



**to be debated**

\_\_\_\_\_ **x** \_\_\_\_\_  
spillover

# impressum

## Herausgeber:

european centre for creative economy  
ecce GmbH  
Emil-Moog-Platz 7  
44137 Dortmund, Deutschland  
Geschäftsführer: Prof. Dieter Gorny

Webseite: [www.e-c-c-e.com](http://www.e-c-c-e.com)  
E-Mail: [tbd@e-c-c-e.com](mailto:tbd@e-c-c-e.com)

## Team:

Bernd Fesel | Senior Advisor  
Dr. Anna Stoffregen | Projektmanagement Europa  
Nadine Hanemann | Projektassistenz Kreativ.Quartiere Ruhr  
Erik Baal | Praktikant

## Autor:

Prof. Jonathan Vickery

## Übersetzung:

Nadine Hegmanns

## Lektorat Englisch:

Gundi Nikol

## Lektorat Deutsch:

Medienlandschaft Bohr & Hillenbach

## Design:

I000SISSILDE

## TeilnehmerInnen des CATALYSE student masterclass workshop 'Strengthening Culture in Urban Developments in Europe':

Elisabeth Neumann, Ute Menrath, Saskia Goebel, Jonathan  
Vickery, Elisabeth Alexandra Hewitt, Selina Thea Yasmine  
S. Welter, Agnesa Topuzyan, Federico Maria Di Benedetto,  
Amina Isa-Maina, Tomi Oladepo.  
Projektassistenz Catalyse: Julia Knies, Annika Schmermbeck



Gefördert von

Ministerium für Familie, Kinder,  
Jugend, Kultur und Sport  
des Landes Nordrhein-Westfalen



# inhalt

	04	<b>Vorwort</b>
	06	<b>Einleitung</b>
	06	Politischer Hintergrund
	07	Ausgangslage
	09	<b>Forschungsergebnisse und historischer Kontext</b>
	09	Grenzüberschreitung
	17	Der Markt als Cluster und Agglomeration
	24	<b>Europapolitischer Kontext</b>
	25	Kunst, Kultur und die Volkswirtschaft
	27	Kunst und Kultur als Innovationsquellen
	31	<b>Ökonomisierung von Kunst und Kultur</b>
	34	Re-Organisation von Institutionen und Märkten
	36	Kunst und Krise: Der Soziale Wandel
	41	<b>Eine Forschungsagenda für kreative Spillover</b>
	43	<b>to be debated: call for papers</b>
	44	<b>Literatur</b>

# vorwort

Prof. Dieter Gorny

Die Agenda Europa 2020 hat die Förderung von Spillover-Effekten von Kultur und Kreativwirtschaft zu einer vordringlichen Aufgabe gemacht. Allerdings ist es noch ein weiter Weg, bis diese Spillover-Effekte eingehend erforscht sind und vollständig verstanden werden. Diese weitgehend anerkannte Diskrepanz zwischen unsicherer Fakten- und Forschungslage und herausragender Bedeutung für die Kultur und Kreativwirtschaft in Politik und Gesellschaft ist Ausgangspunkt für die vom european centre for creative economy (ecce) initiierte Publikationsreihe „to be debated“ und die Wahl des Themas für diese hier vorliegende erste Ausgabe: Spillover.

Die EU-Mitteilung „Die Kultur- und Kreativwirtschaft als Motor für Wachstum und Beschäftigung in der EU unterstützen“ von 2012 legte den Grundstein für die wachsende Aufmerksamkeit gegenüber dem Thema Spillover: „Durch ihre Schnittstellenposition zwischen Kunst, Wirtschaft und Technologie ist die Kultur- und Kreativwirtschaft dafür prädestiniert, Spillover-Effekte in andere Branchen anzustoßen.“

Diese Aussage scheint - zumindest politisch - die Debatte darüber, ob der Multiplikatoreffekt der Kultur und Kreativwirtschaft vorhanden ist oder nicht, beendet zu haben: von Migration und Integration zu Klimawandel und Gesundheitswesen sowie Stadtentwicklung - in all diesen Bereichen werden u. a. auch durch die Kultur und Kreativwirtschaft angestoßene Innovationen erwartet.

Folglich berücksichtigen die im Jahre 2014 gestarteten Förderprogramme der Agenda Europa 2020 nun auch diese Anstoßfunktion. Städte, Regionen und Mitgliedstaaten sind dem Aufruf der Europäischen Kommission von 2012 gefolgt, den Einfluss der Kultur und Kreativwirtschaft nicht länger zu unterschätzen. Jetzt, im Jahre 2014, werden europaweit Investitionen getätigt und Programme gestartet. Einerseits zeigt dies, dass kulturelle und kreative Spillover-Effekte den Wünschen und Bedürfnissen anderer Wirtschaftsbereiche gerecht werden. Andererseits verstärken Gespräche über Spillover auch die Skepsis: Handelt es sich hierbei wieder nur um ein Modewort ohne jegliche empirische Grundlage oder Erfolge?!

Darüber hinaus sind sich viele Bereiche wie der Gesundheits- oder Energiesektor nur zum Teil über die Unterstützungsmöglichkeiten und den Einfluss der Kultur und Kreativwirtschaft bewusst. Sind Spillover-Effekte in Gefahr, an guten Absichten und viel zu hohen Erwartungen zu scheitern? Sie haben sich innerhalb von nur zwei Jahren von einem Thema der Politik zu einer Förderpriorität entwickelt: ein schneller Karrieresprung, aber kaum nachhaltig, wenn man deren Ursache und Wirkung nicht besser versteht.

„to be debated SPILLOVER“ stellt die Anstoßfunktion von Kultur und Kreativwirtschaft daher in wissenschaftliche und politische Kontexte - historische wie aktuelle - und unterstützt so eine breit angelegte Debatte darüber, wie Spillover-Effekte weiter zu erforschen sind. ecce veröffentlicht diesen ersten Band von „to be debated“ in der Hoff-

nung, dass auch er einen Anstoß für Debatten in Politik, Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft gibt.

ecce fordert eine Forschungsagenda „Spillover 2020“, idealerweise in Zusammenarbeit mit den Generaldirektionen der Europäischen Union. Denn an erster Stelle und ausschlaggebend für den Erfolg der Agenda Europa 2020 ist auch die Klärung von Kernfragen, um die Fakten- und Forschungslücken zum Thema Spillover zu schließen:

Wie unterscheidet man zwischen einer normalen, externen Wirkung von Kreativität und einem Spillover-Effekt?

Wer oder was bewirkt einen Spillover? Welche Effekte werden in andere Bereiche übertragen?

Bis heute ist unklar, ob Spillover-Effekte extern zwischen Sektoren und / oder intern in einer Organisation zu finden sind.

Diese und weitere Fragen ergaben sich 2013 / 2014 während des von der EU geförderten Projekts CATALYSE in Kooperation mit dem Forum d'Avignon und dem Forum d'Avignon Bilbao. Das Projekt behandelte die katalytische Wirkung von Kultur auf Regional- und Stadtentwicklung und endete mit einer von Prof. Dr. Jonathan Vickery von der Universität Warwick geleiteten Master Class im Februar 2014 in Dortmund. Im Anschluss an das Projekt CATALYSE erarbeitete Prof. Dr. Vickery mit seinen StudentInnen offene Forschungsfragen, Thesen sowie historische Analysen zum Thema Spillover.

Der Autor von „to be debated SPILLOVER“, Jonathan Vickery, ist Direktor des Zentrums für kulturpolitische Studien an der Universität Warwick und hat bereits mehrere Arbeiten zum Thema Kreative Stadt und Kreativwirtschaft veröffentlicht. Er ist Ausschussmitglied im „United Nations Human Settlements Programme“ (UN-HABITAT).

Ziel der Reihe „to be debated“ ist es, Modebegriffe oder politische Schlagwörter wie Spillover durch Analysen und Debatten mit wissenschaftlichem Anspruch zu konkretisieren. „to be debated“ versteht sich grundsätzlich als ein Arbeitsbuch und eine Grundlage, die auch Neulingen in der Kultur und Kreativwirtschaft dabei helfen soll, einen Zugang zu einem bestimmten Thema und den dazu stattfindenden Debatten zu finden.

„to be debated SPILLOVER“ ist nun der Ausgangspunkt für die in den kommenden Jahren angestrebte Reihe, die ausgewählte Entwicklungen, Trends und Themen der Kultur und Kreativwirtschaft präsentieren und hinterfragen will. Diese Aufsätze werden, genau wie der erste auch, nicht zwingend die Meinung von ecce wiedergeben, doch sie stehen für unsere Meinung, dass es in der Kultur und Kreativwirtschaft mehr - vor allem qualitativer - Forschung und mehr öffentlicher Debatten in Wissenschaft, Politik, Wirtschaft und Gesellschaft bedarf.

# einleitung

Prof. Jonathan Vickery

**Politischer Hintergrund** Die Europäische Union hat sich (im Gegensatz zum Europarat) seit jeher im Bereich der Kulturpolitik zurückhaltender in ihren Aktivitäten gezeigt. Da das Thema Kultur in Europa tief in die Geschichte nationaler Institutionen und Traditionen eingebettet ist, bleibt das Subsidiaritätsprinzip zentraler Grundsatz des Vertrags über die Europäische Union (ursprüngliche Fassung von 1993 Vertrag von Maastricht, nach der letzten Änderung 2009 Vertrag von Lissabon). Und doch stellt die EU vermehrt Anträge und Projekte vor, die auf eine verstärkte interkulturelle Kooperation unter den Mitgliedsstaaten setzen, insbesondere bei Projekten mit urbanen, innovativen und Spillover-Dimensionen. Die Mitteilung der Kommission „Europäische Kulturagenda im Zeichen der Globalisierung“<sup>1</sup> unterstreicht noch einmal die Rolle von Kultur im Rahmen der Strategie von Lissabon für Wachstum und Beschäftigung und spricht sich für gemeinsame politische Anstrengungen aus, damit kreative UnternehmerInnen und die Kulturwirtschaft als Quelle und Anreiz für industrielle und unternehmerische Innovation dienen können. 2009 war das „Europäische Jahr der Kreativität und Innovation“, aus dem ein prestigeträchtiges Manifest für Kreativität und Innovation hervorging, verfasst von europäischen Koryphäen auf dem Gebiet der Kreativität und Innovation – unter anderem Richard Florida. Der anhaltende Erfolg der Kulturhauptstadt Europas ist nur ein Aspekt der europäischen Kulturpolitik, bei der Stadtentwicklung, Unternehmertum und die Wirtschaft auf produktive Art und Weise zusammenkommen: Der Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010 wurde insbesondere für die - durch öffentliche

Gelder ermöglichte - Vernetzung von Kunst, Kulturerbe und der Kreativwirtschaft auf regionaler sowie kommunaler Ebene Beachtung geschenkt.

