

Kultur- und Kreativwirtschaft im Fokus der Kulturpolitik

Dieter Haselbach

Die Aufmerksamkeit von Kulturpolitik richtet sich auf das Zusammenspiel öffentlicher Kulturfinanzierung und öffentlich getragener oder durch öffentliche Finanzen mit ermöglichte Kulturinstitutionen, Initiativen und Ereignisse. Es geht um Geld aus öffentlichen Haushalten. Große Teile der Kunstproduktion, des künstlerischen Veranstaltungsbetriebs, der Verteilung von kulturellen Produkten in der Gesellschaft stehen nicht im Fokus von Kulturpolitik. Das galt und gilt auch für die Aufmerksamkeit der kulturpolitischen Gesellschaft. Sie war und ist ein Interessenverband des Kulturstaates, eine Gesellschaft, die sich wesentlich auf den öffentlichen und gemeinnützigen Kulturbetrieb richtet, also den Teil des künstlerischen Geschehens, das durch oder mit öffentlichem Geld möglich ist.

Kulturwirtschaft, das Verhältnis von Kultur und Wirtschaft oder genauer: künstlerisches Handeln als wirtschaftliches Handeln, kommt spät in der Organisationsgeschichte in das Blickfeld der kulturpolitischen Gesellschaft. Es gab zwar immer wieder Beiträge zum Thema in den kulturpolitischen Mitteilungen, aber eine systematische Befassung damit ist erst mit Beginn der 2000er Jahre feststellbar. Und bei aller Differenzierung in der kulturpolitischen Diskussion über Kulturwirtschaft blieb das Interesse der Gesellschaft an diesem Feld zentriert um das Zentralthema von Kulturpolitik: die öffentlichen Kulturfinanzen des Kulturstaats. Kulturpolitik ist immer skeptisch gegenüber einer Verbindung von öffentlich geförderter Kunst mit Wirtschaft. Dahinter steht die Vorstellung, dass Kunst ein ideelles Tun ist, dass sie also einer Logik folgt, die sich nur aus künstlerischen Motiven speist, und dass sie durch das Hereinspielen wirtschaftlicher Erwägungen abgelenkt, gar verfälscht wird. Wirtschaft gilt als ein Handlungsfeld, das nur einen Imperativ kennt: sich im Markt zu behaupten, also Profite zu erwirtschaften. Woraus gefolgert wird, Kunst müsse von jedem Einfluss des Marktes abgeschirmt werden, abgeschirmt von der Notwendigkeit, sich – in welchem Maße auch immer – mit der Verkaufbarkeit ihrer Produkte und Angebote auseinanderzusetzen. Es mag hier dahingestellt sein, ob solche Kritik an der »Ökonomisierung von Kultur« eine kunstidealistische Position ist, die sich um die Freiheit künstlerischen Handelns sorgt, oder eine Position, die durchaus nachvollziehbare institutionelle Interessen geförderter Kunst an der Kontinuität von Förderung artikuliert. In der kulturpolitischen Diskussion bleibt meist völlig unterbelichtet, dass die künstlerische Produktion außerhalb des durch den Kulturstaat

eingehetzten Bereichs wirtschaftlich weitaus bedeutender ist als die durch Kulturförderung ermöglichte oder erleichterte Kunst.

Festzuhalten ist, dass ein begriffliches Problem in der Wirtschaftsskepsis der Kulturpolitik liegt. Zwei Begriffsdimensionen von Wirtschaft werden nicht auseinandergehalten. Die Vorstellung, dass es in Gesellschaften einen Sektor »Wirtschaft« gibt, in dem die Vermehrung von Geld zentrales Handlungsmotiv ist, teilen kulturpolitische Marktskeptiker mit vielen anderen theoretischen Positionen, auch mit solchen, die sich affirmativ zur Steuerung durch den Markt stellen. Nicht in den Blick kommt eine zweite Dimension des Begriffs »Wirtschaft«. Sie ist mit dem Verb »wirtschaften« gut umschrieben. Wirtschaften ist fundamental für alles menschliche Tun. Im Wirtschaften geht es um ein Verwenden vorhandener Ressourcen und Arbeitskraft, um menschliche Tätigkeit, um das Erreichen von Zielen. Ziele gibt es potenziell unendlich viele. Wirtschaften beschäftigt sich mit dem Problem der immer begrenzten Mittel. Wirtschaften heißt, mit begrenzten Mitteln umzugehen. Ziele müssen priorisiert, es muss gar zwischen Zielen entschieden werden. Es geht nicht um Geldmacherei, das wäre ja nur eines unter vielen möglichen Zielen.

