

TEXTE ÜBER DIE KULTURWIRTSCHAFT
IN RHEINLAND-PFALZ

KULTUR WIRTSCHAFT RLP

ANALYSE / DISKURSE / IDEEN

David Maier

KULTUR WIRTSCHAFT RLP

David Maier

KULTUR WIRTSCHAFT RLP
TEXTE ÜBER DIE KULTURWIRTSCHAFT
IN RHEINLAND-PFALZ
ANALYSEN/DISKURSE/IDEEN

Tectum Verlag

David Maier

KULTUR WIRTSCHAFT RLP
TEXTE ÜBER DIE KULTURWIRTSCHAFT IN RHEINLAND-PFALZ
ANALYSEN/DISKURSE/IDEEN

© Tectum – ein Verlag in der Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2017

ISBN: 978-3-8288-6744-4

(Dieser Titel ist zugleich als gedrucktes Werk unter der ISBN
978-3-8288-3905-2 im Tectum Verlag erschienen.)

Umschlagabbildung: WeAreDesign.de

Alle Rechte vorbehalten

Besuchen Sie uns im Internet
www.tectum-verlag.de

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Angaben sind
im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Zum Geleit
THOMAS KRAUS

Vorwort des Herausgebers
DAVID MAIER

Die verborgene Dimension der Kultur- und Kreativwirtschaft –
Essay über die Kraft des Kreativen in der postmodernen Gesellschaft
JULIUS REICH 11

I. Von Kulturwirtschaft und Politik

Kulturwirtschaftspolitik – Ein modernes Gestaltungsinstrument im
Spannungsfeld von Kulturpolitik und Wirtschaftspolitik
ALEXANDER ENDREß 31

Tappen im Dunklen – Fehlende Wirkungsanalysen in der Kultur- und
Kreativwirtschaftsförderung
PHILIPP BUDDE 41

II. Von Kulturwirtschaft und Standort

Kultur- und Kreativwirtschaft in Mittelstädten als Handlungs- und
Politikfeld? Merkmale, Rahmenbedingungen und Maßnahmen
RALF EBERT und FRIEDRICH GNAD 55

III. Vom Nutzen regionaler Netzwerke

Profile und Netzwerke – Regionale Kulturpolitik als Basis für
kulturwirtschaftliche Prozesse
VOLKER GALLÉ 69

Cluster und Clusterinitiativen in der Kultur- und Kreativwirtschaft
KONSTANTIN SCHNEIDER 75

IV. Von Kreativität in der Arbeitswelt

Zwischen Innovation und Kontinuität – Hybride Anforderungen
als Merkmale im kulturwirtschaftlichen Arbeitsmarkt der Zukunft
KARIN DRDA-KÜHN 87

Die neue Kultur des radikalen Wandels – Wie Kunst und Design
ihren Weg in den Unternehmensalltag finden
ELISABETH HELLDORFF 99

V. Von Kulturwirtschaft in Rheinland-Pfalz

Identität und Image – Kultur prägt
HEIKE AREND und DANIELA HARTMANN 113

Finanzierung und Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft in
Rheinland-Pfalz – Übersicht und Implikationen aus den Ergebnissen
einer Studie der Hochschule Mainz
ELMAR D. KONRAD 121

Netzwerke der Kultur- und Kreativwirtschaft in Rheinland-Pfalz
– Ein Überblick
SUSANNE DENGEL 131

Porträt: *Kreativen Trier*
MARKUS FREUDENREICH und
VERENA LANDGRAF-FREUDENREICH 137

Porträt: *Kreativer Raum Koblenz*
JOACHIM OLLIG 138

Porträt: *Kreative Pfalz e.V.*
RALF HERRMANN 139

Porträt: *PS-Kreativ*
MARK SCHLICK 141

Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft als strategischer
Baustein lokaler und regionaler Entwicklungsprozesse –
Am Beispiel Pirmasens und der *ZukunftsRegion Westpfalz*
HANS-GÜNTHER CLEV und MARK SCHLICK 143

Kultur und Wirtschaft – Dimensionen einer undefinierten Beziehung.
Und über die Kulturwirtschaft in Rheinland-Pfalz
DAVID MAIER 151

Zum Geleit

THOMAS KRAUS

Liebe Leserinnen und Leser,

die Kultur- und Kreativwirtschaft gilt seit Ende der 1980er Jahre als Wachstumsbranche. Im Jahr 2014 lag ihr Umsatz bei schätzungsweise 146 Milliarden Euro. Laut der *Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft* der Bundesregierung ist ihre wirtschaftliche Bedeutung damit vergleichbar mit den großen Industriesektoren Automobil, Maschinenbau, Chemie oder der Finanzdienstleistungsbranche und der Energieversorgung.

