinen (Althans et al. 2008).

So gesehen wagt die vorliegende Anthologie just in dem Moment, in dem langwierige Definitionsversuche am Konzept Governance und angemessene statistische Abgrenzung des Branchenbegriffs Kreativwirtschaft vollzogen wurden, eine weitere Entgrenzung: Sie prüft die Anwendung des Begriffs Governance auf aktuelle Formierungslogiken von

sierten damit die Wichtigkeit des Themas Kultur- bzw. Kreativwirtschaft oder auch Creative Industries.

Marktteilnehmern, Märkten und momentane Förderpraxen für die Kreativwirtschaft.

Dabei wird mit dieser Anthologie ein weiterer Schritt in der Analyse des Handlungsfelds Kreativwirtschaft vollzogen, in dem ihre Formierungspraxis untersucht wird. Aufgrund des hybriden und schnell wandelnden Charakters dieser Märkte überprüfen wir die Schnittstellen zu anderen, auch etablierten Dienstleistungssegmenten. Dadurch kann eine erste Erweiterung des eng definierten Begriffs Kreativwirtschaft erfolgen, hin zum strategischen Begriff von Kreativökonomie, den z. B. das Land Nordrhein-Westfalen seit 2008 verwendet.

Zusätzlich bemühen sich die Autoren dieses Buches darum, die Aktivitäten der Kreativwirtschaft im Kontext ihrer jeweiligen sozialräumlichen Bedingungen sowie ihren spezifischen Funktionsprinzipien gerecht zu werden.

Abgrenzungsbestrebungen und Definitionsabsichten auf fachöffentlicher Seite führen leicht dazu, Gegenstände durch Beschreibungen eher zu bereinigen, als ihre auch mögliche paradoxe Komplexität und irritierende Heterogenität zuzulassen. Dies erscheint aber gerade für dieses Spannungsfeld notwendig, da weder vollendetes Wissen um die Formierungspraxis der Kreativwirtschaft vorliegt, noch Governance-Verständnisse für dieses junge Handlungsfeld. Vor diesem Hintergrund erhält die vorliegende Anthologie, deren Vorhaben es ist, die komplexen Kontexte der Kreativwirtschaft aufzuspüren und zu diskutieren, hohe analytische sowie praktische Relevanz.

Die Anwendung der Dimension Governance auf die der Kreativwirtschaft ist ein neues Unterfangen, das erst seit wenigen Jahren als Forschungs- und Handlungsfeld in Augenschein genommen wird. Im Kern der Debatte stehen zweifelsohne übergeordnete Fragen, nämlich die nach der Autonomie von Kunst und Kultur sowie dem gesellschaftlichen Stellenwert ihrer Hauptprotagonisten, den Künstlern und Kulturschaffenden. Daran knüpft sich die Frage nach ihrer Selbstbestimmtheit im Spannungsfeld zwischen existenzsichernder Arbeit, individuellen Verwirklichungsoptionen und gesellschaftlicher Akzeptanz.

Im Folgenden wird ausgelotet, wie Handlungs- und Gestaltungsfreiheiten mit Markterfordernissen abgestimmt werden können, wie die Einbindung in soziale Vertrauensnetze mit Marktmechanismen und damit verbundenen Konkurrenzsituationen abgewogen werden und wie sich die Notwendigkeit individueller Verwirklichung in Beziehung zu kollektiven Interessen darstellen. Diese Binnensicht erklärt wesentliche Dimensionen der Formierungspraxis der Kreativwirtschaft. Sie wird im weiteren Verlauf als Self-Governance (Kooiman 2003) konzeptiona-

lisiert, um am Fall der Kreativwirtschaft einen systematischen Brückenschlag zu Co-Governance- sowie hierarchischen Governance-Formen zu eröffnen.

Governance

Das Wort Governance ist als Alltagsbegriff im englischen Sprachraum gebräuchlich, mit dem „the act or manner of governing“ bzw. „the office or function of governing“ bezeichnet wird (Oxford Dictionary). In Anlehnung an diese alltägliche Bedeutung wurde der Begriff aber als Bezeichnung für eine wissenschaftliche Perspektive herangezogen.

Ein Konzept von Governance zielt nicht nur auf die Beschreibung der Handlungskoordination verschiedener Akteure, sondern vielmehr auf die unterschiedlichen Formen und Mechanismen dieser Koordination. Unter Formen versteht Benz (2007) Strukturen der kommunikativen Interaktion, die aus einem dauerhaften Zusammenwirken folgen oder durch Regeln institutionalisiert werden können. Prozessverläufe, die sich begründet im Rahmen dieser Interaktionsformen ergeben, werden demzufolge als Mechanismen bezeichnet. Daraus lassen sich die Beitrachtungsmerkmale der Governance-Perspektive ableiten.

Daneben existieren weitere Anwendungsmöglichkeiten des Governance-Begriffs, die weniger analytischer denn normativer Natur sind: Good Governance (Kötschau 2008), Globale Governance (Gruber 2008) oder Corporate Governance (Sick 2008), die letztlich auf der Annahme „guten“ Regierens und Führens aufbauen. Anders als diese Konzepte steht das eingangs adressierte Konzept von Governance für einen analytischen Werkzeugkasten zur Beschreibung und zum Verstehen kollektiven Handelns (Benz 2007).

Während sich die Governance-Debatte in Deutschland lange Zeit am staatstheoretischen Begriff Steuerung abgearbeitet hat und somit Governance im staats- und demokratietheoretischen Verständnis bearbeitet wurde, erweitert die internationale Debatte das Governance-Konzept. Insbesondere Kooiman (2003) schlägt verschiedene *Modes of Governance* vor, die hier kurz skizziert werden. Diese Perspektive ist im Kern eine interaktionsbasierte und dadurch im Wesentlichen eine soziologische, wodurch sie in der Auslegung von Kooiman weitaus stärker durch gesellschaftliche Diagnosen informiert wird. So stehen Fragen der sozialen Differenz, der gesellschaftlichen Komplexität und den daraus erwachsenen Dynamiken im Mittelpunkt seines heuristischen Rahmens. Folgende *Modes of Governance* werden näher betrachtet:

Self-Governance

Self-Governance verweist auf kommunikative Formen der Selbstorganisation und Selbststeuerung, die gerade in so genannten Kreativzenen und Kreativmilieus (Lange 2007) deutlich zu erkennen sind. Diese Gebilde weisen keine hierarchische Macht- und keine formale Repräsentationsstruktur auf. Als regelrecht autopoietische Teilsysteme sind sie durch ihre wirkmächtigen und abgeschotteten Binnenlogiken von außen für Uneingeweihte schwer zugängliche Kommunikationsfelder. Umgangssprachlich verdeutlicht der Begriff Künstlerzirkel diese Praxis. Die verschlossenen Kommunikationsnetze sind für die Teilnehmer essentiell: sie stellen einen geschützten Rahmen dar, um z. B. noch unfertige Produkte hinsichtlich ihrer Wirkung auf ein Publikum testen können.