Festzuhalten ist, dass die Kombination von »Kultur« und »Wirtschaft« in einem Kompositum ein kulturpolitisch vermintes Konstrukt ist. Auf eine noch andere Weise schwierig wird es, wenn – wie heute üblich und wie es auch im Titel dieser Ausarbeitung der Fall ist – von »Kultur- und Kreativwirtschaft« gesprochen wird; auch der Begriff der Kreativität ist in Kombination mit dem Sektor Wirtschaft (oder dem Wirtschaften) nicht ohne begriffliche Tücken. Bei der »Kulturwirtschaft« oder der »Kultur- und Kreativwirtschaft« handelt es sich um abstrakte Begriffe, um eine Fiktion, also eine Vorstellung und nicht um anfassbare Realität. Diese Fiktion wird in der Regel statistisch konstruiert. Um die Fiktion »Kultur- und Kreativwirtschaft« zu verstehen, muss über Motive, Interessen, Hintergründe gesprochen werden. Das ist in der vorliegenden Abhandlung nur sehr begrenzt möglich.

Aufgabe in diesem Artikel ist, die Rolle der Kulturpolitischen Gesellschaft (KuPoGe) im angesprochenen Themenfeld zu beschreiben. Ich werde zunächst die Debatte über Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland gerafft nachzeichnen. Hier kann man sich durchaus auf Aktivitäten der KuPoGe konzentrieren: In ihren Medien und Veranstaltungen nahm sie das Thema immer wieder auf. Danach werde ich die Spuren nachzeichnen, die das Thema Kultur und Wirtschaft in den zentralen Programmdokumenten der KuPoGe hinterlassen hat. Hier zeigt sich, dass jene kulturpolitische Angespanntheit, die vom Kompositum Kulturwirtschaft hervorgerufen wird, diese Programmdokumente durchzieht. Programmatisch bleibt die KuPoGe in ihrem Handeln an einer am öffentlichen Geld orientierten Kulturpolitik ausgerichtet.

Die Debatte über Kulturwirtschaft in Deutschland

Aus den 1970er und 1980er Jahren stammen einige Publikationen, die sich mit der wirtschaftlichen Seite der Künste beschäftigen. Diese Arbeiten machten deutlich, dass es weite Bereiche künstlerischer Arbeit gibt, die nicht im Fokus der Kulturpolitik stehen, die aber öffentliche Aufmerksamkeit beanspruchen dürfen. An erster Stelle sind die Un-

tersuchungen des Zentrums für Kulturforschung zu nennen: Der Künstlerreport, später der Autorenreport und andere Studien thematisieren die Künste als Beruf, beschäftigen sich also mit Kulturwirtschaft, ohne dass der Terminus schon durchgesetzt war. Namentlich Andreas J. Wiesand hat die Forschung zur Kulturwirtschaft mit initiiert und hat sie seitdem kritisch begleitet. Vor allem zeigte sich, dass der künstlerische Beruf außerhalb, manchmal sogar innerhalb der öffentlich geförderten Institutionen, gemessen an Ausbildung und Tätigkeit ein weit unterdurchschnittliches Einkommen mit sich bringt. Daran hat sich bis heute nicht viel geändert, vielleicht nur, dass die Forschung zur Kulturwirtschaft die empirische Fundierung solchen Wissens weiter vertieft und verbreitet hat. Untersucht wurde auch, welche wirtschaftlichen Aktivitäten von den Künsten ausgelöst oder angestoßen werden. Der ökonomische Blick auf die Künste war damals neu – dass es politische Konsequenzen geben sollte, war zwar gewollt, aber die Wirkungen dieser Forschung auf Kulturpolitik blieben begrenzt.