Auch die Wertschätzung der Kreativen scheint deutlich zugenommen zu haben. Viele Unternehmen wollen das innovative Potenzial und die schöpferische Kraft der Kunstschaffenden nutzen. In Firmen entstehen Co-Working Spaces und Hubs. Etliche Städte haben die neue Generation der Kreativen für sich entdeckt und sammeln sie in Gründerzentren oder gleich in ganzen Stadtteilen.

Der ‚klassische‘ Kultursektor ermöglicht den wenigsten Absolventinnen und Absolventen eine Anstellung oder gar ein ausreichendes Einkommen. Zahlreiche ‚Freie‘ schlagen sich mit unterschiedlichen Jobs oft gerade so durch; langfristige Perspektiven kennen die meisten nicht. Spricht man mit Kulturschaffenden, ist vielen interessanterweise jedoch (noch) nicht bewusst, welche Chancen die Kultur- und Kreativwirtschaft ihnen bietet. Vielmehr reagieren sie mit Bedenken und fürchten die zunehmende Kommerzialisierung von Kunst und Kultur oder einen Eingriff in ihre künstlerische Freiheit. Inflationär gebrauchte Begriffe wie ökonomischer Beitrag, Kennzahlen, Evaluationen unterstützen diese Skepsis.

Will man die breite Masse der Kreativen erreichen, damit möglichst viele sich mit den kreativwirtschaftlichen Möglichkeiten auseinandersetzen, müssen deren Bedenken ernst genommen, aber auch Missverständnisse ausgeräumt werden. Dafür reicht es nicht, Gründerzentren zu bauen und Startups zu finanzieren. Es müssen Modelle entwickelt werden, um eine Kreativszene zu schaffen und zu fördern. Mit Gebäuden allein ist das nicht getan, auch eine Infrastruktur muss geschaffen und langfristige Perspektiven müssen aufgezeigt werden.

Das bedeutet letztendlich, dass der öffentlich und der privatwirtschaftlich finanzierte Kultursektor sich besser kennenlernen, vernetzen und gegebenenfalls dort verzahnen sollten, wo es sinnvoll ist. Kulturschaffenden ist zu empfehlen, dass sie sich für andere Arbeitsbereiche und Finanzierungsmöglichkeiten öffnen.

Kommunen sollten innerhalb ihrer kreativwirtschaftlichen Strategie nicht nur jungen Unternehmen Starthilfe leisten, sondern auch daran arbeiten, langfristig für möglichst viele Kunstschaftende attraktiv zu sein.

Und das lohnt sich: Kultur hat wie keine andere gesellschaftliche Kraft die Möglichkeit, in die verschiedensten Kontexte – wie zum Beispiel Wirtschaft, Bildung oder Politik – einzutauchen. Künstlerinnen, Künstler und Kreative werden in den global geführten Wertediskussionen unserer Zeit eine entscheidende Rolle spielen. Die Fähigkeit von Kunst, Widersprüche zu provozieren, Differenzen aufzuzeigen, Regeln zu brechen und neue Formen zu suchen, wird sehr gefragt sein.

Von daher appelliere ich an die Kreativwirtschaft, sich nicht nur als einen neuen Sektor zu definieren, sondern Verbindungen aller Art einzugehen, neue Konstellationen zu schaffen und Kunst und Kultur eher in ihrer gesamtgesellschaftlichen Bedeutung zu begreifen denn als reines Wertschöpfungsinstrument.

Die vorliegende Publikation kann mit ihren unterschiedlichen Ansätzen hierzu einen wertvollen Beitrag leisten.

Ich wünsche Ihnen eine bereichernde Lektüre.

Thomas Kraus

Leiter des Kulturbüros der Metropolregion Rhein-Neckar GmbH

Vorwort des Herausgebers

DAVID MAIER

Die Kultur- und Kreativwirtschaft wirkt. In den Arbeitsmarkt, als Standortfaktor, als wichtiger Bestandteil der Kulturlandschaft. Auch in Rheinland-Pfalz. Doch welchen konkreten Herausforderungen müssen sich die Kreativen in der heutigen Zeit stellen? Was sind die gegenwärtigen kulturwirtschaftspolitischen Diskurse? Wie gestaltet sich das Verhältnis der Akteure zum Standort – und umgekehrt?

