

# Kultur- und Kreativwirtschaft

## Chancen und Grenzen kommunalen Handelns

Öffentliche Hochschulen werden unter anderem in der Erwartung unterhalten, dass von ihnen regionale Entwicklungsimpulse ausgehen. Die Erwartungen beziehen sich vor allem auf dreierlei: eine stabile Versorgung der jeweiligen Region mit Fachkräften, Beiträge zur Gestaltung regionaler Innovationsstrukturen sowie indirekte Effekte, die zu einer Stabilisierung der Sozialräume beitragen.

Ein Aspekt, der alle drei Erwartungen integriert, ist die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft. Im Zuge wissenschaftlicher Entwicklungen wird diesem Wirtschaftssektor seit geraumer Zeit verstärkte Aufmerksamkeit zuteil. Regionale Wirtschaftsstrukturen, die in diesem Sektor keine nennenswerten Potenziale vorzuweisen haben, gelten hinsichtlich ihrer Fertigungstiefe als unvollständig. Entsprechend suchen nahezu alle Regionen nach Wegen, kultur- und kreativwirtschaftliche Potenziale zu entwickeln. Dementsprechend stellen sie auch ein Handlungsfeld von Planungs- und Verwaltungsebenen dar.

Zahlreiche Städte bemühen sich, die Potenziale des jeweils lokal vorhandenen akademischen Milieus abzuschöpfen, indem Gründerzentren, Medienhäuser und dergleichen eingerichtet werden. Ihre Adressaten sind nicht zuletzt Absolventen und Absolventinnen der ortsansässigen Hochschulen: Informatikerinnen und Architekten, Absolventinnen von Medienstudiengängen und sonstige Sozial- und Geisteswissenschaftler. Mancherorts sind die Hochschulen direkt in den Betrieb der entsprechenden Zentren involviert oder haben sie gar selbst initiiert.

An die Kreativwirtschaft sind Hoffnungen in politisch-planerischer Hinsicht gebunden, die allerdings nicht im Sinne einer Ursache-Wirkung-Planung erreichbar sind. Kausalzusammenhänge zwischen kommunalem Handeln und kreativwirtschaftlichen Effekten, wie sie im Feld harter Standortfaktoren durchaus erkennbar sind, fehlen hier. Die Genese kultur- und kreativwirtschaftlicher Entwicklungen ist an Bedingungen geknüpft, die durch administrative Planung wohl beeinflussbar, jedoch nicht gänzlich zu setzen sind. Möglich aber ist es, gezielte Anreize und Förderungen umzusetzen, die eine Ansiedelung und Etablierung kultur- und kreativwirtschaftlicher Branchen in einer Stadt wahrscheinlicher werden lassen. Dazu zählen dann, wie in anderen Wirtschaftsbereichen, durchaus auch harte Standortfaktoren.

## **Harte Standortfaktoren**

Regelmäßig entfalten sich einige förderliche und hemmende Faktoren. Zu den *förderlichen Faktoren* zählen:

- am branchenspezifischen Bedarf ausgerichtete Bereitstellung technischer und sonstiger Infrastruktur, die den Bedarfen der jeweiligen Hauptzielgruppe entspricht;
- gezielte Ansiedlungen an einem dafür geschaffenen Ort durch finanzielle Anreize in Form subventionierter Mieten o.ä.;
- das Vorhandensein von Großakteuren (etwa eine Rundfunkanstalt) zur Ansiedlung einer bestimmten Anzahl und Größe von Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft: Ein solches ‚Zugpferd‘ kann zunächst für eine kritische Masse an Unternehmen sorgen, die meist im Bereich der Zulieferung und Dienstleistung agieren.

Je nach Zielsetzung können die dadurch geförderten Strukturen aber auch zu *hemmenden Entwicklungsfaktoren* werden:

- Dies trifft zu, wenn das System der zusammenarbeitenden Unternehmer weitestgehend geschlossen und damit für Markteinsteiger unzugänglich ist. Dadurch kann die Zielsetzung der Netzworkebildung und Kooperationen eingeschränkt werden.
- Für Quartiersentwicklungsbestrebungen kann eine multiple Schwerpunktsetzung der Stadt bei gleichzeitiger finanzieller Ressourcenknappheit als entwicklungshemmender Faktor angesehen werden.
- Als Entwicklungsbremse erweist sich auch die mangelnde Flexibilität bürokratischer Verwaltungsstrukturen. Dies kann einrichtungsinterne Regelungen (der Gründerzentren, Medienhäuser, Coworking Spaces und dergleichen) oder den Wunsch nach mehr Unterstützung durch Stadt- und Landesebene betreffen.