Aufgrund dieser oftmals kontaktdichten Sphären ist es aus der Sicht einer Förderperspektive schwierig, in diese informellen Netzwerke stabilisierend und unterstützend einzugreifen. Fragen der Interessenvertretung, der Abstimmung und der Selbstbeschreibung sind entweder schwach entwickelt, spielen mit der Rolle des Außenseiters, oder schottern sich gegen andere Logiken zur Wahrung ihrer Individualität ab (Kooiman 2003: 82). Gleichwohl sind diese Binnenlogiken auch immer als fruchtbare Basis intensiver Selbststeuerungsmechanismen anzusprechen: Auf dieser Grundlage können auch formalere und komplexere Steuerungsformen verhandelt werden, da in diesen Selbststeuerungsformen das Wissen um Formierungspraktiken zwischen den Akteuren vorhanden und erprobt sind. Finden Akteure verschiedener Teilsysteme z. B. in Form von Netzwerken (Messen, Ausstellungen usw.) zusammen, so treffen nicht nur verschiedene Selbststeuerungslogiken aufeinander, vielmehr weist die Steuerungspraxis des Netzwerks notgedrungen eine eigene Governance-Praxis auf, für die zunächst kein vorhandenes Wissen um Spiel- und Verfahrensregeln zwischen unterschiedlichen Netzwerksphären vorliegt.

Heterogene Steuerungslogiken sind sodann im Sinne von Kooiman zunächst Formen der kommunikativen Störung, die sich zwischen autopoietischen Teilsystemen ergeben. Sie sind dabei per se zunächst unorganisiert, fluide und informell. Explizites Wissen um Formalisierung dieser Störungszone ist nicht vorhanden, so dass Netzwerk- und Milieuwissen einen übergeordneten Stellenwert erhalten, um zielführende Interaktion überhaupt aufrecht zu erhalten. Dieser Blick auf die Steuerungsverhältnisse erscheint gerade für junge und emergierende Märkte, wie sie zu einem großen Teil in den Kreativbranchen vorzufinden sind, relevant, da auch etablierte Interessenvertreter von z. B. der Film- und Kunstbranche oftmals eine große kommunikative und lebensweltliche

Distanz zur Basis aufweisen, oder mitunter einer schmalen, aber nicht repräsentativen Klientel das Wort reden.

Gleichwohl sind diese kommunikativen Störungszonen zwischen Teilsystemen auch immer die Grundlage für neue Lösungswege, dafür, wie die Störungen beseitigt und wie passende und erfolgreiche Verfahrensregeln der Kollaboration und Kooperation etabliert werden können. An diesen Schnittstellen und kommunikativen Bruchzonen begegnen die zahlreichen mikrokollektiven Produktionsnetzwerke der Kreativwirtschaft den etablierten und zugleich strukturell machtvollen und repräsentativen Systemen der Gesellschaft.

An diesen Stellen artikuliert sich das „Eigene“, gewissermaßen der genetische Code dieser Mikrokollektive, zunächst in Form von neuen Sprech- und Sichtweisen über neue Produkte sowie neue Verfahrens- und Produktionsweisen. Darüber hinaus verweist es eben nicht auf gleichberechtigte Interaktionspartner sondern auf hochgradig unterschiedliche Kommunikationsregeln und Interaktionspraktiken. Als Konsequenz dieser kommunikativen Differenz erwächst eine neue, wenn auch noch kleine, professionelle Gruppe von Schnittstellenakteuren (siehe Wellmann in diesem Band), die nicht nur Verbindungen zwischen getrennten Welten herstellen, sondern auch in der Lage sind zu erläutern, worin diese Trennung liegt und wie ein Mehrwert aus einer kommunikativen Interaktion folgen könnte. Gelingen Interaktionen zwischen verschiedenen Teilsystemen, spricht man von Co-Governance.

Co-Governance

Das Vorzeichen „Co“ verweist auf verschiedene Formen der Kooperation, der Kollaboration sowie der Kommunikation, um mit und gegenüber Anderen spezifische Interessen zu vertreten. Dazu gehören auch soziale Netzwerke, die als eine Form des Co-Governance anzusprechen sind.

Die kommunikative Dimension setzt zum einen die Fähigkeit zur Verständigung voraus und bewertet Kommunikation als eine Form von Governance, da sie gegenüber formalisierten Verfahren (Bürokratie) oder Wettbewerbsverfahren (Markt) adäquater, weil situationsbezogener ist und zudem als dialogische Form neutraler und reflexiver mit struktureller Macht umzugehen weiß. Zu der Form Co-Governance gehören auch die lange Zeit im Scheinwerferlicht der Kommunalpolitik stehenden Public-Private-Partnerships (PPP).

Die Dimension Vertrauen spielt eine wesentliche Bedingung von Interaktion und verweist auf die Labilität temporärer Kooperationspraxis hin. Gerade der öffentliche Sektor ist durch die Verbindung und die Al-

lianzen mit Marktteilnehmern oftmals Legitimationsproblemen ausgesetzt. Dies zeigt sich z. B. in der Diskussion um den Stellenwert und die Relevanz der öffentlichen Kulturförderung im Verhältnis zu Marktbedingungen.

Als eine zentrale Kategorie von Co-Governance-Formen sind auch soziale Netzwerke zwischen Firmen, Non-Profit-Organisationen (NGO) oder öffentlichen Einrichtungen als separate Verhandlungssphären anzusprechen. Weitaus relevanter für Governance-Perspektiven sind aber Interaktionsformen zwischen der Sphäre Gesellschaft und Markt sowie Zivilgesellschaft und Staat. Co-Governing hebt sich von situativen Formen der Self-Governance in der Gestalt ab, als dass Co-Governance-Formen systematische Kombinationen von verschiedenen Interessen darstellen. Auch diese können situativ und temporär seien, müssen sich also gegenüber Self-Governance-Formen nicht durch einen höheren Formalisierungsgrad der Interaktionsbeziehungen auszeichnen.