Das neue EU-Förderprogramm Kreatives Europa (2014–2020) zeigt ein gesteigertes Interesse daran, die institutionellen und ideologischen Grenzen zwischen Kunst und Unternehmertum, der Kultur und Kreativwirtschaft und anderen Bereichen aufzulösen und kulturpolitische Ziele mit denen der Stadt-, Wirtschafts- und Unternehmenspolitik zu verbinden. Im Kontext der übergeordneten Strategie Europa 2020 ist die Innovationsunion eine zentrale Politik, die erneut Kultur und Kreativität angesichts der tiefgreifenden sozialen Krise Europas als wichtige Ressource für die makroökonomische Entwicklung sieht. Das Programm

Europa 2020 definiert Innovation als eine strategische Nutzung kultureller, gesellschaftlicher und urbaner Ressourcen. Unter

den Begriff Innovation fallen Ergebnisse von Prozessen, wie neue Produkte, (gewerbliche oder institutionelle) Dienstleistungen, Marketing, Markenentwicklung und Design. Jedoch muss hier gemäß dem Gründungsdokument des Programms ein situationsspezifischer Ansatz verfolgt werden: „Innovationen von Geschäftsmodellen, Gestaltung, Markenpolitik und Dienstleistungen, sofern sich daraus Vorteile für die NutzerInnen ergeben und besondere Begabungen in Europa vorhanden sind.“ Eine weitere Initiative von Europa 2020,

**Kultur und Kreativwirtschaft als Quelle und Erzeuger von Innovationen**

„Eine integrierte Industriepolitik für das Zeitalter der Globalisierung“<sup>2</sup>, definiert die Kultur und Kreativwirtschaft ebenfalls als Quelle und Erzeuger von Innovation. Festzuhalten ist, dass diese weitgreifenden politischen Ziele einmalig in der Geschichte der EU sind und erst noch entwickelt werden müssen. Jetzt liegt es an uns zu bestimmen, wie dies in der Praxis auszusehen hat und wie die vielen von der EU geförderten Projekte funktionieren und in die Realität umgesetzt werden können.

**Ausgangslage** Kultur ist zu einem wichtigen Treiber für Stadtentwicklung und ihre unterschiedlichen Politikfelder

**Kultur als wichtiger Treiber für Stadtentwicklung**

geworden. Im Rahmen des EU-Strukturfonds 2007–2013 wurden über 6 Mrd. Euro für Kultur ausgegeben (Europäisches Parlament, 2012, S. 9). Und doch stoßen Investitionen in den Kulturbereich trotz nachgewiesener Zahlen über den wirtschaftlichen Erfolg bei PolitikerInnen, politischen EntscheidungsträgerInnen und BürgerInnen auf Skepsis. Diese Wahrnehmungslücke war der Ausgangspunkt für CATALYSE, ein EU-gefördertes Projekt dreier Partner aus Frankreich, Deutschland und Spanien, um auf die Vorteile von Spillover-Effekten der Kultur- und Kreativwirtschaft auf die Stadtentwicklung aufmerksam zu machen. Die drei Partner, das Forum d’Avignon aus Paris, ecce aus Dortmund sowie Bilbao Metropoli-30 aus Bilbao, haben sich zu einer einjährigen Kooperation von März 2013 bis Mai 2014 zusammengeschlossen und sich dabei auf vier Tätigkeiten konzentriert: Forschung und Foren, Research and Action Workshops (RAW) sowie ein Seminar für Master-StudentInnen. Ziel von CATALYSE war es Ideen und Möglichkeiten zu nutzen, um eine schnellere Umset-

zung neuer Praktiken in der Stadtpolitik und Stadtentwicklung zu erarbeiten und diesen Prozess wissenschaftlich zu dokumentieren.

Die CATALYSE Master Class<sup>3</sup> (aus der diese Publikation hervorgeht) trug den Titel „Strengthening Culture in Urban Developments in Europe“. Studierende und Lehrkräfte der Universität Duisburg-Essen, der Ruhr-Universität Bochum, der TU Dortmund und der Universität Warwick trugen zu einer ausführlichen Diskussion über Kultur und den institutionellen Aufbau der Kreativwirtschaft sowie über die Indikatoren zur Evaluierung kultureller und kreativwirtschaftlicher Spillover-Effekte in der Stadtentwicklung bei. Bei der Master Class handelte es sich um einen semi-strukturellen, offenen Mixed-Method-Ansatz. Ziel des Workshops war die Konzeptualisierung von Spillover-Effekten unter Berücksichtigung folgender Punkte:

- i. Jüngere Geschichte und aktuelle Veränderungen in der Europapolitik
- ii. Spezifische politische Formulierung aktueller Spillover-Konzepte
- iii. Veränderungen in den Kultursektoren selbst, die Ökonomisierung von Kultur – und wie dies neue Bedingungen für weitere Ansätze zum Thema Spillover schafft
- iv. Erstellung von Modellen und Matrizen für Spillover, die wiederum neue Gruppen von Indikatoren schaffen

Der folgende Text ist eine Zusammenfassung von Beiträgen, Vorträgen, Dialogen, Gesprächen und Ideen, die in diesem Workshop zustande gekommen sind. Es handelt

<sup>2</sup>Eine integrierte Industriepolitik für das Zeitalter der Globalisierung (EC,2010)

<sup>3</sup>auf [www.e-c-c-e.com](http://www.e-c-c-e.com) finden Sie den Bericht: „CATALYSE – Research & Action Workshop ‘Shaking Hans’“

<sup>1</sup>Europäische Kulturagenda im Zeichen der Globalisierung (EC,2007)

sich hierbei jedoch nicht um einen vollständigen Bericht oder eine Studie. Vielmehr spiegelt er die vielen Ansichten und kritischen Einblicke der zahlreichen TeilnehmerInnen, jüngste einflussreiche Aktivitäten von ecce und relevante Publikationen (darunter einige, die hier zitiert und erwähnt werden) wider. Da der politische Diskurs zum Thema Spillover noch in den Kinderschuhen steckt, wurde dieser Bericht so gestaltet, dass er Fragen aufwirft und zu weiteren Forschungsaktivitäten anregt. Er bietet jedoch keinen vollständigen Überblick auf diesen politischen Diskurs. Darüber hinaus handelt es sich hierbei auch nicht um eine Zusammenfassung der im Workshop durchgeführten Übungen, sondern greift lediglich deren geistigen Inhalt auf, um sachdienliche Fragen für weitere Forschungsaktivitäten anzuregen. Dieses Dokument soll als geistiger Anreiz für eine neue Forschungsagenda dienen, die parallel auch durch eine europaweite Spillover-Studie von ecce, dem Arts Council England, Arts Council Irland, Creative England und dem European Creative Business Network vorangetrieben wird. Ziel dieses Projektes ist es, nicht nur die Erforschung von Spillover-Effekten, sondern auch die Art von Forschung voranzubringen, die ihrerseits „kreative“ Spillover bewirkt.

#### Über den Autor:

Dr. Jonathan Vickery | Außerordentlicher Professor und Leiter des Masterprogrammes am Zentrum für Kulturpolitische Studien der Universität Warwick, UK

Vickery betätigte sich bereits als unabhängiger Künstler und Designer, lehrte Kunst sowie Geschichte und Theorie der Architektur, Design, Stadtplanung und Organisationsforschung. Er veröffentlichte Forschungsarbeiten in den Bereichen Kunsttheorie, Stadt- und Kulturpolitik und Städterneuerung. Er war Mitherausgeber des Journals „Aesthesis“, derzeit ist er Vorsitzender der gemeinnützigen Forschungsgruppe „The Art of Management and Organization“.

Vickery war beteiligt an lokalen Projekten in Kulturentwicklung und Städterneuerung sowie an verschiedensten Berichten für die wichtigsten akademischen Förderinstitutionen Europas. In Warwick gründete er drei unabhängig finanzierte Masterstudiengänge und ist momentan Leiter des Masterstudiengangs „Kunst, Wirtschaft und gesellschaftliche Entwicklung“. 2013 hat er – gemeinsam mit Ian King – das Buch „Experiencing Organisations: New Aesthetic Perspectives“ (Libri Publishing) herausgegeben. Die Monografie „Creative Cities and Public Cultures: art, democracy and urban lives“ wird 2015 im Routledge Verlag erscheinen.

# forschungs- ergebnisse und historischer kontext

Spillover können natürlich in jedem (Wirtschafts-)Bereich auftreten. Im Kontext dieser Untersuchung liegt der Schwerpunkt auf dem Begriff „creative spillover“, d.h. auf Spillover-Effekten, ausgelöst durch kulturelle oder kreative Aktivitäten, wie sie in dem vor Kurzem erschienenen URBACT Grundlagenbericht „Creative SpIN“ beschrieben werden (Creative SpIN, 2012). Der Begriff „creative“ bezieht sich auf das Handlungsfeld der Kultur- und Kreativwirtschaft und bezeichnet nicht unbedingt eine kreative Qualität der Methodik oder der Prozesse von Spillover. Die Kultur- und Kreativwirtschaft hat kein Monopol auf Kreativität, wie schon Richard Floridas Thesen zur so genannten „Kreativen Klasse“ (Florida, 2002; 2004) ausgesagt haben. Demzufolge hat auch der creative spillover kein Monopol auf Kreativität.

Der Begriff Spillover wird u.a. in der Humanpsychologie angewandt und bezieht komplexe zwischenmenschliche Interaktionen und Variablen ein, die durch Politik, Richtlinien oder Behörden nicht leicht veränderbar sind. Der Begriff Spillover findet überdies auch in der Medientheorie Anwendung; beispielsweise kann ein Event Inspiration für ein

oder mehrere weitere Events sein, die ohne ihren Vorgänger gar nicht entstanden wären. Somit verursacht ein Spillover nicht nur eine Veränderung, sondern ist darüber hinaus auch in der Lage, neue Bedingungen für Veränderung oder Anreize für einen Perspektivwechsel zu schaffen.

In dieser Publikation wird versucht eine umfassende Definition des Begriffes Spillover zu entwickeln, die die Dynamik und die Möglichkeitsräume zugrunde legt, die Kreativität einfordert - oder zumindest verspricht einzufordern. Ein kreativer Spillover dient hoffentlich einer Erweiterung der peripheren politischen Sichtweise auf Kultur wie auch Wirtschaft; er sollte die Qualität und Quantität der Maßnahmen und Auswirkungen, Reaktionen, Interaktionen und subtileren Dynamik des Anstoßens einbinden.

**Grenzüberschreitung** Für kreative Spillover-Effekte im Kontext der europäischen Zusammenarbeit sowie gesamteuropäischen kulturellen Stadtentwicklung ist die bisherige Sichtweise des „neofunctionalist regionalism“ aufschlussreich (Haas<sup>4</sup>; Rosamond<sup>5</sup>). Die europäische Vision

<sup>4</sup>Introduction: Institutionalism or constructivism? (Haas, 2004)

<sup>5</sup>The Uniting of Europe and the Foundation of EU Studies (Rosamond, 2005)

Jean Monnets diente den Neofunktionalisten als Hauptinspirationsquelle, um produktive und sich gegenseitig verstärkende Integrationsprozesse zu verstehen und grenzübergreifende Beziehungen in Europa weiter auszubauen. Sie untersuchten die Geopolitik in europäischen Regionen und arbeiteten heraus, wie in gewissen Industriezweigen Integrationsmuster und -kräfte durch mehrere Integrationsprozesse aus anderen Wirtschaftsbereichen angestoßen wurden. Sie befassten sich mit den vielfachen Auswirkungen von grenz- und sektorübergreifender Zusammenarbeit. Die Dynamik solcher Integrationskräfte wurde durch Spillover-Effekte erhöht.