Vielleicht war es eine der Folgen dieser ersten Studien, dass das Land Nordrhein-Westfalen, auf der Suche nach neuen wirtschaftlichen Impulsen im Strukturwandel des Ruhrgebiets, 1992 einen ersten Kulturwirtschaftsbericht in Auftrag gab, dem bald weitere folgten. Die Standards für die kommenden Untersuchungen für andere Gebiete wurden hier gelegt. Kulturwirtschaft stellte sich statistisch dar aus den Umsätzen von Unternehmen, die in der Kunst arbeiten, sowie solchen, die den Künsten vor- oder nachgelagert sind. In diesem Ansatz lagen wesentliche methodische Entscheidungen. Es geht um Unternehmen. Erhoben wird nur, was die Umsatzsteuerstatistik abbildet. Das schließt vieles aus: Kleinunternehmen, weite Teile der geförderten und öffentlichen Kunst. Es werden Umsätze erhoben, nicht etwa die Wertschöpfung; Vorleistungen werden so jedes Mal mitgerechnet.

Später gab es Spezialuntersuchungen. So wusste man bald mehr über die »kleine Kulturwirtschaft«, Betriebe ohne Umsatzsteuerpflicht. Gelegentlich wurde auch eine Verschneidung mit den Zahlen des öffentlichen Sektors versucht, mit dem regelmäßig erscheinenden Kulturfinanzbericht des Statistischen Bundesamts. Die Zahlen folgen hier aber einer anderen Logik, sodass eine gemeinsame Betrachtung erhebliche methodisch bedingte Unsicherheiten mit sich bringt.

Es war ein dynamisches Forschungsfeld. Der Umfang der Kulturwirtschaft wurde in den nun immer häufiger folgenden Studien, die meist einen regionalen Zuschnitt hatten, unterschiedlich gefasst. Es gab je nach regionalen Interessenlagen unterschiedliche Rahmenerzählungen, nach der die vorhandenen statistischen Daten ausgewählt wurden.

Bei allen Kulturwirtschaftsberichten und Untersuchungen, die in den 2000er Jahren mit immer größerer Schlagzahl erschienen, wurde eine Hoffnung immer stärker, und sie überstrahlte bald die Ergebnisse der nüchternen Anfänge der Kulturwirtschaftsforschung. Das Narrativ war und ist, dass Kulturwirtschaft eine bedeutende und vor allem innovative und überdurchschnittlich rasch wachsende Branche sei. Kulturwirtschaft sollte ein Motor postindustrieller Ökonomie sein. Wobei der Erfolg postindustrieller Wirtschaft ganz traditionell daran gemessen wurde, ob durch Innovation Wachstum entsteht. Manchmal ging das so weit, dass unter Zahlen, die eine sektorale Schrumpfung in der Kulturwirtschaft zeigten, unbeirrt Wachstum diagnostiziert wurde.

Man muss an den Kontext der Nullerjahre erinnern. Einige Stichworte reichen. Digitalisierung ist ein erstes. Der Erfolg von Silicon Valley. Die Vision von neuem Wachstum mit neuen Technologien. Und, gerade wichtig für Kultur als Wachstumsfaktor, die Sorgen um den Klimawandel: Hoffnung auf eine postindustrielle Ökonomie, auf ein von materiellen Ressourcen entkoppeltes Wachstum, auf ein Leben aus der Kultur als der genuin humanen, nicht erschöpflichen und erneuerbaren Ressource.

Hierzu gehörte bald ein weiteres Narrativ. In Nordamerika wurde, passend zu solchen Ambitionen, ein Zusammenhang gefunden zwischen dem wirtschaftlichen Erfolg und der Lebensqualität von Städten und der Präsenz der »kreativen Klasse« an diesen Orten. Behauptet wurde, dass es einen kausalen Zusammenhang zwischen der Stärke der kreativen Klasse auf der einen sowie Lebensqualität wie Wachstum auf der anderen Seite gäbe. Bestimmender Faktor war nach dieser Theorie die kreative Klasse. Wo sie sich wohlfühle, entstehe Wachstum und Wohlstand. Eine Komponente solchen Wohlfühlens sei die Unterhaltungsqualität einer Stadt, seien kulturelle Angebote. Richard Floridas »The Rise of the Creative Class« (2002) wurde bald zu einem unverzichtbaren Referenzwerk in der Diskussion über die Kulturwirtschaft. Im Kontext der deutschen kulturpolitischen Verhältnisse konnte dies gelesen werden als die Formel: Öffentliche Kulturförderung ist Wachstumsförderung. Und so wurde es auch gelesen. Es passte auch in die Interessen-Konstellation der geförderten Kultur im Kulturstaat Deutschland. Dass die von Florida behauptete Kausalität in der wissenschaftlichen Diskussion sehr kontrovers diskutiert wurde, wurde in Deutschland weniger wahrgenommen. Schon früher und unter anderen kulturpolitischen Verhältnissen wurde eine um postindustrielle »creativity« zentrierte Wachstumspolitik auch in Großbritannien von Prime Minister Tony Blair versucht. Sie setzte die Politik einer Entindustrialisierung der Ökonomie fort, die mit Margaret Thatcher begonnen hatte, nun aber als ein Wachstumsprogramm.