Hierarchische Governance

Hierarchische Governance mit Top-down organisierten, mechanistischen Formen des *Government* gleichzusetzen, würde ausblenden, dass hierarchische Governance-Formen auf die Frage der Steuerung sowie der Steuerungsrichtung abzielen. Im Vordergrund steht dabei die Frage von Kontrolle über die Steuerungsrichtung, was angesichts wachsender Komplexität in den jeweiligen Steuerungskontexten schwieriger wird. Nicht zuletzt zeigt die seit dem Herbst 2008 andauernde Finanzkrise, dass Selbstkontrolle nicht nur im Managementsegmenten schwer zu realisieren ist.

Auch seitens der öffentlichen Hand und seiner staatlichen Aufsichtsbehörden haben wichtige Kontrollfunktionen nicht gegriffen. Dieses Beispiel verdeutlicht auch die Reichweite des Kontrollanspruchs des Staats im Nach- und Fortgang der Finanzkrise, in der er als Kontrolleur in Marktkontexten wirken will, um die eingeleiteten Maßnahmen zu überprüfen. Daran zeigt sich auch, dass nach wie vor von starken steuernden staatlichen Rahmungen auszugehen ist, mitunter sind diese im Zuge der Europäisierung und der Neuformulierung von EU-Rechten, EU-Richtlinien und EU-Praktiken eher noch umfangreicher und komplexer geworden, als dies im Zuge von gesellschaftskritischen sowie neoliberalen Diskursen wahrgenommen wird.

Übertragen auf das Handlungsfeld der Kreativwirtschaft in Deutschland bedeutet dies, dass insbesondere der Staat im Bereich der Kultur- sowie Wirtschaftspolitik nach wie vor eine eindeutig normative Position einnimmt und mit seinen Definitionsvorgaben stark die Wahrnehmung

und Artikulation dieses Feldes beeinflusst. Das wirkte sich in dem jüngsten Definitionsansatz der Kultus- und Wirtschaftsministerkonferenz im Frühjahr 2008 aus, in der eine statistische Abgrenzung des Feldes gewissermaßen Top-down implementiert wurde.

Fazit

Die vorangegangene Darstellung dreier unterschiedlicher *Modes of Governance* hat das Ziel, nicht nur den Aspekt Self-Governance für das Handlungsfeld Kreativwirtschaft zu stärken, sondern ebenso den Aspekt der Schnittstellensteuerung (Co-Governance), wie er sich zwischen etablierten und nicht-etablierten Policy-Machern zu erkennen gibt.

Ebenso relevant erscheint aber auch der nach wie vor starke Staat als eine Entität, die auf dem Weg der Aktivierung und der Ermöglichung auch daran interessiert ist, kulturelle Güter und die von ihm geleisteten Investitionen zu kontrollieren. Gleichzeitig hat sich das Konzept Governance vor dem Hintergrund dieser drei *Modes of Governance* von seiner demokratie- und staatstheoretischen Ausrichtung gelöst und ist als Konzept zu einem umfassenden Instrumentarium avanciert, das die Analyse von Interaktionsbeziehungen innerhalb von komplexen Kommunikations- und Handlungsfeldern ermöglicht.

Ziel der vorliegenden Anthologie ist es also, aus vielen unterschiedlichsten Perspektiven, die Schnittstellen zwischen der Kreativwirtschaft und Governance-Formen zu hinterfragen und daraus Konsequenzen abzuleiten.

Das Konzept Kreativwirtschaft: Was ist daran neu?

Der Begriff Kreativwirtschaft skizziert nicht nur neue, als kreativ bewertete Ökonomien, er steht auch für ein neues gesellschaftliches Verhältnis zwischen Kultur und Ökonomie. Arbeit und Markt organisieren sich in und durch soziale Netzwerke, etablierte Sicherheiten werden sukzessive entwertet und formieren sich entlang neuer Wissens- und Kompetenzformen. Neue Geographien geben sich zu erkennen, aus dem Blick gefallene und deindustrialisierte Orte greifen nach dem hoffnungsvollen Zauber der „kreativen Stadt“, um einen Neuanfang einzuleiten. Neue Macher und Schnittstellenakteure, sogennannte Culturepreneurs, bestimmen als eine Art Raumpioniere mit ihrer Improvisationskompetenz die brachliegenden Zwischenräume mit neuen Produkten und ungeplanten Vermarktungsweisen. Sie inszenieren sich selbst als Marke und re-

präsentieren einen neuen Unternehmertypus, der für die etablierten Institutionen ungewohnt ist.

Innerhalb der Kreativwirtschaft verläuft aber eine Bruchlinie: Auf der einen Seite stehen traditionelle Kompetenzzentren der Kreativwirtschaft, die mitunter seit mehreren Jahrzehnten am Markt operieren. So stellt z. B. die Musikinstrumentenproduktion mit ihren kleinteiligen Manufakturstrukturen in Randlagen des Freistaats Sachsen ein wesentliches Schwergewicht der sächsischen Kreativwirtschaft dar. Auf der anderen Seite stehen neue, hochdynamische standortgebundene Märkte, v. a. der Software und Games Industrie.

Maßgebliche Triebfeder der Funktionalität dieser neuen Ökonomien sind die abnehmende Halbwertzeit der Gültigkeit von marktrelevantem Wissen, hoher Innovationsdruck und schnell wechselnde Projekt-kulturen. Diese meistens wenig technikaffinen Ökonomien ermöglichen, so eine positive Lesart, individuelle Selbstverwirklichung, sozialen Statusgewinn, aber auch, so die Kritik, nur sehr selektive ökonomische Existenzsicherung (Manske 2008). Dadurch werden Berufe, Arbeitsstrukturen, Wohnformen und Kommunikationsbedarfe grundsätzlich neu justiert.

Diese Märkte der Kreativwirtschaft werden von zahlreichen Befürwortern und Zukunftsforschern als eine Blaupause für die Neuformierung und Konstituierung eines als zukunftsträchtig bewerteten kreativen Zeitalters beschrieben. Die Bewältigung des Wandels hin zu einer durch Kreativität bestimmten Arbeits- und Lebenswelt geht aber mit einem zunehmenden Steuerungsbedarf der Städte einher, wobei die Steuerungswirkung gleichzeitig tendenziell abnimmt.