Wenn heute der Begriff Integration einen positiven, wenn nicht schon modischen Klang hat, so war er für die neoklassischen Ökonomen ein Dorn im Auge. Denn als moderner Weg zum Fortschritt galt die Entwicklung eigenständiger Bereiche des Denkens, speziellen Fachwissens, einzigartiger Methoden und einzelner Analyseobjekte. Integration trübte ihrer Meinung nach nur den Blick, sorgte für ungewollte Abhängigkeiten und warf das Verständnis vom Fachspezialisten mit seinem objektiven Wissen über den Haufen. Kurz gesagt: Die Idee von Integration rüttelt an der erkenntnistheoretischen Basis einer modernen wissenschaftlichen Denkweise genauso wie das Prinzip von Modernität an sich den Nationalstaat in Frage stellt, dessen Existenz auch auf starre und absolute Grenzen angewiesen ist.

Heute sind viele der damaligen neofunktionalistischen Überlegungen zur sozioökonomischen Integration akzeptiert und bilden die geistige Grundlage für Globalisierungstheorien. Doch darüber hinaus wird deutlich, dass es im Spillover-Diskurs, insbesondere im Bereich der Kulturpoli-

tik und Kreativwirtschaftspolitik, im Grunde um mehr als nur Wirtschaftseffekte geht - um mehr als Wissenstransfer oder industrielle Zusammenarbeit im traditionellen Sinne. Denn das Thema Spillover hat eine erweiterte, geopolitische Dimension, die sowohl die Nutzung als auch Erzeugung von Integrationskräften, Kooperation, Dialog und grenzübergreifender Kollegialität beinhaltet, um gemeinsame Aktivitäten oder auch neue Formen der Verbundenheit zu fördern. Wissen ist Macht, und wirtschaftliche Macht ist politische Macht. Wenn also neue Formen der Verbundenheit oder der Kollaboration entstehen, hat das immer auch eine politische Bedeutung. Das wird vor allem dann deutlich, wenn es um die Anwendung von Spillover im Zusammenhang mit öffentlichen Institutionen, kulturellen Ressourcen und künstlerischen Verfahren geht: Denn diese sind meistens in Europa an nationale Traditionen und an die Vorgaben nationaler öffentlicher Geldgeber gebunden, das genaue Gegenteil von nationen- oder sektorübergreifender Verbundenheit.

**> Spillover wirft die Frage nach Handlungskompetenz und Berechtigung auf - welches Recht hat die Kultur bzw. die Kreativwirtschaft, in andere Branchen oder soziale Bereiche einzugreifen? Wer genehmigt diese Schritte? Wie sind kreative Handlungen über unterschiedliche Gesetze und Gebiete hinweg möglich?**

### > Wie können Spillover die Verbindung von Unternehmen in Europa stärken?

Daraus ergibt sich ein weiterer wichtiger Aspekt der neofunktionalistischen Theorie: Mit zunehmender Integration ergibt sich eine Neubewertung und stärkere Partizipation einer nicht staatlich organisierten Zivilgesellschaft sowie der Bürger an sich. Dabei ist es nicht verwunderlich, dass Spillover auch in der Unternehmenstheorie als intrinsischer Faktor anerkannt wird für die strategische Entwicklung von Entscheidungsfindung, Selbstmanagement, Innovation und für die Mobilität dynamischer Vertreter neuer Unternehmungen. Bei Spillover handelt es sich nicht einfach nur um eine Verbreitung allgemeiner Einflüsse; wenn diese einen strategischen Fokus verfolgen, können sie bei der Umsetzung besonderer Ideen, Projekte und Unternehmungen im Wettbewerb des Marktes behilflich sein.

**> Der Begriff Spillover, wie er hier diskutiert und entwickelt wird, ist nicht gleichbedeutend mit älteren politischen Konzepten wie Wissenstransfer, sozialer Wandel oder öffentlicher Mehrwert. Diese Begriffsunterscheidung ist wichtig. Spillover sind mehr (oder sollten mehr sein) als eine Verbreitung von Einflüssen.**

**Spillover-Typen** Spillover ist ein weit gefasster Begriff, der in vielen Bereichen zu finden ist. Für den Bereich Kultur- und Kreativwirtschaft muss allerdings noch eine umfassende Definition gefunden werden. In einem kulturellen Kontext kann Spillover alle nachfolgend beschriebenen Begriffe mit einschließen und doch eine Rolle bei der institutionellen, politischen und geökonomischen Integration spielen.

### Abgrenzung der Begrifflichkeiten

**Wissenstransfer:** Ein technischer Prozess interner Verbreitung oder Bereitstellung von Wissen, Informationen, Daten, Dokumentationen und damit verbundenen Fähigkeiten zur Handhabung und Nutzung von Wissen. Der Begriff wurde in den 1990er Jahren zum politischen Schlagwort, als Universitäten und öffentliche Institutionen dazu aufgefordert wurden, ihre Forschung und Entwicklung, Daten und Dokumentationen zur industriellen Nutzung in den privaten Bereich zu verlagern. So wurden Urheberrechte geteilt oder großzügig entlohnt, und doch bleibt diese Praxis auf spezielle Bereiche und Kausalmodelle von Wissensübertragung beschränkt.

**Sozialer Wandel:** Ein Überbegriff für eine Reihe an öffentlichen Evaluierungsmaßnahmen zur Erfassung kontextbezogener sozialer Vorteile durch künstlerische und kulturelle Tätigkeiten (und später Bildung und Forschung an sich). Obwohl der Begriff eher deskriptiv erscheint, ist er doch im hohen Maße präskriptiv für sowohl KulturforscherInnen als auch PraktikerInnen. Als begrifflicher Rahmen will er aus Forschung gewonnene Daten für Beauftragung und Management bewährter Projekte, für strategische Entwicklungen und für politische Interessensvertretung nutzen (in der Regel begründet auf der Notwendigkeit für ständige oder weitere Finanzierung).

**Öffentlicher Mehrwert:** Ein Fachbegriff, um notwendige Veränderungen in öffentlichen Verwaltungen in Industrienationen während der Reindustrialisierung in den 1980er Jahren zu beschreiben. In diesem Begriffsrahmen wurden öffentliche und kulturelle Organisationen zur Ein-

<sup>6</sup>Manifesto for the Creative Economy (NESTA, 2013)

<sup>7</sup>Creative Clusters and Innovation: putting creativity on the map (NESTA, 2010)

### Kreative Spillover

> Können Spillover-Muster bei der Erstellung einer neuen „Ausrichtung“ der Kreativwirtschaft hilfreich sein?  
> Welche Spillover-Faktoren schaffen einen Mehrwert, indem sie zu neuem Wissen, Fertigkeiten und zur Nutzung neuer Ressourcen anregen?

haltung bestimmter Unternehmensstandards wie Effizienz, Qualität und Produktivität verpflichtet. Angestoßen wurde dies durch eine positivistische Konzeption von Effizienzbeweisen, die öffentliche kulturelle Organisationen dazu ermutigte, sich mit privaten Körperschaften zusammenzutun, um die Dienstleistungen anbieten zu können, die für eine optimale Ausübung der Verwaltungsaufgaben notwendig waren.

Für eine erweiterte Studie über kreative Spillover müsste man eine theoretische Abgrenzung der Aktivitäten innerhalb der Kreativwirtschaft berücksichtigen, um diese nicht mit dem allgegenwärtigen Einfluss der Konsumkultur im Allgemeinen zu verwechseln. Die Einflussnahme der Konsumkultur wird leicht unterschätzt. Bei Konsum handelt es sich nicht nur um eine Entscheidungsfindung beim Kauf oder Erwerb von Waren und Dienstleistungen, sondern er umfasst einen wichtigen Wissensbereich. Der Konsumprozess beinhaltet die Weitergabe und Übertragung von Ideen, neuen Terminologien, Wissen, Verhaltensintelligenz sowie einer ganzen Reihe an Reizen, die unsere Wahrnehmung und Realität im Alltag bestimmen. Daher muss man sehr genau unterscheiden zwischen Spillover-Effekten durch den allgegenwärtigen Einfluss der Kreativwirtschaft einerseits und den einzelnen Bereichen professioneller Konsumaktivitäten bzw. deren kommerzielle Märkte, die einen Mehrwert durch Spillover-Effekte aus neuem Wissen, neuen Kompetenzen oder Ressourcen - meistens kostenlos - erhalten. Dafür ist eine Definition spezifischer Kriterien nötig, um die Besonderheit der Spillover-Effekte der Kultur und Kreativwirtschaft zu erfassen und zu evaluieren.

**Kriterien** Besondere Kriterien für Spillover-Effekte der Kreativwirtschaft zu formulieren, die auch deren Bewegung und Dynamik im Prozess der Übertragung bzw. des Anstoßens erfassen, ist eine Herausforderung. Im namhaften britischen NESTA-Bericht „Manifesto for the Creative Economy“<sup>6</sup> aus dem Jahr 2013 wird die Frage gestellt, „was passiert, wenn eine Kodifizierung von Wissen nicht möglich ist. Inwieweit kann Wissen dann einen Spillover-Effekt generieren?“ Im Bericht wird als Beispiel dafür folgende Fragestellung aufgeworfen (S. 56): Ist die öffentliche Förderung von Forschungsvorhaben möglicherweise effektiver oder wirtschaftlicher, wenn Anreize für ForscherInnen geschaffen werden, dafür Kompetenzen und Fähigkeiten zu nutzen, die sie sich während ihrer Forschungsarbeiten in anderen für die Gesellschaft wertvollen Bereichen angeeignet haben - im öffentlichen, privaten und gemeinnützigen Sektor? Damit stehen mehrere Fragen im Raum - z.B. ob effektive Forschung nicht sogar gezielt auf Spillover-Effekten aufbauen sollte?

Der NESTA-Bericht beschreibt die Notwendigkeit, Wissen zu kodifizieren. Dabei muss man sich der Auswirkungen durch Übrationalisierung, Entlehnung scheinbar relevanter Begriffe (wie zum Beispiel Nebenwirkungen, positive Feedbackschleife, Crossover usw.) oder sogar von Kompetenztransfers aus anderen gesellschaftlich wertvollen Bereichen bewusst sein<sup>7</sup>. Spillover ergeben sich nicht nur durch einen Prozess, den es zu verstehen gilt, sondern durch eine Reihe von Situationen, die (auch politisch) gesteuert werden.