Diesen und weiteren Fragen widmet sich die vorliegende Publikation, die in insgesamt fünf Themeneinheiten sowie einem einleitenden und einem abschließenden Artikel unterteilt ist.

Zunächst beleuchtet Julius Reich in seinem Essay die verborgenen Dimensionen der Kulturwirtschaft. Dieser Artikel soll grundlegend für den Fortlauf dieser Publikation sein.

Im ersten eigentlichen Abschnitt wird von *Kulturwirtschaft und Politik* gesprochen: Alexander Endreß analysiert die Möglichkeiten, Kulturwirtschaftspolitik als neues Gestaltungsinstrument in politischen Prozessen zu verstehen. Hieran folgt ein Artikel von Philipp Budde über fehlende Wirkungsanalysen in der Förderung der Kulturwirtschaft.

Im zweiten Abschnitt dieser Publikation soll das Verhältnis von *Kulturwirtschaft zum Standort* analysiert werden. Rheinland-Pfalz als Flächenland ist stark geprägt von Mittelstädten und dem ländlichen Raum: Friedrich Gnad und Ralf Ebert stellen uns ihre Überlegungen zur Kulturwirtschaft als Handlungsfeld in Mittelstädten vor. Besonders interessant ist dabei die Analyse ihrer Strukturmerkmale und die hieraus schlussgefolgerten Handlungsempfehlungen.

Über den *Nutzen regionaler Netzwerke* im dritten Teil schreiben Volker Gallé und Konstantin Schneider. Während Gallé die regionale Kulturpolitik als Basis kulturwirtschaftlicher Prozesse beschreibt, definiert Schneider die Merkmale von Clustern und Clusterinitiativen und argumentiert aus ökonomischer Perspektive. Ein in vielerlei Hinsicht gut anwendbares Beispiel für Rheinland-Pfalz ist das von ihm skizzierte Cluster in Pforzheim.

Einen Exkurs in die Arbeitswelt unternimmt das vierte Kapitel: Karin Drda-Kühn beschreibt die Anforderungen im kulturwirtschaftlichen Arbeitsmarkt der Zukunft, Elisabeth Helldorf schreibt über den Einsatz Künstlerischer Interventionen zur Steigerung der Innovationskompetenz.

Konkret geht es darum, dass zahlreiche Organisationen ihre Mitarbeiter mit Methoden aus Kunst und Design auf zukünftige Entwicklungen und Herausforderungen einstellen.

Im fünften Teil dieser Publikation, in dem schließlich Bezüge zu Rheinland-Pfalz hergestellt werden, fasst Elmar D. Konrad nochmals die Ergebnisse einer Studie der Hochschule Mainz zur Kulturwirtschaft in Rheinland-Pfalz zusammen. Daniela Hartmann und Heike Arend stellen die Arbeit der Zukunftsinitiative Rheinland-Pfalz vor. Susanne Dengel schreibt über die regionalen Netzwerke in Rheinland-Pfalz und stellt diese zudem in weiteren kleinen Porträts nochmals gesondert dar.

Die Zukunft der Förderung von Kulturwirtschaft und ihrer Akteure soll in einem abschließenden Artikel des Herausgebers näher beleuchtet werden, ebenso das Erarbeiten möglicher Ideen.

Der vorliegende Sammelband will Erkenntnisse diskutieren, Ideen aufbringen und aktuelle wissenschaftliche Diskurse aufgreifen. Es geht aber auch darum, mehr Lust zu machen auf noch mehr Kreativität – und hierdurch einer positiven Entwicklung der Kulturwirtschaft in Rheinland-Pfalz weitere Impulse zu geben.

Die Autoren selbst sind Kulturmanager, Wirtschaftsförderer, Theoretiker, Stadtplaner – sie alle haben einen anderen Blickwinkel und sie alle nutzen mitunter abweichende Bezeichnungen. Manchmal schreiben sie Kulturwirtschaft, manchmal Kreativwirtschaft, sie kürzen ab, mit KKW, andere mit KuKw – das alles ist schlichtweg ihrer beruflichen Perspektive geschuldet. Grundlegend soll hier allerdings von Kulturwirtschaft gesprochen werden – im Verlaufe der Lektüre dieses Buches wird deutlich werden, warum.

Der aufmerksame Leser dieses Vorworts, wird es dann auch bereits gemerkt haben: Die vorliegende Publikation richtet sich keinesfalls nur an Rheinland-Pfälzer, es kann allen Interessierten an der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie Kulturpolitik nützlich sein, ebenso Studierenden, Lehrenden und Berufstätigen im Bereich Kulturmanagement und Kulturpolitik.

David Maier