Floridas kreative Klasse hat empirisch ebenso wenig mit der Kulturwirtschaft zu tun wie der sehr unscharfe britische Begriff der Kreativität: Seine »creative class« modelliert Florida aus praktisch allen akademisch Gebildeten (nach nordamerikanischer Definition), dazu einige Berufsgruppen, denen »Kreativität« als Berufsinhalt zugesprochen wird, also Künstler, Werbung, Ingenieure etc. Seine statistische Basis war die Berufstatistik, sie richtete sich auf Personen und nicht auf Firmen. Die Hoffnungen und Versprechungen aus der nordamerikanischen Diskussion waren zu verlockend, um nicht miterzählt zu werden. So wurde die Kulturwirtschaft in Deutschland, auf Basis der Umsatzsteuerstatistik, zur »Kultur- und Kreativwirtschaft« weiterentwickelt, indem zu den Branchen, die künstlerische Tätigkeiten abbilden oder ihr vor- und nachgelagert sind, nun auch noch Branchen gerechnet wurden, für die man den Anteil »kreativer« Tätigkeit als besonders hoch behauptete. Dass »Kreativität« aber kein Charakteristikum von Wirtschaftsbranchen ist, sondern günstigenfalls eine Dimension des Handelns von Individuen, blieb bei dieser Erweiterung unberücksichtigt. Festzuhalten bleibt, dass der Bezug auf die Künste, der vorher die Definition von »Kulturwirtschaft« prägte, durch eine solche Erweiterung verunklart wurde.¹

1 Es sei nur im Vorübergehen angemerkt, dass der Terminus »creative« ein Reimport einer deutschsprachigen Theoriefigur ist: Alois Schumpeter hatte in den 1920er Jahren in seiner Konjunktur- und Wachstumstheorie von der »schöpferischen Zerstörung« gesprochen, die das wirtschaftliche

»Die Kreativen« wurde nun in Deutschland zu einem stehenden Begriff in der Diskussion um Kulturwirtschaft. Damit konnte ein weiterer Erzählstrang integriert werden. Innovation und daraus folgendes Wachstum wurde erwartet von neuen Unternehmen, von Start-ups. Und wer anders als die »Kreativen« – vorgestellt als jung, dynamisch, offen, unternehmerisch veranlagt – galt als prädestiniert, Gesellschaft und Wirtschaft zu neuen Horizonten zu führen? Das Vorbild hier war das Silicon Valley, der Mythos aus der Pionierphase der Digitalisierung, dass sich aus Garagen Weltunternehmen entwickeln ließen (das kam vor), dass von den Start-ups die träge gewordene soziale Marktwirtschaft auch in Deutschland wieder zu dynamisieren sei. Die Kultur- und Kreativwirtschaft geriet in immer weitergehende Projektionen, sie wurde zu einer Zentralbranche für allerlei Zukunftsversprechen.

Natürlich entdeckte diesen Diskurs auch die Politik. Politische Beschlüsse und Fördergelder aus den Wirtschafts- und Kulturministerien von Bund und Ländern halfen dabei, immer neue Untersuchungen zu veranstalten. Bis heute folgenreich war die Gründung der »Initiative für Kultur- und Kreativwirtschaft«, die dem neu gefundenen Sektor ein Netzwerk von Beratungs- und Unterstützungsleistungen, regionale Ansprechpartner und Gründungshilfen bescherte. Es gehört zur Natur solcher öffentlicher Initiativen, dass ihnen ein langes institutionelles Leben sicher sein wird. 2027 wird sie ihr 20-jähriges Bestehen feiern können.