In einem früheren Bericht stellten Chapain et. al. fest, dass man Spillover-Effekte nicht nur als Prozesse (miss-)ver-

stehen darf: Sie beinhalten auch viele andere Aspekte, z.B. wichtige Beweggründe oder situativ bedingte Motivationen aller Akteure sich zu beteiligen (Stichwort: Verbundenheit / Integration). Für die Beteiligten können Spillover verschiedene Chancen oder Renditen mit sich bringen, doch sind diese manchmal nicht vorhersehbar. Das bedeutet, dass sich im Spillover-Prozess wesentliche Aufgabenstellungen,

### Schlussfolgerung: Spillover können beinhalten:

- Komplexe Interaktionen / Auswirkungen / Einflüsse auf unterschiedlichen Ebenen - nicht nur einfache Kausalmodelle.
- Ein Prozess des Dialogs, der Interaktion und des Engagements, der ortsspezifisch oder ortsabhängig sein, der durch die Ausschöpfung von örtlichen Mitteln optimiert werden und so zu einer breiten wirtschaftlichen Weiterentwicklung eines Ortes beitragen kann.
- Umsetzung der Praxis in die Theorie und wieder zurück

**Instrumente** Die naheliegenden Instrumente für Spillover sind wahrscheinlich die Bereiche Wissensproduktion, Information und technisches Know-how (wie F&E). Die wegweisenden Berichte zur Kreativwirtschaft<sup>8</sup> der UNO-Konferenz über Handel und Entwicklung (UNCTAD), insbesondere deren 2010 veröffentlichte Überarbeitung, nennt folgende fünf Spillover-Typen (S. 3):

vertragliche Rahmen- oder Investitionsbedingungen unmöglich von Anfang an rational festlegen lassen. Zugespielt formuliert entsteht eine paradoxe Aufgabenstellung für die Politik: **Wie also lassen sich - möglichst rational planbar - dann die Bedingungen schaffen, die einen Möglichkeitsraum für Unplanbares und damit für Spillover-Effekte eröffnen?**

in die Praxis: Spillover können ein Prozess der Rekontextualisierung von Aufgaben innerhalb verschiedener Arbeitsbereiche oder sogar innerhalb verschiedener beruflicher Gemeinschaften sein.

- Grenzüberschreitung, informelle sowie formelle Zuständigkeiten; Frage nach Handlungskompetenz und -legitimation.
- Überarbeitung oder Überschreitung normativer Modelle für Management- sowie Anreiz- und Investitionssysteme - unter der Bedingung nicht messbarer Risiken bzw. Unsicherheiten.

**Wissens-Spillover:** Hier profitieren Unternehmen von neuen Ideen, Entdeckungen und Prozessen, die von anderen Unternehmen durch z. B. ihre F&E-Aktivitäten entwickelt wurden.

**Produkt-Spillover:** Hier wird die Nachfrage für ein Produkt eines Unternehmens durch die Produktweiterentwicklung in einem anderen Unternehmen gesteigert, bei-

### Eine Typologie für Spillover-Effekte

<sup>8</sup>Bericht zur Kreativwirtschaft (UNCTAD, 2008;2010)

spielsweise wenn die Nachfrage nach CD-Spielern aufgrund der Entwicklung der CD steigt.

**Netzwerk-Spillover:** Hier profitiert ein Unternehmen von anderen in seinem direkten Umfeld niedergelassenen Unternehmen, wie zum Beispiel die Anhäufung von Dienstleistungsunternehmen rund um die Filmproduktion in bestimmten Gebieten.

**Ausbildungs-Spillover:** Hier geht es um ArbeitnehmerInnen, die ihre spezifische Ausbildung in andere Bereiche übertragen. SchauspielerInnen mit einer Ausbildung in einem staatlich subventionierten Theater wechseln z.B. zum kommerziellen Theater oder zum Fernsehen.

**Künstlerisches Spillover:** Hier fördert die innovative Arbeit eines Künstlers oder eines Unternehmens eine Kunstform zugunsten anderer KünstlerInnen und Unternehmen.

Für die Forschung stellt es aber ein Problem dar, dass Ergebnisse von Spillover auch durch andere Mittel und Wege erreicht werden können. Die Herausforderung liegt zukünftig also darin, die Besonderheiten von Spillover zu identifizieren und diejenigen Aktivitäten, die für solche Ergebnisse ursächlich sind, eindeutiger, messbarer und vo-

raussagbarer zu machen. Darüber hinaus gilt es bei ähnlichen Ergebnissen zwischen intern und extern erzielten Spillovern zu unterscheiden.

Interne Spillover überschreiten die internen Grenzen von organisatorischen Systemen und Strukturen; externe Spillover finden dagegen zwischen den Organisationen statt. Externe Spillover sind daher aufgrund ihres

gesellschaftlichen und kulturellen Wertes gerade außerhalb des sehr begrenzten Orbits einzelner Organisationen von großem Interesse. Und doch werden externe Spillover weiterhin deutlich weniger in der aktuellen Erforschung von Politik, Management und Organisationen berücksichtigt. Und das, obwohl Forschungsergebnisse über Wertschöpfungsketten, B2B- und B2C- Verhalten vorliegen.

**> Wie können Unternehmen motiviert werden, einen Mehrwert außerhalb ihres eigenen Produktionsradius zu schaffen - in einem anderen Produktionsbereich, oder etwa gar in einem völlig anderen Unternehmensbereich?**

**Der Begriff und seine Geschichte** Die historischen Definitionen von „Jacobs' Spillover“ (1969) und „Porters Spillover“ (1990) sind in diesem Kontext besonders wichtig. Sowohl Jacobs als auch Porter vertraten sehr starke und zugleich sehr unterschiedliche theoretische Ansichten zu den produktiven dynamischen Wechselwirkungen zwischen Organisationen in bestimmten Orten oder Regionen in einem Industriezweig. Beide Wissenschaftler sind der Ansicht, dass Spillover innerhalb standardisierter B2B-, Herstellungs-, Geschäfts-, Produktions-, Forschungs- und Entwicklungsprozesse, jedoch auch aus Innovationen und spontanen Interaktionen in einem sich verändernden Handlungsumfeld hervorgehen können. Ob in solchen Situationen Spillover durch Konzentration und Speziali-

### Interne und externe Spillover

sierung oder durch Vielfalt begünstigt werden, bleibt eine bis heute offene Frage. Die Annahme von Porter legt nahe, dass die Wechselwirkungen und Spillover-Effekte zwischen Unternehmen inhärent mit industriellem Wachstum sowie mit Wachstum der lokalen und regionalen Wirtschaft einhergehen. Demnach werden Spillover-Effekte durch Vielfalt begünstigt und so auch für die städtische und regionale Politik relevant, statt nur für Wirtschaft, Industrie, Handel und Unternehmenspolitik. Die Aufgabe lokaler Politik kann dann als Entwicklung statt als Wachstum beschrieben werden - und findet so eher Verständnis und Akzeptanz in der urbanen Öffentlichkeit.

Porters Arbeit hat, wie später gezeigt wird, zwar auch die Forschung über externe Spillover beeinflusst, hauptsäch-

### Porters Spillover

lich aber die über endogenes Wachstum. Spillover wurde für eine Vielzahl von

Ökonomen interessant, die wirtschaftliches Wachstum (zumindest in einer zeitgenössischen wissensbasierten Wirtschaft) durch interne Faktoren bedingt ansahen und nicht nur durch externe Faktoren wie allgemeiner technologischer Fortschritt oder Veränderungen von Marktstrukturen. Die berühmte endogene Wachstumstheorie - von Paul Romer in den späten 1980er und 1990er Jahren an der Stanford University entwickelt - beschreibt das Wirtschaftswachstum als menschliche Fähigkeit, als Wissen, soziale Interaktion und Möglichkeit für Innovation innerhalb einer Organisation oder eines Unternehmens. Diese Theorie wurde, begünstigt durch die neuen politischen Rahmenbedingungen des Neoliberalismus und des freien Marktes, nach der Deindustrialisierung des Westens in den 1970er Jahren und der

darauffolgenden Reinindustrialisierung ab den 1980er Jahren wieder höchst aktuell. Der Neoliberalismus vollzog im wesentlichen Umfang einen politischen Investitionsabbau in Bereichen wie Arbeitsorganisation, Sozialsysteme, Sozialhilfe, Währungen und ihre Zinssätze. Stattdessen wurde in Organisationsentwicklung, in hohe Marktmobilität, die von schnell denkenden und anspruchsvollen VerbraucherInnen bestimmt werden, sowie in Wachstum und Wohlstandsgenerierung durch Unternehmen und kleine Betriebe investiert.

Porters berühmte Publikation „The Competitive Advantage of Nations“ (1990) legte die These vor, dass wirtschaftliches Wachstum nicht nur durch Wettbewerb zwischen Akteuren innerhalb eines Marktes generiert wird, sondern auch durch eine sektorübergreifende, stark lokalisierte Wettbewerbsfähigkeit, dank derer man sich schnell anpassen, innovativ handeln und schnell auf externe Veränderungen reagieren kann. Die unterschiedlichen Wellen der „Neuen Wachstumstheorie“, die sich in den 1990er Jahren bemerkbar machten, befassten sich mit einem Paradoxon, dass die neuen dominanten Formen von wirtschaftlichem Wert nicht auf materiellen Bedingungen der Produktion, sondern auf den menschlichen Fähigkeiten wie Kommunikation, Wissen, kreativer Tätigkeit und Erfahrung aufbauten. Anders gesagt: Die Ursachen für wirtschaftliche Produktion waren (zumindest potenziell) dieselben wie für individuelle Selbsterfüllung und Zufriedenheit.

In Porters Wirtschaftstheorie schwang ein quasi-demokratischer Unterton mit, wenn Wirtschaftswachstum im Arbeitnehmer und seiner Arbeit verankert wurde. Dadurch definierte sich nun der Wert der Arbeit über Produktion

**> Wenn ein vorrangiger Einflussfaktor für Wachstum Wettbewerbsfähigkeit ist, welcher Ressourcen bedient sich der Wettbewerb dann außerhalb des Wettbewerbsverhältnisses?**

hinaus bis zur Subjektivität bzw. zum persönlichen Ausdruck des Produzierenden. Die Unternehmen verlangten vermehrt nach persönlichen Investitionen und nutzten ihre ausdrucksstarke visuelle Kommunikation und Markenwerte, um mit den ArbeitnehmerInnen und dem Markt gleichermaßen zu kommunizieren. Ein neues Zeitalter des Humanismus schien gekommen und wurde in Bestsellern wie „The Experience Economy“ von Pine und Gilmore<sup>9</sup>, „Bobos in Paradise“ von David Brooks<sup>10</sup> und „The Cultural Creatives“ von Anderson und Ray<sup>11</sup> gefeiert. Menschliche, soziale Eigenschaften, die ehemals für künstlerische Exzentrik oder sogar politischen Widerstand standen, wurden nun als Ressourcen für Unternehmen geschätzt, die ihre kreative Innovations- und Kommunikationsfähigkeit auf dem Markt unter Beweis stellen mussten.