Bei der Neuentwicklung von Infrastrukturen, Wohn- und Arbeitsformen stellt sich daher das Problem, dass die oft nach wie vor traditionellen Instrumente und Lenkungssysteme nur wenig auf die Arbeits- und Interaktionsbedingungen der Kreativwirtschaft eingerichtet sind. Vor diesem Hintergrund kann die nachhaltige Wirkung der urbanen Steuerungspraxis nur schwach sein, woraus wir einen Bedarf nach neuen Steuerungsformen zwischen Staat, Privatwirtschaft und intermediären Akteuren ableiten.

Die Akteure der Kreativwirtschaft: Arbeit – Netzwerk – Governance

Der Wandel der Arbeit in der Kreativwirtschaft ist komplex und artikuliert neue Erwartungshaltungen an Individuen: Diese oszillieren im Spannungsfeld glamouröser Berufsbilder und Hoffnungen auf gesell-

schaftlichen Statusgewinn. Viele neue Berufsfelder sind kaum etabliert, übergeordnete Regulationsinstrumente fehlen weitestgehend, so dass Technologien des Selbstmanagements dominieren, um eine professionelle Existenz in diesem Handlungsfeld einzunehmen. Die hitzige Diskussion um die prekäre Arbeitssituation (Ellmeier 2001; Lorey 2007) übersieht mitunter, dass sich neben den individuellen An- und Aufforderungen zur Selbstorganisation die Arbeit in der Kreativwirtschaft entlang temporär wirksamer Kollektive formiert: während sich die Kreativszene als Digitale Bohème (Friebe/Lobo 2006) beschreibt und dabei – mal ironisch, mal distanzierend – als Avantgarde auftritt, antworteten die Sozial- und Raumwissenschaften mit nüchternen Begriffen wie Projektökologien (Grabher et al. 2004), Communities of Practice (Wenger 1999), Kreativszenen (Lange 2007) oder Wissensmilieus (Matthiesen et al. 2004). Allen ist gemein, dass gewerkschaftlich erkämpfte Freiheits- und Sicherheitsgarantien, die durch übergeordnete Vertretungen aufrecht erhalten und kontrolliert werden, zunächst nur äußerst schwache Wirkung in kreativ- und wissensökonomischen Kontexten haben. Vielmehr zeigen sich unter dem Vorzeichen von Selbstbestimmung neue und bislang wenig erprobte Arbeitskonstellationen, die sich durch ein hohes Maß an Passgenauigkeit an die Bedingungen der Arbeitswelt und der Arbeitsauffassung der Kreativwirtschaft auszeichnen. Flexibilität und Transformationsbereitschaft werden zu Schlüsselkompetenzen.

Gerade junge Unternehmer in der Kreativwirtschaft müssen gegenüber traditionellen (Kultur-)Institutionen, Grossunternehmen und finanziell intensiven Kulturproduktionen wie z. B. in der Filmwirtschaft üblich, signifikant anders operieren. Sie müssen ihre Tätigkeiten und ihre Verfahrensweisen sowie gemeinschaftlich-integrierte Projektsteuerungen in einem instabilen Kontext sowie einem jungen und zugleich hochdynamischen Markt verorten. Markteintritt und Aufmerksamkeitsmaßnahmen auf dem Weg der Identitätsbildung sowie der Entwicklung seiner Selbst als Marke müssen neu erfunden werden (Friebe/Lobo 2008; Lange 2008). Die dabei zu beobachtenden Arbeitsformationen und Arbeitsformate, also Netzwerke, temporäre Kollektive usw. lassen sich auch als Teil eines gesellschaftlichen Phänomens ansprechen.

Diese temporären Projektnetze der kulturellen Produzenten sind zwar mitunter durch instabile Finanzierungsgrundlagen bestimmt. Die international ausgerichteten Arbeitsnetze zielen neben der Einlösung eines symbolischen und Autonomiegewinns aber parallel auf den Aufbau eines zweiten Sicherheitsboden: den der sozialen Netzwerke. Diesen Netzwerken kommt eine maßgebliche Rolle zuteil. Es sind ad-hoc-Gebilde, situative Arbeitsformationen, die einen geringen Formalisierungsgrad aufweisen und in denen Vertrauen eine zentrale Bedeutung

spielt. Ein wesentliches Kennzeichen dieser Arbeitspraxis ist, dass die Akteure symbolische Güter produzieren, deren Bewertung nicht nur monetären Kriterien unterliegt. Zahlreiche erbrachte Leistungen vollziehen sich auf kollegialen und freundschaftlichen Ebenen, weisen also ein hohes Maß an sozialer Verbindlichkeit auf. Diese Netzwerke sind demnach reich an symbolischem und sozialem Kapital, wobei die Hoffnung allgegenwärtig sein mag, dieses Kapital der symbolischen und sozialen Art im bourdieuschen Sinne zu einem Zeitpunkt auch in ökonomisches Kapital umwandeln zu können. Die informellen Dimensionen des Handelns sind ein Kennzeichen für die Art und Weise, wie Markteintritt, Preisbildung und Entlohnung auf breiter Basis neu bewertet werden. Diese Praxis ist nicht neu, sie ist aus Kunstkollektiven ebenso bekannt wie in schwach regulierten Wirtschaftszweigen sowie der informellen Wirtschaft.

Trotz schwieriger Arbeits- und Existenzbedingungen wirken die kulturellen Produzenten der Kreativwirtschaft zunehmend proaktiv an der Erzeugung und der Entwicklung einer eigenen gesellschaftlichen Position. Ihre vernetzten temporären lokal-globalen Arbeitswelten fordern die etablierten Institutionen durch ihre ungewöhnlichen und gewissermaßen ungeordneten Verfahrensweisen heraus. Sie geben dabei fragmentierte Ordnungen zu erkennen. Den etablierten Institutionen fehlt oft noch ein geschickter Umgang mit existierenden gesellschaftlichen Instabilitäten. Sie haben dafür zunächst kein Steuerungs- und Handlungswissen parat. Zur Bewältigung dieses Defizits leistet die Anthologie einen ersten Beitrag.