Das wirtschaftliche Leben rund um die Künste verschwand immer mehr unter den Hoffnungen und Projektionen. Ebenso verschwand der ursprüngliche Forschungsimpuls. Die Hoffnungen aber hatten wenig Relevanz in der weiteren Gesellschaft. Außer Forschern und den Professionellen in der entstehenden Beratungslandschaft gibt es kaum Menschen oder Firmen, die als ihr berufliches Handlungsfeld »Kultur- und Kreativwirtschaft« nennen würden. Man ist Schauspieler, Architektin, Filmemacher, Schriftstellerin, Softwaredesigner. Das unterscheidet die Kultur- und Kreativwirtschaft von anderen Sektoren und Branchenzusammenhängen. Die Automobilfabriken, die Zulieferer und die Reparaturbetriebe sehen, wissen und verstehen sich als Teil des Automobilsektors. Ähnliches gilt auch für Floridas »creative class«: Auch sie ist eine Fiktion, ein Gedankengebilde der Sozialwissenschaft.

Bei aller Relevanz des um die Künste zentrierten Wirtschaftsgeschehens haben sich die auf die Kultur- und Kreativwirtschaft gerichteten Hoffnungen nicht erfüllt. Es gab und gibt Wachstum im Sektor, es gab und gibt Stagnation oder Schrumpfung, die Teilbereiche haben ihre jeweils eigene Bewegungsrichtung und folgen auch jeweils einer eigenen ökonomischen Logik. Die Architekten hängen an der Baukonjunktur. Die Musikwirtschaft war recht früh von Disruptionen durch Digitalisierung und Netzentwicklung erschüttert. Geschäftsmodelle verschwanden, der Tonträgermarkt brach zusammen, im Streaming schrumpften die Ertragsmöglichkeiten für die meisten Musiker, der Live-Markt bot nur begrenzte Kompensation. Stabil blieb der Klassik-Markt, seine Aufführungspraxis wird von öffentlichen Geldern gestützt. Zwei Tagungen, die die Kulturpolitische Gesellschaft 2002 und 2004 zur Musikwirtschaft organisierte, lagen vor den

und technische Geschehen in der Markt- und Geldwirtschaft vorantreibt, in allen Branchen. In der englischsprachigen Rezeption wurde dies zur »creative destruction« und kam nun, 80 Jahre später, als »creativity« und die »creative class« wieder zurück.

großen Disruptionen. Mit der gewachsenen Bandbreite im Internet ereilte ein ähnliches Schicksal den Film, bis hin zu den Lichtspielhäusern. Geschützt vor solcher Entwicklung ist noch der öffentlich-rechtliche Rundfunk, der sich aus Pflichtbeiträgen finanziert; allerdings gerät das Live-Fernsehen gerade unter jungen Menschen immer mehr aus dem Fokus. Es könnte ihm so ähnlich gehen, wie es für den Opernbetrieb absehbar ist: Das Publikum altert und stirbt. Festzustellen bleibt, dass Kultur- und Kreativwirtschaft eher ein städtisches und Metropolen-Phänomen ist als ein ländliches, dass selbständige Künstler sowie Kulturinstitutionen und -initiativen außerhalb des geförderten Sektors meist weiter mehrheitlich mit eher prekären Finanzen zu tun haben, während die öffentliche Kultur in den letzten Jahrzehnten regelmäßigen Aufwuchs in den Fördermitteln über der allgemeinen Preisentwicklung aufwies. Aber auch das kann sich ändern. Um die Kulturwirtschaft indes ist es ruhiger geworden.