**Menschen und Markt** Das damalige Menschenbild und seine Geschichte, das die neue Wachstumstheorie begünstigte, gilt mittlerweile als Standard der so genannten postindustriellen Gesellschaft (wenngleich es viele Vari-

anten davon gibt): Die postindustrielle (oder postfordistische) städtische Wirtschaftsstruktur entwickelte sich aus dem wirtschaftlichen Niedergang in den 1970er und 1980er Jahren, charakterisiert durch eine starke Ansammlung

von Fertigungskapazitäten und Arbeitskräften, neuer arbeitsfördernder Dienstleistungen und einer Vergrößerung von Bürokomplexen als neuem architektonischer Bestandteil eines Stadtkerns. Dies wirkte sich auch auf das Arbeitswesen aus, denn es waren flexible, mobile und vielseitig qualifizierte Arbeitnehmer gefragt. Freelancer und EinzelunternehmerInnen wurden zur Selbstverständlichkeit; die Größe von Organisationen unterlag immer öfter einem Auf-

und Ab. Kommunikation und technologische Innovationen sorgten für eine neue Infrastruktur für die industrielle Entwicklung; Fertigkeiten und Kenntnisse in den Bereichen Kommunikation und technologische Innovation wurden zu Schlüsselfaktoren. Die New Economy ist dynamisch und reagiert dabei auf die sich wandelnden globalen Bedingungen und den erhöhten Wettbewerbsdruck im Westen. Unternehmen (sowie NGOs oder öffentliche Institutionen) sind die Treibkräfte für Veränderung, sie wiederum zehren von den Innovationen der KMU und Universitäten. Hauptaugenmerk einer jeden Organisation liegt nun auf einem wettbewerbsfähigen Wachstum und der Fähigkeit, sich durch Innovation und Kreativität anpassen zu können. Eine neue Mittelklasse aus elitären DienstleisterInnen und ManagerInnen bildet sich heraus - die so genannte Kreative Klasse. Sie ist jung und aktiv und verlangt nach mehr kulturellen Dienstleistungen sowie kulturellen Orten und Räumen. Die historische Rolle der Städte als Zentrum von Kunst, Design und Kultur gewinnt vor dem Hintergrund einer neuen Mischwirtschaft aus Produktion, Konsum und Spektakel wieder an Bedeutung. Die „New Economy“ ermöglicht in der Kulturpolitik eine Neubelebung des Stadtkerns (vgl. Hutton<sup>12</sup>). Die neue vernetzte Informationsgesellschaft, die auf Markenprodukten und einem ständigen Zugang zu den globalen Märkten aufbaut, verändert ein fundamentales Prinzip des Wirtschaftens hin zu einer neuen Wirtschaftsform: Wo einst Knappheit herrschte,

› Die weltweite Finanzkrise (mit Beginn im Jahr 2006) deckte wirtschaftliche und ethische Mängel im westlichen Wirtschaftsraum auf: Wie können Spillover verhindern, dass solche Formen des Wachstums aufrechterhalten werden, die für eine nachhaltige Entwicklung nicht förderlich sind?

## Postindustrielle städtische Wirtschaftsstruktur

<sup>9</sup>The Experience Economy (Pine & Gilmore, 1999)

<sup>10</sup>Bobos in Paradise (Brooks, 2000)

<sup>11</sup>The Cultural Creatives (Anderson & Ray, 2000)

<sup>12</sup>The New Economy of the Inner City (Hutton, 2008)

gibt es nun Überfluss. Überproduktion und übermäßiger Konsum führen zu neuen Standards im sozialen Verhalten, die durch neue gesellschaftliche Maßstäbe verstärkt werden. Und es entstehen weitere wirtschaftliche Kräfte mit Einführung des Internets und der Möglichkeit zum Austausch großer Datenmengen, die wiederum neue Bedingungen für Wachstum (und Schrumpfung) mit sich bringen. Diese Entwicklungen sind besonders dort von Bedeutung, wo die Open-Source-Innovation, Creative-Commons-Lizenzen und Co-Creation sowie Social-Media-Plattformen von Seiten der VerbraucherInnen immer mehr genutzt werden: Neue wirtschaftliche Konzepte müssen mehr als nur die Industrie, den Handel, Unternehmen und öffentliche Finanzen einschließen.

## Der Markt als Cluster und Agglomeration

Cluster sind nichts Neues, um Märkte zu erklären; in der Wirtschaftstheorie wurden sie schon im klassischen Werk von Alfred Marshall<sup>13</sup> (als Industriedistrikte) erwähnt. Seitdem hat sich die Clustertheorie zum einflussreichsten Rahmenwerk der modernen Wirtschaftstheorie entwickelt, mit dessen Hilfe auch die Kultur- und Kreativwirtschaft diskutiert wird:

Stützt sich die industrielle Entwicklung fortschrittlicher Nationen auf ihr Wissenspotenzial in Verbindung mit Technologien und Kommunikation, optimiert für eine dementsprechend motivierte Unternehmerschaft - z.B. der Kreativen Klasse -, so ist Porters Schwerpunkt auf kleinere Industrien und Mikroräume des Wettbewerbs im hohem Maße relevant für die Debatte über Spillover, um einen Blick in die Zukunft unserer Wirtschaft und Gesellschaft zu werfen.

Die Clustertheorie bringt all diese Elemente zusammen, und die zuvor genannten Spillover-Theorien nach Porter und nach Jacobs sind damit untrennbar verbunden. Es gibt viele Möglichkeiten Cluster zu verstehen und ebenso viele Möglichkeiten Cluster zu bilden - z.B. durch topografische Bedingungen, politische Geografien, soziale Gegebenheiten und kulturelle Angebote. Cluster werden dafür gepriesen, dass Organisationen durch eine Agglomeration auch über ihre Produktionskapazitäten hinaus Werte schöpfen. Spillover sind eine Erklärung für diese zusätzliche Wertschöpfung (oder sollten es sein), wodurch diese zum Instrument einer Clusterpolitik werden kann.

Durch das Clusterkonzept wurden Begriffe entwickelt, die seit den späten 1980er Jahren in den allgemeinen Sprachgebrauch der Stadtplanung Einzug hielten - Kulturquartiere oder Kreativzentren. Beide Begriffe tauchen heute in der Stadtpolitik vieler europäischer Städte auf. Cluster nehmen heutzutage ein wichtiges Politikfeld bei der Europäischen Kommission ein und dort insbesondere bei der Generaldirektion Unternehmen und Industrie, in den Gründungsdokumenten, darunter das Europäische Cluster-Memorandum (Januar 2008), und in der Mitteilung der Kommission „Auf dem Weg zu Clustern von Weltrang in der Europäischen Union“<sup>14</sup>. Diese vereinen Innovations- und Unternehmenspolitik und werden konkretisiert durch die Europäische Cluster-Allianz (seit 2006), die Europäische Beobachtungsstelle für Cluster (seit 2007) sowie eine Arbeitsgruppe der Kommission zur Clusterpolitik.

**Kulturquartiere;  
Kreativzentren**

<sup>13</sup>Principles of Economics (Marshall, 1890)

<sup>14</sup>Auf dem Weg zu Clustern von Weltrang in der Europäischen Union (EC, 2008)

> **Spillover innerhalb der Clustertheorie und der räumlichen Komponente von Clustern könnten speziell auf die Clusterformation ausgerichtet sein oder wirksame Modelle für den gesamten Sektor oder für in Europa verstreute Netzwerke bieten.**

Die Herausforderung für die europäische Politik besteht darin, dass die Form, das Wachstum und die Dynamik von Clustern oft durch ortsspezifische Faktoren und geeignete urbane Räume, durch die industrielle Geschichte einer Stadt, durch Transport und Beförderungsmöglichkeiten sowie durch Image und Markenidentität bestimmt werden. All diese Faktoren entziehen sich jedoch einer europäischen Politik; sie werden lokal geprägt und gestaltet.

Ob dieser Vielfalt an Clusterfaktoren überrascht es nicht, dass unterschiedliche theoretische Ansätze zur Clusterpolitik bestehen. Einer der wichtigsten ist die Agglomeration, bei der die Nähe, der Standort, die Erreichbarkeit sowie gemeinsame Materialressourcen spürbare Vorteile, wie beispielsweise geringe Lieferkosten und den besseren Zugang zu einem größeren Arbeitsmarkt bieten. Es gibt jedoch sehr unterschiedliche Erklärungen dafür, wie Agglomerationen und deren unterschiedliche Formen funktionieren. Die räumliche Nähe von Organisationen ist allerdings nicht zwingend gleichzusetzen mit einer kognitiven Nähe, welche effiziente Kommunikation und Interaktion zwischen unterschiedlichen Industrien, branchenübergreifende Lernprozesse und Innovationsprozesse ermöglichen. Die Beziehungen zwischen den unterschiedlichen Wirtschaftszweigen können horizontal (ähnliche oder verwandte Organisationen) oder vertikal (z.B. innerhalb einer Lieferkette) ausgerichtet sein und ermöglichen dadurch eine gemeinsame Nutzung von Fähigkeiten und Wissenstransfer.<sup>15</sup> Im Allgemeinen zeigen die Kommunalverwaltungen trotz der Komplexität und Diversität der Städte in Europa nur sehr wenig Engagement bei der Erforschung ihrer eigenen städtischen Wirtschaft und Möglichkeiten zur Clusterbildung.

Ein wesentlicher Faktor zur Clusterbildung ist laut Glaeser der Zugang zum Humankapital.<sup>16</sup> Florida (2002; 2005) beschreibt das Humankapital als Talente in konzentrierter Form in Organisationen mit hohem Innovationsgeist an kulturell attraktiven und aktiven Standorten. Städte, die sich durch Kunst oder kulturelles Erbe definieren, ziehen häufig kreative Unternehmen an, die ihre Inspiration in einem ästhetisch ansprechenden Umfeld und historischem Prestige suchen und wo sie die Vorteile von gleichgesinnten Organisationen, Universitäten oder kulturellen Intuitionen nutzen können. Dort entwickelt sich die Suche nach geeigneten Geschäftsräumen schon zu einem Wettbewerb um den Zugang zu einem nahezu in sich geschlossenen urbanen Kreis aus BürgerInnen, JuristInnen oder ÄrztInnen.<sup>17</sup>

#### Fragen für die weitere Forschung:

- Welche Form von Spillover ist angebracht oder wirksam innerhalb bereits bestehenden räumlichen Beziehungen zwischen Organisationen?
- Wer sind die potenziellen Initiatoren oder Unterstützer von Spillover (innerhalb und außerhalb einer Organisation)?
- Inwieweit ist die industrielle und kulturelle Entwicklung symbiotisch oder historisch bedingt, und wie kann das geschichtliche Umfeld Referenzpunkte für die Stadtpolitik bieten?
- Bietet die Struktur einer Organisation Potenzial für vertikale oder horizontale Spillover-Aktivitäten und lassen sich diese Aktivitäten (experimentell) miteinander verbinden?