## **Weiche Standortfaktoren**

Für langfristige Unternehmensstrukturen und anhaltende Existenzgründungen reicht es nicht, Vorteile bei den harten Standortfaktoren zu schaffen. Synergieeffekte und Kooperationen sind vorteilhafte weiche Bedingungen für die jeweiligen Einrichtungen. Die Themen Netzworkebildung, Kooperationen und Synergieeffekte stehen aus Sicht der Kreativunternehmer ganz oben auf der Prioritätenliste für weiche Standortfaktoren. Was deren Umsetzung angeht, erweisen sich der Einfluss durch administrative Planer begrenzt und die Grenzen des Realisierbaren schnell erreicht. Der administrativen Ebene muss es daher gelingen, sich auf eine koordinierende und unterstützende Rolle zu konzentrieren.

Weitestgehend außerhalb des Einflussbereiches administrativer Ebenen liegen endogene Entwicklungen, die sozial-räumliche Aspekte betreffen. Die

rein wirtschaftliche Genese ist nicht zwingend an bestimmte Szenen oder milieuartige Strukturen im urbanen Raum gekoppelt. Gleichwohl *können* derartige Verhältnisse fördernd wirken. Diesbezüglich bestehen auch Unterschiede zwischen den Branchen, die den verschiedenen Definitionen nach zur Kultur- und Kreativwirtschaft zählen. Wo die Arbeits- und Geschäftsmodelle eher traditionellen Formen entsprechen, Abläufe also zeitlich, personell und örtlich relativ klar gefasst sind, scheint die Ausprägung sozial-räumlicher Tangenten – „kreatives Quartier“ – kaum eine Rolle für wirtschaftliche Aktivitäten zu spielen.

Sollen Kreative und Kulturschaffende als positiver Einflussfaktor auf Stadtentwicklungsprozesse genutzt werden, so ist es geboten, vor dem Schaffen baulich-physischer Realitäten in Austausch mit der Zielgruppe zu treten. Nur wenn frühzeitig Bedarfe, Erwartungen und Ressourcen abgestimmt werden, können ausbleibende oder unerwünschte Entwicklungen vermieden werden. Wesentlich scheint demnach ein Verfahren zu sein, welches sich am Co-Governance-Modell orientiert und möglichst viele Freiräume für die kreativen Akteure lässt.

Die in der Literatur meist herangezogenen Modelle, um städtische Kreativentwicklungen zu beschreiben bzw. anzuregen, greifen an nichtmetropolitanen Orten nur bedingt. Die Konzepte erweisen sich in ihrer Thematisierung der Ausbildung von Szene- oder Milieustrukturen als zu stark an die Stadtgattung der Metropole gebunden. Deren allgemeine Stadtmerkmale der hohen Bevölkerungszahl auf vergleichsweise engem Raum – also hoher Bevölkerungsdichte, die mit Bevölkerungsheterogenität verbunden ist – gelten jedoch für die meisten Städte nicht.

Damit sind die sozial-räumlichen endogenen Entwicklungen in Richtung eines „kreativen Quartiers“ in Metropolen eher wahrscheinlich als in nichtmetropolitanen Städten. Gleichwohl finden sich auch in letzteren kreativwirtschaftliche Entwicklungen. Insoweit liegt es nahe, zupackendes kommunales Handeln zur Gestaltung förderlicher Kontexte einerseits mit realistischen Selbstbildern und Erwartungen andererseits zu verbinden.

***Steffen Zierold***

#### **Literatur**

Steffen Zierold: Stadtentwicklung durch geplante Kreativität? Kreativwirtschaftliche Entwicklung in ostdeutschen Stadtquartieren, Institut für Hochschulforschung (HoF) an der Martin-Luther-Universität, Halle-Wittenberg 2012; auch unter [http://www.hof.uni-halle.de/dateien/ab\\_1\\_2012.pdf](http://www.hof.uni-halle.de/dateien/ab_1_2012.pdf)