Kreativwirtschaft als Motor von urbanen Restrukturierungen

Schon Jahre vor Richard Floridas publizistischem Erfolg erkannten europäische Regionalpolitiker sowie Stadt- und Regionalplaner die Wichtigkeit von Kultur und Kreativität zur Revitalisierung sowie Image- und Standortaufwertung von strukturschwachen Gebieten. Sowohl in Großbritannien, in Sheffield, als auch in Nordrhein-Westfalen wurden in den 1990er Jahren umfassende Aktivitäten zur Umwidmung von altniedrigen Industriellen Arealen in kulturelle Erlebnislandschaften in Gang gesetzt. Diese Maßnahmen, die Kultur als harten Standortfaktor ins Zentrum stellten, wurden zum Teil von neugegründeten Entwicklungsgesellschaften durchgeführt und von umfangreichen Informations- bzw. Marketingkampagnen begleitet, so dass Kultur und Kreativität zu einem wichtigen

Bestandteil von Stadt- und Regionalmarketing wurde (siehe Beitrag von Stöber und Kalandides in diesem Buch).

Diese Art der Marketingaktivitäten beschränkte sich jedoch nicht nur auf Städte und Regionen. Auch auf nationaler Ebene werden seit den 1990er Jahren Kampagnen zur Imageaufbesserung und Gewinnung von Aufmerksamkeit der positiven Art initiiert. Eine der bekanntesten, jedoch nicht unbedingt auch erfolgreichsten Unternehmungen dieser Art ist die „Cool Britannia“ Kampagne, die zu Tony Blairs Amtszeit nach der britischen Rinderwahn Krise das Image des Königreiches wiederherstellen sollte. Mit Hilfe dieser Kampagne sollte die britische Nation von ihrem veralteten *five o'clock tea image* befreit und mit dem neuen Image einer energischen, spannenden und liberalen Nation versehen werden.

Mit Hilfe neuer Governance-Formen wird versucht Nationen, Städte oder Kommunen im globalen Wettbewerb um Investitionen zu positionieren, wobei die Beteiligung an globalen Netzwerkbildungen im Blick behalten wird. Ökonomische Entwicklung in wissensbasierten und kreativen Branchen wird dabei aufgrund ihrer Komplexität als eine Aufgabe begriffen, die eine Vielzahl städtischer Akteure angeht. Urbane Steuerungsprozesse werden daher in zunehmendem Maße durch unterschiedliche Konstellationen von (lokal-)staatlichen, privatunternehmerischen und zivilgesellschaftlichen Akteuren getragen. Die Heterogenität der Akteure wird nachdrücklich als Merkmal partizipativer Steuerungsformen betont (Cars et al. 2002; Healey 2004).

Als private Akteure kommen nicht nur Unternehmen, Quartiersbewohner, lokale Vereine, zivilgesellschaftliche Initiativgruppen usw., sondern vermehrt auch neue Intermediäre (z. B. Unternehmensberater, private Entwicklungsgesellschaften, professionelle Mediatoren) ins Spiel. Auch die Akteure der Kreativwirtschaft, die „Kreativen“ selber, weisen – aufgrund ihrer Anbindung an unterschiedliche Netzwerke und Arbeit in unterschiedlichsten Projektkonstellationen – zunehmend so genannte Schnittstellenkompetenzen auf.

Die Komplexität neuer Ökonomien, die heute eben nicht mehr den gängigen betriebswirtschaftlichen Logiken folgt, sondern vielmehr auf immateriellem Kapital wie Anerkennung, Glaubwürdigkeit und multidisziplinären, sozialen Beziehungsnetzen beruht, machen diese Kompetenzen überlebensnotwendig. Auch die Möglichkeiten, die dem vernetzt arbeitenden Einzelnen durch neue Technologien, respektive Web 2.0, eröffnet werden, verändern die Strukturen der Einflussnahme auf Markt und Politik sowie die Wechselwirkung unterschiedlicher Disziplinen und Akteurskonstellationen. Dynamische Formen der Selbstorganisation treten an die Stelle organisierter Interessensvertretung, erreichen in der

Regel jedoch nur selten die politischen Entscheidungsträger in der öffentlichen Administration.

Deutlich wird jedoch, dass die besonderen Interaktionskulturen der Kreativwirtschaft auf der städtischen Maßstabsebene für ein strukturelles Paradoxon der Stadtentwicklung sorgen (DeFillippi et al. 2007; Grabher 2004; Lange et al. 2008a; Lange et al. 2008b): Während sich die ökonomischen Akteure soziale Einbettungszusammenhänge im Nahbereich schaffen, nimmt ihre Orientierung an überlokalen Arbeitszusammenhängen und Marktgeschehnissen ebenfalls zu. Die Verbindung zu lokaler Politik und Gesellschaft wird dadurch so distanziert, dass Beteiligungen an Steuerungsprozessen zwar erfolgen, aber nicht mit der erforderlichen Energie vorangetrieben werden. Über die organisationsbezogenen und sozialen Prozesse, die mit der Positionierung der Akteure der Kreativwirtschaft in diesen Governance-Prozessen zusammenhängen, ist derzeit kaum etwas bekannt.

Förderung der Kreativwirtschaft

Auch wenn die Bedeutung der Kreativwirtschaft in der Bundesrepublik Deutschland erst seit kurzer Zeit in gebündelter Form Gehör findet und ein gezieltes Engagement bislang aussteht, so werden einzelne Teilbranchen der Kreativwirtschaft bereits durch eine Vielzahl von Aktivitäten und Maßnahmen gefördert. Zu diesen Aktivitäten gehören etwa der Gründerwettbewerb Multimedia, der Designpreis, Messeförderungsmaßnahmen, der Deutsche Musikinstrumentenpreis oder die als öffentlich-private Partnerschaft angelegte Initiative Musik. Insbesondere die Filmwirtschaft erfährt besondere Aufmerksamkeit durch den Bund in Form verschiedener Auszeichnungen (Deutscher Filmpreis, Deutscher Drehbuchpreis, Kinoprogrammpreis) sowie Projektfilmförderungen finanziert durch den Deutschen Filmförderfonds.

Jedoch richtet sich die Förderpolitik des Bundes, genauer des Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM), in erster Linie auf die Entwicklung von Kunst und Kultur und der Unterstützung entsprechender Rahmenbedingungen und weniger auf die direkte Förderung von Unternehmen der Kreativwirtschaft. Im Gegenzug ermutigt das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie die Unternehmen und freiberuflich Tätigen der Kreativwirtschaft zwar, bestehende Wirtschaftsförderangebote in Anspruch zu nehmen, jedoch zeigt sich bei näherem Hinsehen, dass nur ein Bruchteil der Kreativwirtschaftsakteure die erforderlichen Bedingungen erfüllt. Dieser in Deutschland noch etwas unbeholfen anmutende Spagat zwischen Kultur und Wirtschaft ist

kennzeichnend für die Förderlandschaft der Kreativwirtschaft. Aufgrund der starken Wechselwirkung mit öffentlich finanziert Kultur stellt die Kreativwirtschaft die bisherigen ressortpolitischen Abgrenzungen massiv in Frage. Kulturpolitik muss sich dem Markt, den veränderten Realitäten der in komplexen, sektorenübergreifenden Netzwerken agierenden Kulturschaffenden stellen. Gleichzeitig gewinnen wirtschaftspolitische Förderinstrumente an Relevanz für Kultureinrichtungen.