<sup>15</sup>The creative capacity of culture and the New Creative Milieu (Lazzeretti, 2009)

<sup>16</sup>The new economics of urban and regional growth (Glaeser, 2000)

<sup>17</sup>Uncertainty, social capital and community governance: the city as a Milieu (Camagni, 2004)

#### Cluster: Neue Rollen für Kultur und Kulturpolitik

Es ist nicht verwunderlich, dass die Diskussionen über Cluster oft mit einer akademischen Untersuchung der Stadtgeografie, Stadtplanung und urbanen Kultur einhergehen. Gerade die jeweiligen Orte, in denen Cluster gebildet werden, finden in diesen Diskussionen besondere Aufmerksamkeit, insbesondere wenn sie Teil eines großflächigen Strukturwandels der Stadt sind und damit Akteur in Politik und Wirtschaft einer Region oder gar Nation. Dann werden Kultur und Kreativwirtschaft zu einer neuen Strategie lokaler Wirtschaftsentwicklung, die nicht selten – paradoxerweise – unter Kulturschaffenden selbst auf Skepsis, wenn nicht gar Widerstand stößt. Die Kultur fürchtet ihre Ökonomisierung, faktisch sind so genannte Kulturviertel mittlerweile genauso kommerziell vorteilhaft wie Bankenviertel (Santagata, 2002; Lazzeretti, 2008); Kulturcluster haben die Kultur als Wirtschaftssektor gestärkt (Van den Berg et al., 2000; Mommas, 2004); Kulturquartiere haben die Kunst und das kulturelle Erbe angesichts des gesteigerten Einzelhandels der Konsumgesellschaft neu belebt (Landry und Bianchini, 1995; Halland Pfeiffer, 2000).

Die Kulturpolitik gewinnt bei der kommunalen Wirtschaftsentwicklung in Bezug auf Cluster und deren Rolle bei der Neubelebung der Städte und Regionen Europas durch die Stadterneuerungspolitik immer mehr an Bedeutung.<sup>18</sup> Gespräche über die kreative Stadt und die Kreative Klasse tragen maßgeblich zu dieser Diskussion bei, wobei die Theorien von Charles Landry und Richard Florida weiterhin einen erheblichen Einfluss bei Gesprächen mit PolitikerInnen der Europäischen Union haben.

Tatsächlich scheint sich Landrys bahnbrechende Theorie der Kreativen Stadt<sup>19</sup> vorrangig mit Spillover zu befassen. Deren Ziel ist es, die Traditionen moderner Stadtplanung, die die Stadt noch in Zonen unterteilte, aufzubrechen. Dadurch lag die Verwaltung von Stadtteilen in der Verantwortung von Spezialisten, die oft bürokratisiert und reaktionsschwach waren, wenn nicht sogar unempfindlich gegenüber dem schnellen kulturellen Wandel einer Stadt. Die moderne Stadt führte zu gesellschaftlicher Entfremdung sowie einer nach innen gerichteten Achtlosigkeit gegenüber schnellen Veränderungen in der Welt. Landrys Alternative ist eine ganzheitliche und integrierte Stadt, in der Kreativität für einen kontinuierlichen Fluss von Ideen, Wissen und sich gegenseitig fördernder Kompetenzentwicklung steht. Nach diesem Konzept von Kreativität wird Spillover ein intrinsischer Bestandteil des modus operandi eines Unternehmens oder auch einer Stadt. Landrys Strategieempfehlungen für Städte lautet wie folgt:

- ein kreativer Führungsstil und der politische Wille, Risiken einzugehen, der sich durch die Kreativität der Organisationssysteme, Strukturen und Kulturen einer Stadt ergibt;
- die Gestaltung und den Schutz von öffentlichen Plätzen und Räumen fördern, um ein kreatives Milieu und eine kritische Masse von KünstlerInnen, Intellektuellen und Kulturschaffenden zu ermöglichen;
- die Ausarbeitung einer politisch getragenen Planungsstrategie, die laut Landry unabdingbar ist und mit deren Hilfe eine breite öffentliche Befürwortung von Kreativität sowie ein flächendeckender Ethos der bürgerlichen Urbanität entstehen soll.

**Charles Landry**  
/// **Kreativität als ganzheitliches Stadtmodell (Creative City Index)**

<sup>18</sup>Cultural clusters and post-industrial city (Mommas, 2004)

<sup>19</sup>The Creative City: A toolkit for urban innovators (Landry, 2000); mehr Informationen finden Sie unter: <http://www.comedia.org.uk>

Landry fordert einen Wandel im politischen Bewusstsein einer Stadt: Die Stadtverwaltung muss kreativ denken und das wesentliche Ziel verfolgen, eine breite zugängliche und kreative Öffentlichkeit zu schaffen. Folglich würden alle städtischen Einrichtungen, Unternehmen, BürgerInnen

**Pflichtlektüre 1: „Creativity, Culture & the City: A question of interconnection“ (Eine Studie für das Forum d’Avignon Ruhr - Charles Landry, 2013)** Ausgangspunkt der Studie war die Europäische Kulturhauptstadt RUHR.2010, um nachhaltige Entwicklungsstrategien für die Region auch nach dem Jahr 2010 zu schaffen. Laut der Studie sind die besten kulturpolitischen Maßnahmen jene, die einen gemeinsamen Schwerpunkt auf Aufklärung, Persönlichkeitsstärkung, Unterhaltung und Arbeitsmarktfähigkeit legen und so einen Einfluss auf die Wirtschaft haben (S. 21).

Die zentrale Hypothese des Berichts besagt, dass die Einnahme einer kulturellen Perspektive auf Stadtentwicklung, sowie die Nutzung von Kunstdisziplinen und ihrer kommerziellen Manifestationen, die qualitative Veränderung in den Städten selbst voranbringt und nicht nur das quantitative wirtschaftliche Wachstum. Zu den qualitativen Veränderungen zählt ein tiefgreifender evolutionärer Prozess, durch den die Weichen für einen neuen Ansatz gestellt werden - wo

und Interessengruppen die Möglichkeit haben, sich am Projekt für Wirtschaftswachstum in der Stadt zu beteiligen. Anders ausgedrückt ist der Wachstumsimpuls zunächst politischer Natur; er mobilisiert die Menschen und führt dann zu einer nachhaltigen Wirtschaftsentwicklung.

Personen, die Stadt, die Gesellschaft und das Wirtschaftssystem andere Mittel und Wege finden, um eine integrierte Einheit zu werden. Die Voraussetzungen für diese Veränderungen sind (i) ein theoretisches Verständnis für die Rolle von Kultur und Kreativität in Städten und Wirtschaftssystemen, (ii) eine Kombination der Konzepte Kultur, Kreativität und Stadt in unterschiedlichen Ausgestaltungen in der Stadtentwicklungsstrategie und (iii) dies unter Einbeziehung der Realitäten einer Stadt, in Hinblick auf regionale und globale Wettbewerbsfähigkeit. Das Konzept von Kreativität bleibt - trotz der Tatsache, dass es zu einer Art politischem Klischee geworden ist - für Landry weiterhin zentrales Thema: Die Organisationskultur muss für eine Kreativkultur förderlich sein, die durch ihre Einbettung der Stadt wo nötig dabei hilft, sich noch einmal neu zu überdenken und die sich verändernden Umstände anzunehmen (S. 7). Städte müssen daher mehr in Forschung investieren und sich ein größeres analytisches Wissen über das jeweilige urbane Umfeld aneignen.

### Richard Florida /// Das drei-T-Verfahren um kreative ArbeitnehmerInnen anzuwerben (Talent, Technologie und Toleranz)

Dagegen fußt Richard Floridas Theorie zur Kreativen Klasse<sup>20</sup> auf einer Wachstumstheorie, die sich weniger mit der bürgerlichen Urbanität und öffentlichen Kultur einer Stadt beschäftigt.

Seine Theorie verspricht einen wirtschaftlichen Wohlstand ohne die Komplexität der gesellschaftlichen Partizipation und des politischen Wandels. Für ihn wird wirtschaftliches Wachstum durch den Erfolg von Unternehmen erzielt und darüber hinaus durch das Anwerben von Fachleuten von außerhalb angeregt; diese Fachleute sind mobil und müssen neben ihrem Konsum keine wesentlichen Investitionen in die Stadt tätigen. Dennoch stellte Floridas Theorie mehrere Prinzipien auf, die sich zu normativen Thesen der Stadtpolitik in vielen Städten Europas entwickelten. Diese können wie folgt zusammengefasst werden:

- Die Voraussetzungen für wirtschaftliches Wachstum sind Technologie (Innovation, vernetzte Medien etc.), Talent (ausgebildete Arbeitskräfte) und Toleranz (Akzeptanz von sozialer Vielfalt).
- Der Treiber von wirtschaftlichem Wachstum lautet Kreativität, die Fähigkeit zu neuen Ideen und das Erfinden neuer Denk-, Planungs- und Handlungsprozesse.
- Kreativität ist nicht mehr in erster Linie nur Kunst oder Kultur, sondern Wissenschaft, Technologie und Technik (als Quellen für Innovation).
- Städte sind der Dreh- und Angelpunkt für Wachstum und bieten ideale Bedingungen für strategische Agglomerationen gleichgesinnter, aufgeschlossener, innova-

tiver Unternehmen und deren MitarbeiterInnen.

· Der neue typische Arbeitnehmer ist jung, gebildet, sozialliberal, flexibel und mobil. Von dieser Art von ArbeitnehmerInnen gibt es mittlerweile so viele, dass sie eine dominante soziale Schicht bilden.

Floridas Rahmenwerk lässt sich ebenfalls mit Spillover erklären, da es die Verbreitung von Kreativität und ihrer generativen Verbindung zu industrieller Innovation thematisiert. Darüber hinaus macht Florida die komplexen wirtschaftlichen Prozesse von Agglomerationen, Wissensnetzwerken und unternehmerischen Ökosystemen für PolitikerInnen leicht verständlich, indem er wirtschaftliches Wachstum mit der Beziehung zwischen Privatunternehmen und dem Arbeitsmarkt erklärt. Florida zufolge befinden sich Städte in einem Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der richtigen Unternehmen, und diese Unternehmen wiederum stehen miteinander in einem Wettbewerb um die richtigen kreativen Arbeitskräfte. Die Städte müssten ein kreatives Ökosystem pflegen, obwohl nie gänzlich deutlich wurde, was darunter zu verstehen ist oder wie eine Stadt ein solches überhaupt erschaffen kann. Floridas Wachstumstheorie kann jedoch nicht unbedingt auf eine ganze Stadt angewandt werden. In ganz Europa wird die Theorie nur auf einzelne Teile einer Stadt angewandt (wie in älteren Modellen der urbanen Regeneration und dessen Abgrenzung von Stadtteilen). In gewisser Weise ist Floridas Theorie zu einem neuen Ideal der intelligenten Stadt<sup>21</sup>, der Wissenschaftsstadt und der Medienstadt mutiert, da diese in ähnlicher Weise in ihrem urbanen Umfeld beschränkt sind.