Aktivitäten der Kulturpolitischen Gesellschaft

Es bleibt zu berichten, wie sich die Kulturpolitische Gesellschaft an der Diskussion über den Sektor beteiligte oder sie beförderte. In den Jahren 2002 und 2004 war sie Mit-ausrichterin zweier internationaler Fachkongresse zur Musikwirtschaft, gemeinsam mit der Veranstaltungswirtschaft, jeweils begleitet von Publikationen. Liest man die Protokolle, so zeigt sich, welche Impulse von einer nüchternen Diskussion um Kultur und Wirtschaft ausgehen können, aber es zeigte sich in den Grußworten auch der Hype um die Kulturwirtschaft. 2008 war Kulturwirtschaft das Thema der Loccumer Tagung, die jährlich von der Kulturpolitischen Gesellschaft gemeinsam mit der dortigen Evangelischen Akademie veranstaltet wird. Aus dieser Tagung kam das Thema für das »Jahrbuch für Kulturpolitik« 2008: »Kulturwirtschaft und Kreative Stadt«, ein wertvolles Kompendium, das den Diskussionsstand beim langsam auslaufenden Hype um das kulturwirtschaftliche Narrativ getreulich abbildet.

Das Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft war an einer Reihe von Untersuchungen beteiligt oder hatte sie selbst initiiert. Hervorgehoben werden soll hier die Studie »Öffentlich geförderter, intermediärer und privater Kultursektor« von 2012, in der versucht wird, Zusammenhänge zwischen Staatshandeln, öffentlicher Kultur und privater Kulturwirtschaft aufzuzeigen. Angeleitet wurde diese Studie von dem für die Kulturwirtschaft der Schweiz entwickelten Modell, nach dem der Sektor aus dem Zusammenspiel von privater Kulturwirtschaft, geförderter Kultur und dem freigemeinnützigen Sektor beschrieben werden soll. Es wird auch eine Quantifizierung versucht. In ihr zeigt sich, dass – wenn man alle kulturnahen Aufwände der öffentlichen Hand, der Kirchen und im Bildungswesen zusammen betrachtet – der öffentliche Bereich immer noch um Dimensionen kleiner ist als die Umsätze der Kulturwirtschaft. Das hätte dazu führen können, dass Kulturpolitik sich für weniger bedeutend nimmt, hatte aber keine Bescheidenheit zur Folge.

Kulturwirtschaft in Programmdokumenten

In den Programm- und Grundsatzdokumenten, die die Kulturpolitische Gesellschaft zu ihrer Selbstverständigung und Außendarstellung immer wieder veröffentlichte, fand das Thema »Kulturwirtschaft« oder Kultur und Wirtschaft wenig Niederschlag. Ein Sensibilisierungsprozess lässt sich nachzeichnen:

Im *Grundsatzpapier von 1976* liegt der Fokus bei der öffentlichen Kultur. Ihr wird mehr Breitenwirkung gewünscht. Dies zu erreichen, wird als Aufgabe der öffentlichen Hand gesehen. Als Beispiel sei nur eine der Aufgaben genannt, die die KuPoGe für dringlich hält. Sie bezieht sich auf ein Feld, das später, in der Kulturwirtschaftsdiskussion, als eines mit großen kommerziellen Anteilen identifiziert wurde: »Es gibt eine breite *Jugend-Szene*, die von vor allem musik-kulturellen Aktivitäten bestimmt wird. Noch heute werden Pop-, Rock- oder Beat-Initiativen von Jugendlichen, die in dieser Musik ein legitimes und genuines Ausdrucksmittel sehen, als »nicht kulturell« eingestuft und entsprechend wenig gefördert.« (S. 4) Die Abgrenzung besteht hier nicht zwischen Kultur und Kommerz, sondern zwischen Hochkultur und Breitenkultur, und in der Forderung, dass auch die Breitenkultur vom Kulturstaat bedacht werde.

Zur wirtschaftlichen Seite der Kultur enthält das Papier eine Abgrenzung: »Eine initiative kulturpolitische Praxis sollte [...] der Ideologie von der »Gesellschaftsenthobenheit« der Kultur ebenso entgegentreten wie der zunehmenden Vermarktung kultureller Angebote nach privatwirtschaftlichen Rentabilitätsnormen, vor allem im Rahmen der sog. »Freizeitindustrie«« (S. 2).