Auch auf Länderebene haben die Wirtschaftsministerien in der Regel klassische Wirtschaftsförderprogramme zusätzlich für die Kreativwirtschaft geöffnet. Doch sind diese, so das Ergebnis der Enquête Kommission des Deutschen Bundestages im Jahr 2008, nicht auf die Kleinteiligkeit, die besonderen Akteurstypologien sowie die durch Unikate und Symbolwert gekennzeichnete Produktpalette der Kreativwirtschaft ausgerichtet. Dies führt dazu, dass die angebotenen Fördermaßnahmen kaum oder nur mit unverhältnismäßig großem Aufwand ausgeschöpft werden. Umfragen der Enquête-Kommission bei den Kulturministerien der Länder ergaben zudem, dass auch die öffentlichen Kulturförderangebote durch privatwirtschaftlich agierende Kulturschaffende kaum genutzt werden können.

Eine Zusammenarbeit oder Abstimmung zwischen Wirtschafts- und Kulturministerien hat bisher nur in Ausnahmefällen stattgefunden. Die wesensimmanente Hybridität der Kreativwirtschaftsunternehmen und -projekte führt automatisch zu einem Herausfallen aus sämtlichen Förderkategorien, unabhängig von Größe oder volkswirtschaftlicher Bedeutung. Besonders benachteiligt sind jedoch Kleinstunternehmer, die den hohen bürokratischen (Begründungs-)Aufwand, der oft mit öffentlicher Förderung einhergeht, kaum bewältigen können. Auch fehlt es an Vermittlungsinstanzen zwischen den beiden wenig kompatiblen Denk- und Herangehensweisen öffentlicher Mittelvergabe und freien kreativen Milieus.

Eines der wichtigsten Handlungsfelder ist eine auf die Kleinteiligkeit, Kurzfristigkeit und Dynamik vieler kreativer Projektverläufe ausgerichtete Kapitalmittelbeschaffung. Nach dem Vorbild der Mikrokreditvergabe, die ihren Ursprung in der von dem bangladeschischen Wirtschaftswissenschaftler und Friedensnobelpreisträger Muhammad Yunus begründeten Grameen Bank hat, reagieren nun auch in Deutschland einige Kreditinstitute mit der Einführung entsprechender Kreativwirtschaftsfonds. Damit soll dem besonderen Bedarf kreativer Unternehmen nach einer flexiblen Vergabe von (Kleinst-)Krediten und Darlehen Tribut gezollt werden. Als Beispiel sei hier die Investitionsbank Berlin Brandenburg (IBB) angeführt, die im Dezember 2007 einen Fonds für Kreativwirtschaft und Technologieunternehmen ins Leben rief, der sich

speziell an Unternehmen aus dem Kultur- und Medienbereich, wie etwa Film-, Design- aber auch Computerspielfirmen richtet. Von einer selbstverständlichen Praxis im deutschen Kreditwesen kann hier jedoch noch nicht die Rede sein.

Parallel zu direktionalen Förderinstrumenten stellt gerade die Kontextförderung einen nicht unerheblichen Faktor für Wachstum der Kreativwirtschaft dar und gewinnt (wie sich im Verlauf dieses Buches zeigen wird) gerade im Hinblick auf die Frage nach den Steuerungsoptionen für die Kreativwirtschaft an Bedeutung. Auch wenn sich verschiedene Maßnahmen in der Vergangenheit bereits dem kulturtouristischen Marketing, der Clusterförderung, der Raumerschließung durch Umnutzung von Liegenschaften oder der Nachfrageförderung gewidmet haben, so stehen diese bislang wenig integriert nebeneinander. Und auch die von Industrie- und Handelskammern oder privaten Trägern angebotenen Existenzgründungs- und Professionalisierungsangebote, die explizit auf die besondere Situation der Kreativwirtschaft abgestimmt sind, gehören bislang eher zur Ausnahme.

Steuerbarkeit der Kreativwirtschaft?

Die Kreativwirtschaft zu lenken ist ein paradoyer Prozess (DeFillippi et al. 2007). Dabei gilt es zunächst zu verstehen, wie sich dieses Handlungsfeld entfaltet hat und wie das Verhältnis zwischen freiwilliger oder erzwungener (Selbst-)Steuerung als biographischer Entwurf zu verorten ist. Aufgrund ordnungspolitischer Gestaltungsansprüche sind Steuerungsprozesse immer mit Staat, seiner Fachadministration, seinen Instrumenten innerhalb kultureller Normen und Institutionen zu denken. Diese können immer direktional auf das Individuum eingreifen, z. B. im Kredit-, Finanz- und Steuerwesen. Es gilt daher zu überprüfen, inwiefern diese bereits etablierten Ausgleichs- und Kontrollinstrumente des Staates die z. B. unternehmerischen und künstlerischen Aktivitäten der Kultur- und Kreativproduzenten behindern oder unterstützen.

Die Kreativwirtschaft erfordert aber ein erweitertes Steuerungsverständnis, das hier als Kontextsteuerung angesprochen wird. Kontextspezifische Steuerungsperspektiven befragen das relationale Verhältnis zwischen z. B. urbanen Einbettungskontexten in Form von vielfältigen Arbeits-, Sozial- und Kommunikationsräumen. Ebenso steht die Frage des Zugangs zu Wissensnetzen und der Verfügbarkeit von wissensbasierten Innovationsquellen im Vordergrund, die von Akteuren und Netzwerken verwendet werden können. Ebenso verweist der jeweilige Kontext auf

das spezifische Image, die Imagewirkung eines Standorts und die Imageerträge für die Profilierung dieser jungen Ökonomie.