<sup>20</sup>The Rise of the Creative Class (Florida, 2000); mehr Informationen finden Sie unter: <http://martinprosperity.org/>

<sup>21</sup> mehr Informationen finden Sie unter: <http://eu-smartcities.eu/>

**Die EU-Initiative  
„Intelligente Städte  
und Gemeinschaften“**

Problematisch ist in Europa die Vermischung der Leitideen aus Landrys und Floridas Werken zu einer Art „Stadt der Kreativen Klasse“, aus der eine vereinfachte Formel für die Politik destilliert wurde. Diese Formel beinhaltet unwei-

**Das Problem mit der Mischform: „Stadt der Kreativen Klasse“**

gerlich die Entwicklung einer Stadtmarke, die Umwandlung alter Industriegebäude in neue Kunstmuseen, falls möglich die Ansiedlung neuer Kreativ- und Medienagenturen sowie einiger etablierter Unternehmen (angezogen

durch finanzielle Anreize) in unmittelbarer Nähe des umgenutzten Industriegebäudes, was dann zu einer Konsumbelegung im Quartier führt. Und wenn sich daraufhin noch mehr und mehr StudentInnen an Hochschulen und Universitäten der angesagten Stadt einschreiben, führt dies auch noch zu steigenden Mieteinnahmen. Zur Erweiterung dient die Erstellung eines Jahresplans für öffentliche Veranstaltungen mit mindestens einem international vermarkteten Mega-Event als Aufhänger, die Verpflichtung eines international angesehenen Architekten zum Bau eines gefeierten Wahrzeichens der Stadt nach seinem für ihn typischen Stil, sowie KünstlerInnen, die im großen Stil Kunstwerke im öffentlichen Raum erstellen. Dazu gehört auch das Abgrenzen von Räumen, Zonen und bestimmten Gebäuden als Orte, an denen etwas Aufregendes und Neues entsteht, wie Inkubatoren, Labore, Hotdesking und Start-ups. Und schließlich die Nutzung lokaler und nationaler Medien, Destinationsmarketing, Wirtschaftsförderung und prominente Unterstützung, um auch außerhalb der Stadtgrenzen Aufmerksamkeit zu erzeugen.

Bei all diesen Aktionen handelt es sich durchweg um sehr ansprechende urbane Elemente, und doch lässt sich in ganz

Europa nachverfolgen, wie diese Elemente mit mehr oder weniger Erfolg eingesetzt wurden: Einige Elemente entwickelten sich zu rein kommerziellen Aktivitäten, unabhängig vom gesellschaftlichen Kontext einer Stadt. Andere können nur durch eine Bezuschussung aus öffentlichen Mitteln existieren und werden so zu einer finanziellen Belastung der Städte. Viele europäische Städte standen vor der Herausforderung, die gesamte Bandbreite der Strategien der „Stadt der Kreativen Klasse“ einzusetzen, als 2007 die weltweite Finanzkrise diesem Vorhaben ein Ende setzte. Es wurden zwar etliche Vorhaben wieder aufgenommen, jedoch bleiben viele Städte zurück mit einer Vielzahl an kreativen Projekten – ohne strategische Ausrichtung.

**Nachhaltige Stadtentwicklung / Das Primat Spillover oder Integration**

In vielen Städten Europas entstanden neue kulturelle Einrichtungen und Agenturen über Nacht unter dem Druck, aus dem Trend der Kreativität Kapital schlagen zu müssen. Doch hinter dem Mangel an echten Entwicklungsstrategien steht ein großes Fragezeichen in Bezug auf eine langfristige Lebensfähigkeit dieser Einrichtungen. Im Rückblick zeigt eine Analyse dieser Florida- und Landry-Szenarien, dass sich Stadtplanung noch konsequenter für Kulturpolitik einsetzen müsste (etwas, das es so in europäischen Städten noch nicht gibt), um eine integrierte, nachhaltige Entwicklung in Europa zu ermöglichen. Bis dahin müssen KulturforscherInnen die strategischen Beziehungen zwischen diesen urbanen Elementen der Kreativen Stadt verstehen lernen – hierbei sollten Spillover-Beziehungen eine zentrale Rolle einnehmen.

**> Wie können Spillover – in Form eines sich gegenseitig verstärkenden kreativen Wachstums – die Basis für Stadtentwicklung bilden?**

**> Wie können Spillover-Effekte in die Zivilgesellschaft und partizipative Stadtentwicklung eingebunden werden, um ein ideales Umfeld für innovative Unternehmen zu schaffen und gleichzeitig den kulturellen Möglichkeitsraum für BürgerInnen zu erweitern?**

Potenzielle Spillover-Beziehungen zwischen jedem der einzelnen kulturellen Elemente im urbanen Raum zu identifizieren und darin zu investieren, könnte zu mehr Wachstum in einer Stadt führen. Mit einem Schwerpunkt auf Spillover könnten einzelne Bereiche eines bestimmten Ortes (der Unternehmen, der Institutionen, der Regierung, anderer Agenturen und Organisationen, der Öffentlichkeit usw.) ihre eigene Rolle im kreativen Prozess der Stadtentwicklung finden, neue Instrumente zur politischen Partizipation der BürgerInnen durch Kultur schaffen und dabei neue Formen kultureller Wertschöpfung generieren – auch, aber nicht nur für die eigene Refinanzierung.

**Ist Kreativität wirklich ein materielles Konzept?**

In der Diskussion der letzten zehn Jahre über die Beziehungen zwischen Kultur, Stadt, Kreativität und Wirtschaftswachstum wurde die Bedeutung der Orte und Räume der Industrie zum zentralen Thema der Theorie. Sind diese Paradigmen und ihre Begrifflichkeiten immer noch zweckdienlich für die Konkretisierung der Beziehung zwischen Kultur und Ort? Ist Kreativität wirklich ein materielles Konzept (Landry; Florida)? Wie sind kreative Cluster entstanden – durch eine sich gegenseitig fördernde Eigendynamik, durch externe

Faktoren wie Mietpreise oder gar Wohnungsmangel oder durch die, wie Andy Pratt es nennt, „kopierten Politik“ der von modischen Trends beeinflussten Stadtverwaltungen (Pratt, 2009)? Zu diesen politischen Trends zählen neue Quartiere (Roodhouse), Inkubatoren und Labore. Sie alle sind begründet in älterer Stadtplanung oder stammen etwa aus naturwissenschaftlichen Bereichen. Sie haben sich überwiegend aufgrund ihrer Rolle im Gesamtkontext der urbanen Stadtentwicklung und Kulturpolitik von Städten zu einem kulturellen Phänomen entwickelt. Dieser Gesamtkontext wird oft durch Begriffe wie kulturelles Ökosystem, Kulturmilieu oder Kulturökologie umschrieben und lässt damit die Spezifika von Kultur in einem scheinbar allgemein gegebenem Naturphänomen, in einer urbanen Beliebigkeit aufgehen – mit allen Vor- und Nachteilen.

So überrascht es nicht, wenn Edensor et. al. feststellen, dass innerhalb der letzten zwanzig Jahre Kulturpolitik in Europa keinen Aufbruch, sondern zum Teil eine Unterdrückung erfahren (insbesondere in Großbritannien) oder sich gänzlich in der bereits bestehenden Unterhaltungskultur verloren hat – im so genannten „vernacular everyday“.<sup>22</sup>

<sup>22</sup>Spaces of Vernacular Creativity: Rethinking the Cultural Economy (Edensor, et. al., 2010)

**Kapitelzusammenfassung:**

- Wie kann der Begriff Spillover vollständig in die Clustertheorie und in politische Maßnahmen zur Clusterbildung integriert werden?
- Wie kann die Erforschung von Spillover die Effekte von Kunst, Kultur und Kreativwirtschaft analysieren, die im urbanen Raum auch nicht-kulturelle Werte erzeugen – z.B. ökonomische oder soziale?
- Wie können bestimmte Clusterbildungen dabei helfen, dass nicht-kulturelle Organisationen kreativer und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft finanziell erfolgreicher und unabhängiger werden?
- Wie kann eine kreative Stadtpolitik dabei helfen, Spillover als eine Serie von Kooperationen mit anderen Organisationseinheiten zu organisieren – und dies nicht nur im Sinne von Beiträgen zur städtischen Wirtschaft?
- Welche politischen Maßnahmen fördern die Entwicklung eines kulturellen Ökosystems, eines Kulturmilieus und einer ‚Kulturökologie‘, die Spillover-Potenziale bereits in sich tragen?

# europapolitischer kontext

Der Arts Council England hat einen Bericht mit dem Titel „The contribution of the arts and culture to the national economy“<sup>23</sup> in Auftrag gegeben und veröffentlicht, in dem festgestellt wurde, dass nur wenige konkrete und eindeutige Informationen zu kreativen Spillover-Effekten vorliegen. Und doch sind das Leistungsspektrum an Kreativität und Möglichkeiten innerhalb des Kunst- und Kultursektors sichtbar und unbestritten. Demnach zeichnen sich alle europäischen Großstädte durch starke historische und kulturelle

Institutionen aus; sie verfügen über Kreativviertel und entsprechende Cluster, Kunst-Inkubatoren und alternative kreative Arbeitsplätze. Fast alle weisen historische Bildungsinstitute und viele Forschungszentren auf, und auch private Galerien oder Messen für Kunst, Handwerk und Antiquitäten, Zentren für Kulturerbe und Geschichtsinstitute sind allgegenwärtig. Darüber hinaus stehen zahlreiche Investitionsmöglichkeiten, Einrichtungen, die Projekte bezuschussen, philanthropische Agenturen oder Stiftungen sowie viele

<sup>23</sup>The contribution of the arts and culture to the national economy (Arts Council England, 2013)

öffentliche Finanzhilfen zur Verfügung. Wo findet sich ein theoretisches Modell, das die oben genannten kulturellen Phänomene mit seinen zahlreichen Dimensionen detailliert aufführt bzw. wie lässt sich ein solches erstellen?

**Kunst, Kultur und die Volkswirtschaft**

Kreative Spillover könnten zugunsten einer strategischen Positionierung von Kunst und Kultur innerhalb volkswirtschaftlicher Reproduktionsmechanismen eingesetzt werden und so dabei helfen, Wirtschaftsbereiche neu zu definieren und hier alternative bzw. erweiterte Wertesysteme zu schaffen. Darüber hinaus können sie Akteure der Wirtschaft auf wichtige gesellschaftliche Dimensionen wirtschaftlicher Entwicklung aufmerksam machen. Bei Kultur handelt es sich nicht nur um hübsch anzusehende Produktionen und ein dankbares Publikum, sondern um eine Haltung wie auch Methode für Repräsentation, Design und Innovation in Institutionen, Organisationen, Unternehmen und Räumen. So verstanden und gelebt, bewirkt Kultur tiefgreifende soziale und gesellschaftliche Veränderungen.

Daran anknüpfend sollte die Forschung versuchen, Werkzeuge und Methoden zur Identifizierung, Verbesserung und Innovation von Spillover zu definieren oder weiter zu entwickeln, die jegliche Bereiche des sozialen Lebens und der wirtschaftlichen Entwicklung berücksichtigen. Dies könnte zu einer vermehrten Instrumentalisierung führen und stellt eine weit verbreitete Befürchtung dar. Daher sollte der

## Instrumentalisierung & die Notwendigkeit einer neuen Definition des Begriffs Instrumentell

Begriff „instrumentell“ (genauso wie Ökonomie) durch Kunst und Kultur neu definiert

werden, denn: Kunst und Kultur hatten schon immer einen auch gesellschaftlichen Nutzwert, obwohl ihr Nutzen ggf. noch nicht adäquat definiert bzw. in die Volkswirtschaft (oder in andere Teile des öffentlichen Lebens) integriert wurde.