Das *Programm von 1998* stellt befriedigt fest, »daß seit den 70er Jahren vielerorts wichtige Ziele der Neuen Kulturpolitik erreicht wurden«, darunter gehört, dass »frei-gemeinnützige Kultureinrichtungen und privatwirtschaftliche Kulturangebote« mit der geförderten Kultur »eine neue vielgestaltige Kulturlandschaft« bilden. Dies war 1976 noch kein ausdrückliches Ziel gewesen. Auch seien »die Grenzen zwischen [...] Kultur und Unterhaltung [...] durchlässiger geworden« (S. 1) – eine deutliche Perspektivverschiebung. Die Kulturpolitische Gesellschaft rechnet sich diese Entwicklungen als Verdienst ihrer Arbeit durchaus zu. Die Abgrenzung von »der Wirtschaft« folgt auf dem Fuße. Gelungen sei es der Gesellschaft- auch »eindimensionalen Vorstellungen von »Kultur als Wirtschaftsfaktor« und einer »Festivalisierung des Kulturbetriebes: wirksam entgegenzutreten« (S. 2).

Ein Thema des *Programms* sind die neuen »Informations- und Kommunikationstechnologien«. Aber nicht ihr ökonomisches Potenzial ist Thema, sondern sie werden in Bezug auf die finanziellen Anforderungen, die einem geförderten Kulturbetrieb aus ihnen erwachsen (S. 3f.), thematisiert. Ökonomisch wird es im Aufgabenfeld »Naturzerstörung und zukunftsfähige Entwicklung« (S. 4): »Nur eine gesamtgesellschaftliche Kosten- und Nutzen-Betrachtung des Verbrauches der natürlichen Ressourcen und ihrer Zerstörung kann die Menschen dazu bringen, nachhaltig zu wirtschaften und nicht zu Lasten der nachfolgenden Generationen zu leben.« Konsequenzen dieses Gedankens für den öffentlichen Kulturbetrieb werden noch nicht gesehen.

Für die »kulturpolitische Praxis« formuliert die KuPoGe grundsätzlich das etatistische Verständnis von Kulturpolitik: Sie habe »einen öffentlichen Gestaltungsauftrag«. Dann aber heißt es: »Das Verhältnis von Staat, Gesellschaft und Wirtschaft ist für die Kulturpolitik neu zu bestimmen.« (S. 5) Dieses Verhältnis enthält neue Aufgaben für die

öffentliche Kulturfinanzierung. Wichtig sei das »frei-gemeinnützige Engagement«; hier gehe es darum, »neue finanzielle und personelle Ressourcen zu erschließen«. Die Kulturpolitik müsse sich »als Moderatorin im offenen Feld einer komplexen Gesellschaft verstehen«; ihr obliege die »Koordination« in einem Feld, in dem es eben auch »neue Kulturanbieter« (wahrscheinlich ist gemeint: kommerzielle Kulturanbieter) gibt. Dann geht es wieder um Förderung: Partizipative Strukturen seien hier gefragt (S. 5).

Für die Kulturverwaltung wird gefordert, ein effizientes Kulturmanagement einzusetzen. Das ist ein Hinweis auf den schonenden Umgang mit Ressourcen, das »Wirtschaften«. Aber Verwaltungsreform sei »kulturpolitisch kontraproduktiv, [...] wenn sie [...] unter ausschließlich betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten durchgeführt wird, ohne die Spezifik des kulturellen Feldes [...] zu berücksichtigen« (S. 6). Hier ist er wieder, der behauptete Gegensatz von Kultur und Wirtschaft, hier als Schuldzuschreibung an die »Betriebswirtschaft«. So wird auch das Managen in der Kulturpolitik skeptisch gesehen. Ihm wird unterstellt, dass es Ziel sein könne, Geld zu erwirtschaften, also wie Privatwirtschaft zu funktionieren. Dass, wie oben ausgeführt, alles menschliche Handeln ein »Wirtschaften« ist, geht in solcher Feindbestimmung unter.

Im *Grundsatzprogramm von 2012* finden sich andere Töne.² Die Debatte über die Kultur- und Kreativwirtschaft hat Spuren hinterlassen. Die Kulturpolitische Gesellschaft setzt sich ein für »eine vielgestaltige und qualitativ hochwertige kulturelle Infrastruktur in den Städten wie in ländlichen Regionen, in der freie Kulturträger und privatwirtschaftliche Kulturangebote prinzipiell gleichberechtigt neben den kommunalen und staatlichen Kulturinstituten stehen« (S. 1). Es wird auch vor einer möglichen Zerstörungskraft der Privatwirtschaft gewarnt: »Mit einer allein auf monetäres Wachstum orientierten Wirtschafts- und Produktionsweise können die anstehenden Krisen nicht bewältigt werden. Vielmehr wird so zunehmend die natürliche Umwelt gefährdet« (S. 1).