Die Figur des Kompetenzträgers *Akteur* als Subjekt der Kreativwirtschaft wird abgelöst durch neue Zuschreibungen an die Berufe und Tätigkeiten sowie Selbstverständnisse der betreffenden Marktteilnehmer. An die Stelle des rational handelnden, allwissenden „Akteurs“, der autonom handelt, treten neue Formen und Verständnisse, die in der Figur des „unvollständigen Akteurs“ kulminieren (Priddat 2005). Neue Identitätszuschreibungen an Personen, Netzwerke und temporäre Kollektive gewinnen an Bedeutung. Es gilt daher Fragen an diese neuen Formen des *institution building* zu richten, und zu prüfen, welche Chancen mit ihnen einhergehen, um die Kreativwirtschaft zu fördern.

Aufbau und Zielstellung der Anthologie

Ist die Kreativwirtschaft steuerbar und wenn ja, wie und durch wen? Diese wesentliche Ausgangsfrage wird im vorliegenden Buch umfassend beantwortet. Um dieses Ziel zu erreichen, werden im Folgenden verschiedene Autoren ihr Wissen und ihre Sicht im Bezug auf den komplexen Themenbereich vermitteln. Die Struktur der Anthologie ist in insgesamt drei Teile gegliedert.

Der erste Teil gibt einen Überblick über verschiedene Dimensionen der Kreativwirtschaft. **Klaus R. Kunzmann** eröffnet die Beiträge und gibt einen Überblick über die Anwendung des Konzepts Kreativwirtschaft. **Bastian Lange** wendet den Begriff Governance auf die Kreativwirtschaft an und schlägt erste Ansatzpunkte vor, welche Governance-dimensionen sich daraus ableiten lassen. **Alain Thierstein, Agnes Föster und Stefan Lüthi** erörtern die Steuerbarkeit von Kreativwirtschaft in und durch Metropolregionen. **Alexa Färber** fragt die Dimension Risiko, wie sie in der Kreativwirtschaft verhandelt wird. **Sebastian Olma** führt eine internationale Bestandsaufnahme der Kritik durch, die der Kreativwirtschaft und ihrer politischen Instrumentalisierung entgegengebracht wird, und spart dabei nicht an Kritik.

Der zweite Teil der Anthologie greift sechs zentrale Dimensionen der Kreativwirtschaft heraus und spiegelt konzeptionelle Beiträge mit Praxisbeispielen. Der erste Themenkomplex zur Arbeit wird durch **Angela McRobbie** eröffnet, die am Beispiel Londons zeigt, wie Marktteilnehmerinnen und Marktteilnehmer Arbeit in der Kreativwirtschaft bewältigen und organisieren. **Hubert Eichmann** und **Stefan Leitner-Sidl** stellen die Arbeitsbedingungen der Wiener Kreativwirtschaft am Beispiel des Projekts Rochuspark vor. **Bastian Lange** und **Inga Wellmann**

zeigen die soziale Verräumlichung von Arbeitsbeziehungen sowie die spontane Nutzung von Raum anhand so genannter Co-working Spaces auf.

Der zweite Themenkomplex zu Kompetenzen wird durch einen theoretischen Beitrag von **Harald A. Mieg** eingeleitet. **Sebastian Dresel** erklärt am Beispiel der Pop-Akademie das Mannheimer Modell. Zukunftsweisende Entwicklungsstrategien für postindustrielle Standorte stellt **Judith Seng** anhand des Projekts Design Reaktor an der Universität der Künste Berlin vor.

Der dritte Teil skizziert die Emergenz neuer Organisationsformen und Institutionen in der Kreativwirtschaft. **Inga Wellmann** beschreibt Hybridisierungsphänomene in Akteurs- und Organisationsstrukturen als Zeichen einer für die Netzwerkgesellschaft bezeichnenden Schnittstellenkultur. Als Fallbeispiel verdeutlicht ein Interview mit dem **Hybrid Space Lab**, welche integrativen und transdisziplinären (Raum-)Strategien erforderlich sind, um einer auf allen Ebenen des Gestaltbaren wachsenden Komplexität zu begegnen.

Der vierte Teil widmet sich dem Thema Urban Imagineering, also der Frage, wie Städte inszeniert werden – verbal, aber auch visuell, wie zum Beispiel durch Architektur und Städtebau. **Chris Steyaert** und **Timon Beyes** diskutieren verschiedene politische Narrative der unternehmerischen Stadt und plädieren für ein differenziertes Nachdenken über Stadt und Kultur. **Birgit Stöber** und **Can Seng Ooi** illustrieren am Beispiel des Stadtstaates Singapur, wie Kultur sehr weit gedacht und instrumentalisiert wird, um urbane Bilder und Wahrnehmungen zu beeinflussen, und zwar in einem international verzweigten Governance-Netzwerk.

Der fünfte Teil wendet sich dem Bereich Marketing und Urban Branding zu. **Birgit Stöber** und **Ares Kalandides** differenzieren beide Begriffe und fragen, inwiefern Städte als Hauptzentren der Kreativwirtschaft überhaupt als Brands vermarktet werden können. **Björn Böhning** stellt am Beispiel der Stadt Berlin vor wie strategisch daran gearbeitet wird kreative Potenziale zu vermarkten.

Der sechste Teil führt das Themenfeld wiederum stärker an den Begriff Governance heran. **Hans-Joachim Bürkner** beschreibt die Herausforderungen für lokale Politik und Governance, die von der Entwicklung städtischer Nischenökonomien ausgehen. **Constanze Günther** und **Achim Prossek** skizzieren anhand der Internationalen Bauausstellungen IBA Emscher Park und IBA Hamburg, wie sich die Profilbildung durch Projekte vom Fokus Kultur hin zu Kreativität gewandelt hat.

Der dritte und letzte Teil der Anthologie stellt Zukunftsperspektiven dar. **Andy Pratt** überdenkt das Verhältnis von Kultur und Wirtschaft

sowie die Kulturpolitik der vergangenen fünfzig Jahre im internationalen Kontext. Dabei diskutiert Pratt die „Kulturalisierung“ der Wirtschaft sowie die Instrumentalisierung von Kultur und plädiert für eine neue Kulturpolitik. **Pernille Askerud** setzt den Diskurs über Kreativität in einen internationalen Kontext von wachsenden Ungleichheiten und fragt nach dem gesellschaftlichen Transformationspotenzial der Kreativwirtschaft. **Bernhard Krusche** erörtert, inwiefern sich Städte in Zukunft stärker als bislang mit dem Umstand auseinandersetzen müssen, in ihrer Struktur, Funktion und Entwicklung auf Berechenbarkeit und hierarchische Ordnungsprinzipien zu verzichten. Was heißt dies für die zukünftige Stadt und ihre Steuerbarkeit?

Die **Herausgeber** dieser Anthologie greifen abschließend die Eingangsfrage auf und geben Antworten. Anhand von zehn Punkten werden Governanceperspektiven der Kreativwirtschaft eröffnet.

Die Herausgeber bedanken sich ganz herzlich beim transcript Verlag für die Möglichkeit ein junges Forschungsfeld einer größeren Öffentlichkeit vorstellen zu können. Besonderer Dank gebührt den Autorinnen und Autoren, die sich mit ihren Beiträgen auf die komplexen Fragen und Situationen der Kreativwirtschaft eingelassen und sich ihren unterschiedlichen Bewertungen nicht verwehrt haben.

Großen Dank schulden die Herausgeber Harald A. Mieg für die kontinuierliche Unterstützung und nachhaltigen Ermutigungen im Rahmen des Forschungskreises Governance der Creative Industries am Georg-Simmel-Zentrum für Metropolforschung an der Humboldt Universität zu Berlin.

Die Herausgeber möchten sich außerdem ganz herzlich bei Corinna Kennel für wichtige Unterstützung zum Umgang mit dem Begriff und Konzept Governance bedanken. Weiterer Dank gilt Katja Manz für geduldiges Layouten und der Arbeit an der Druckvorstufe sowie Anna Stüler von trojan books für das Lektorat.

Literatur

- Althans, Birgit/Audehm, Kathrin/Binder, Beate, et al. (2008): „Kreativität. Eine Rückrufaktion“. In: Zeitschrift für Kulturwissenschaften 1, S. 7–13.
- BMWi (Hg.) (2009): Gesamtwirtschaftliche Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland. Berlin: BMWi, Forschungsbericht Nr. 577, 35 S.

- Brand, Ulrich (2004): „Governance“. In: Ulrich Bröckling/Susanne Krasmann/Thomas Lemke (Hg.): *Glossar der Gegenwart*, Frankfurt/Main: Suhrkamp, S. 111–117.
- Cars, Göran/Healey, Patsy/Madanipour, Ali, et al. (Hg.): (2002) *Urban Governance, Institutional Capacity and Social Milieux*, Aldershot: Ashgate.
- DeFillippi, Robert/Grabher, Gernot/Jones, Candace (2007): „Introduction to paradoxes of creativity: managerial and organizational challenges in the cultural economy“. In: *Journal of Organizational Behavior* 28 (5), S. 511–521.
- Friebe, Holm/Lobo, Sascha (2006): *Wir nennen es Arbeit oder: Intelligentes Leben jenseits der Festanstellung*, München: Heyne.
- Friebe, Holm/Ramge, Thomas (2008): *Marke Eigenbau. Der Aufstand der Massen gegen die Massenproduktion*, Frankfurt/Main: Campus Verlag.
- Grabher, Gernot (2004): *Temporary Architectures of Learning: Knowledge Governance in Project Ecologies*. *Organization Studies* 25 (9), S. 1491–1514.
- Grabher, Gernot/Ibert, Oliver (2004): *Produktion in Projekten. Das Beispiel der Werbebranche in Hamburg und der Softwareproduktion in München* (Abschlussbericht des DFG Projektes). Bonn: Geographisches Institut Universität Bonn, 21 S.
- Gruber, Petra C. (Hg.) (2008): *Nachhaltige Entwicklung und Global Governance: Verantwortung. Macht. Politik*, Opladen: Budrich.
- Haus, Michael/Heinelt, Hubert/Stewart, Murray (Hg.) (2005): *Metropolitan Governance: Capacity, Democracy and the Dynamics of Place*, London: Routledge.
- Healey, Patsy (2004): „*Creativity and Urban Governance*“. In: *Policy Studies* 25 (2), S. 87–102.
- Kooiman, Jan (2003): *Governing as Governance*, London: Sage.
- Kötschau, Kerstin (2008): *Good Governance and Developing Countries: Interdisciplinary Perspectives*, Frankfurt/Main [u. a.]: Lang.
- Lange, Bastian (2007): *Die Räume der Kreativszenen. Culturepreneurs und ihre Orte in Berlin*, Bielefeld: transcript Verlag.
- Lange, Bastian (2008): „*Accessing Markets in Creative Industries – Professionalization and Social-Spatial Strategies of Culturepreneurs in Berlin*“. *Creative Industries Journal* 1 (2), S. 115–135.
- Lange, Bastian/Kalandides, Ares (2008a): „*Governance of Creative Industries in Berlin – Paradoxes, Places, Practices*“. In: Wan, Helen/Yueng, Erin/Yueng, Theresa (Hg.): *When Creative Industries Cross-over with Cities*, Hongkong: Hong Kong Institute of Planners (HKIP), S. 122–133.

- Lange, Bastian/Kalandides, Ares/Stöber, Birgit, et al. (2008b): „Berlin’s Creative Industries: Governing Creativity?“ In: *Industry and Innovation* 15 (5), S. 531–548.
- Lorey, Isabell (2007): „Vom immanen Widerspruch zur hegemonialen Funktion. Biopolitische Gouvernementalität und Selbstprekarisierung von Kulturproduzenten“. In: Gerald Rauning/Ulf Wuggenig (Hg.): *Kritik der Kreativität*, Wien: Turia + Kant, S. 121–136.
- Manske, Alexandra (2008): „Kreative Superstars. Die soziale Platzierungsstrategie der Digitalen Bohème“. In: *Polar. Zeitschrift für Politik. Theorie. Alltag*, Märzausgabe, Suhrkamp, S. 123–126.
- Matthiesen, Ulf/Bürkner, Hans-Joachim (2004): „Wissensmilieus – Zur sozialen Konstruktion und analytischen Rekonstruktion eines neuen Sozialraum-Typus“. In: Ulf Matthiesen (Hg.): *Stadtregion und Wissen – Analysen und Plädoyers für eine wissensbasierte Stadtentwicklung*, Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, S. 65–89.
- Priddat, Birger P. (2005): *Unvollständige Akteure: komplexer werdende Ökonomie*, Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Sick, Sebastian (2008): *Corporate Governance in Deutschland und Großbritannien: ein Kodex- und Systemvergleich*, Baden-Baden: Nomos.
- Wenger, Etienne (1999): *Communities of Practice*, Cambridge: Cambridge University Press.