Das Feindbild Wirtschaft ist in das größere Thema Ökologie aufgehoben. Es wird gesagt, wer an der ökologischen Krise schuld sei: die »Wirtschaft« und nicht etwa die Menschen mit ihren Bedürfnissen und Konsumwünschen. Indirekt wird die wirtschaftliche Dimension kultureller Angebote und Dienstleistungen bei der Digitalisierung angesprochen: Die Digitalisierung stelle »grundlegende Wertbegriffe der analogen Welt wie Urheberchaft und Eigentum, Öffentlichkeit und Privatheit, Original und Kopie, Aura und Authentizität in Frage. Notwendig ist ein öffentlicher Diskurs, in dem der Entwertung dieser Werte eine neue Bewertung gegenübergestellt wird.« (S. 2)

Das Thema »Kultur- und Kreativwirtschaft« wird unter eigener Überschrift verhandelt. Es werden die gängigen Urteile aufgenommen. Der Sektor schaffe Arbeitsplätze und Umsätze, sei volkswirtschaftlich relevant. Allerdings gebe es auch »prekäre Beschäftigungsverhältnisse, schlechte Bezahlung und unzumutbare Arbeitsbedingungen«. Es folgt ein Rückbezug auf den Horizont öffentlicher Förderung: »Kulturwirtschaft braucht die öffentliche Infrastruktur. Den größten Beitrag zur Entwicklung der Kulturwirtschaft leisten Staat und Kommunen nicht durch direkte finanzielle Zuschüsse, sondern durch Bereitstellung der Bildungs- und Wissenschafts- sowie der kulturellen Einrichtungen für die künstlerische Ausbildung, Produktion und Vermarktung.« Diese Aussage aber

2 Das Grundsatzprogramm der KuPoGe aus dem Jahr 2012 ist unter dem Link https://www.kupoge.de/wp-content/uploads/2024/08/kupoge_grundsatzprogramm.pdf aufrufbar.

ist nur in einem Punkt spezifisch für die Kulturwirtschaft: dem, dass die »kulturellen Einrichtungen« für den Sektor entscheidend seien. Das allerdings hatte die Forschung nicht gezeigt, es war und ist gleichwohl eine zentrale Behauptung der öffentlichen Kultur im Verhältnis zur Kulturwirtschaft. Schließlich wird noch das Stichwort »kreative Milieus« aus der angelsächsischen Debatte aufgenommen. Wieder wird hervorgehoben, dass Förderung und Bildung hier wichtig seien. Der Schlusssatz im Kapitel fasst die tradierte Wirtschaftsskepsis der Kulturpolitischen Gesellschaft zusammen: »Kulturpolitik muss mit Blick auf den Bedeutungsgewinn der Kulturwirtschaft ihren öffentlichen Gestaltungsauftrag deutlich machen und darf ihn nicht wirtschaftlichen Interessen unterordnen.« (S. 2)

Einen neuen Ton allerdings lässt die Gesellschaft zum Kulturmanagement anklingen: »Kulturpolitik braucht ein zeitgemäßes Kulturmanagement, das stärker auf den praktischen Kulturbetrieb orientiert ist.« Kulturmanagement kann »dazu beitragen, die vorhandenen Ressourcen möglichst wirtschaftlich einzusetzen. Eine zentrale Aufgabe des Kulturmanagements muss es sein, die in öffentlichen Kulturbetrieben vielfach noch zu beobachtenden bürokratischen Organisationsformen durch effektive und die Mitarbeiter motivierende Strukturen zu ersetzen.« (S. 3) Management wird nun im Sinne einer wirtschaftlichen Zielerfüllung gesehen und nicht mehr in den Kontext der Profitmaximierung gestellt.

Die Dokumente zeigen, dass die Kulturpolitische Gesellschaft programmatisch in Sachen Kultur und Wirtschaft gelernt hat. Der Kulturstaat bleibt jedoch das zentrale Anliegen.