Der herausragende Bericht der Europäischen Kommission „Städte von morgen: Herausforderungen, Visionen, Wege nach vorn“<sup>24</sup> bietet eine Definition des Nutzwertes von Kunst und Kultur, um die soziale Entwicklung zu aktivieren und in die wirtschaftliche Entwicklung eingreifen zu können. Diese liefert ein Beispiel dafür, wie wirtschaftlicher Pragmatismus nicht nur ein nachhaltiges soziales Arrangement zum Ziel haben kann, sondern auch Kunst, Kultur und das urbane Umfeld gleich wichtige Faktoren für ein Verständnis von Wirtschaft sind. Dieser Bericht ist deshalb bedeutend, da er aufzeigt, dass immer da, wo bestimmte Aufgaben und Aktivitäten für ein unmittelbares Ziel instrumentalisiert werden (z.B. zur Lösung vordefinierter Probleme oder zum Geldverdienen), das soziale Umfeld in qualitativer Hinsicht stärker ist und somit den unmittelbar Beteiligten mehr Unabhängigkeit und Vielfalt bietet.

Demnach zerfällt integrierte Entwicklung und die dafür nötige instrumentelle ganzheitliche Politik nicht in Kategorien (wo beispielsweise Kunst kommerziell wird), sondern fordert die relative Unabhängigkeit von allen Beteiligten, da jeder etwas Besonderes dazu beiträgt.

<sup>24</sup>Städte von morgen: Herausforderungen, Visionen, Wege nach vorn (DG Regio, 2011)

Dem oben genannten Bericht zufolge ist es eine schwierige Aufgabe, die Rolle von Kunst und Kultur innerhalb der integrierten nachhaltigen Entwicklung zu definieren; hier wird sie beschrieben als:

- i. Intelligentes Wachstum
- ii. Nachhaltiges Wachstum
- iii. Integratives Wachstum

**Pflichtlektüre 2: „The contribution of the arts and culture to the national economy: An analysis of the macroeconomic contribution of the arts and culture and of some of their indirect contributions through spillover effects felt in the wider economy“ (Arts Council England, 2013)** Dieser Bericht enthält eine empirische Befassung mit dem Phänomen Spillover. Zu den vielen Beobachtungen und Punkten zählen:

1. Die kommerzielle Kultur- und Kreativwirtschaft spielt eine wesentliche Rolle in der Supply-Chain von Kunst und der Kulturindustrie. Viele kommerziell erfolgreiche Produkte (ob Filme oder Videospiele) können ihren Ursprung in Ideen und Konzepten haben, die im Bereich der Kunst und Kultur entwickelt wurden.
2. Kunst und Kultur sind für Unternehmen wichtige Ressourcen (für Wissen, Inspiration, Ideen, Konzepte usw.) und können zu einer Steigerung der Löhne und der Produktivität führen. Darüber hinaus ermöglichen sie Dienstleistungen,

Kunst und Kultur können einen modellhaften Sinn von Unabhängigkeit entwickeln und neue Formen des Instrumentalismus und der wirtschaftlichen Partizipation schaffen, die die künstlerische Autonomie nicht gefährden, somit der Kultur einen neuen Wert verschaffen und möglicherweise das Konzept der Kunst-Praxis erweitern.

mit denen ein Unternehmen sich weiterentwickeln kann (von IKT über Datenzugriff und -management bis hin zur Personalentwicklung).

3. Kunst und Kultur sind Räume für Inkubatoren, Weiterbildung und Erfahrung; eine Verdichtung dieser Orte schafft ein Sozialverhalten, das innovativer veranlagt (und nicht risikoscheu) ist.

Allerdings stellt der Bericht auch heraus, dass es chronische Probleme mit der Beschaffung und Analyse von geeigneten Daten aus dem Kunst- und Kultursektor gibt. Es besteht der Bedarf nach einem besseren Verständnis darüber, welche Rolle Kunst und Kultur in der gewerblichen Wirtschaft spielen, indem man den Wertbeitrag definiert, den sie zum nationalen makroökonomischen Gesamtbild beitragen (insbesondere im Museumsbereich). Die Verbindung zwischen immanenten und anderen Werten der Kunst und Kultur muss noch weiter erforscht werden.

### Die Folgen von Spillover können daher sein:

- Kreatives und kulturelles Engagement in Spillover-Aktivitäten könnte eine nachhaltige Entwicklung der Wirtschaft fördern und ein größeres soziales Bewusstsein in der industriellen Wirtschaft ermöglichen.
- Kultur- und Kreativwirtschaft könnte durch die Bereitstellung von geistigem und kreativem Input, ggf. im Rahmen eines angemessenen Finanzierungsplans oder durch die Schulung bestimmter Wirtschaftsbereiche, selbst wirtschaftliche Nachhaltigkeit schaffen.
- Kultur- und Kreativwirtschaft könnten ihren Standort innerhalb einer Stadt zur Schaffung bestimmter Verbindungen zwischen der Stadt und der Industrie nutzen und dabei das Potenzial beider Seiten maximieren.
- Kultur- und Kreativwirtschaft könnten einen Rahmen für die soziale Entwicklung einer Stadt bilden, sodass sie ihren Arbeitseifer, ihr Wissen über die regionale, nationale und globale Wirtschaft sowie besondere sektorspezifische Fähigkeiten ausbauen kann.

In der EU-Mitteilung „Die Kultur- und Kreativwirtschaft als Motor für Wachstum und Beschäftigung in der EU unterstützen“<sup>25</sup> von September 2012 wird Folgendes festgestellt: „... der Beitrag, den die Kultur- und Kreativwirtschaft zur wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklung in der EU leisten kann, wird noch immer nicht in vollem Umfang anerkannt. (...) Durch ihre Schnittstellenposition zwischen Kunst, Wirtschaft und Technologie ist die Kultur- und Kreativwirtschaft dafür prädestiniert, Spillover-Effekte in anderen Branchen anzustoßen.“

### Kunst und Kultur als Innovationsquellen

Eine maßgebliche Entwicklung in der EU-Politik stellt derzeit die Erweiterung des Innovationskonzepts dar, wonach Kunst und Kultur als Hauptquellen für Innovation identifiziert werden können: „Allgemein übt die Kultur- und Kreativwirtschaft einen Einfluss auf die Innovation in anderen Branchen aus. (...) Innovation (wird) zunehmend von nichttechnologischen Faktoren wie Kreativität, Design und neuen Organisations- und Geschäftsmodellen vorangetrieben. Sie ist in erheblichem Maße von kreativen ‚Ökosystemen‘ abhängig, in denen die Qualität und Vielfalt der Akteure sowie der sektorübergreifenden Partnerschaften entscheidende Faktoren sind.“ (S. 3).<sup>26</sup> Als Chancen und Herausforderungen für eine Zunahme der Innovationsintensität werden (i) Digitalisierung und Globalisierung, (ii) Zugang zu Kapital, (iii) nationale und sprachliche Fragmentierung, (iv) dynamische Entwicklungen an den Grenzen zwischen den verschiedenen Sektoren (z.B. zwischen Computerspielen, Film und Musik oder Mode, Luxusgütern und Tourismus) genannt (S. 4). Die Industrie steht vor großen Herausforderungen.

Im Bericht wird das Grünbuch „Erschließung des Potenzials der Kultur- und Kreativwirtschaft“<sup>27</sup> mit einem Abschnitt über Spillover (S. 17-19) erwähnt. Er gibt größtenteils die Beobachtungen aus vorangegangenen Berichten und Forschungspapieren wieder, wirft aber gleichzeitig wichtige Fragen auf: Welche Mechanismen zur Wissensverbreitung werden innerhalb von Spillover-Prozessen genutzt? Welches Modell von kreativen Partnerschaften zwischen Schlüsselorganisationen empfiehlt sich? Welche Vermittler zwischen den unterschiedlichen Sektoren sind hier förderlich?

### Konzept der Innovation

<sup>25,26</sup>Kultur- und Kreativwirtschaft unterstützen (EC, 2012)

<sup>27</sup>Erschließung des Potenzials der Kultur- und Kreativwirtschaft (EC, 2010)

› **Worin liegt der Unterschied zwischen „Auslösern“ und aktiven Spillovern? Was bewirkt ein Spillover? Welche Effekte werden in andere Bereiche übertragen?**

Zu einem wesentlichen Teil finden sich diese Fragen bereits in der Agenda zur Entwicklung einer neuen Reihe von Programmen für die Förderperiode 2014–2020 wieder – darunter Kreatives Europa, Erasmus für alle, Mittel der Kohäsionspolitik, Horizont 2020, COSME sowie die Fazilität Connecting Europe. Die Europäische Kommission arbeitet derzeit an der Gründung eines Europäischen Zentrums für Service-Innovationen sowie dem EU-Programm zur Umwandlung traditioneller Industrieregionen in so genannte „European Creative Districts“. Im Europäischen

Bericht über Wettbewerbsfähigkeit<sup>28</sup> wurde ein Abschnitt dem Thema Kreativwirtschaft gewidmet und die Städte- und Kulturpolitik als wichtiger Bereich für die Wirtschaftspolitik

beschrieben. Es wurde festgestellt, wie internationale Forschungsarbeiten zum Thema Kultur- und Kreativwirtschaft (überwiegend in Großbritannien, den USA und Australien) stärker auf Beschäftigung (Kreativschaffende) und ihre

#### Förderperiode 2014–2020

<sup>28</sup>Europäischer Bericht über Wettbewerbsfähigkeit (EC, 2010)

#### Politikgestaltung: Aufgaben für Evaluierung

Ein Problem bei der aktuellen Politikgestaltung, auf das der obige Bericht verweist, liegt darin, dass Erfolge der Kultur- und Kreativwirtschaft weitgehend an primären wirtschaftlichen Auswirkungen (wie Beschäftigung und Produktionsleistung) statt an sekundären Auswirkungen (wie Spillover) festgemacht werden. Spillover können in Form von regionalem Wachstum entstehen sowie die Entwicklung anderer bestimmter Sektoren unterstützen. Während Spillover im Bereich der sekundären wirtschaftlichen Auswirkungen noch quantifizierbar sind, sind die tertiären und quaternären Auswirkungen laut des Berichts nicht quantifizierbar. Tertiäre Auswirkungen beziehen

Tätigkeit ausgelegt sind statt auf die Wirtschaft außerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft oder auf Unterstützungsmaßnahmen aus öffentlicher Hand (obwohl Großbritannien hier Vorreiter in mehreren Politikfeldern ist). (Department for Culture, Media and Sports (DCMS), 1999; 2000)

Den Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Innovationskraft der EU zu erforschen ist schwierig, da sich die Rahmenbedingungen sehr dynamisch und nicht monokausal ändern, z.B. stehen sich ändernde Technologien und ein dadurch induzierter Preisverfall dem Anstieg der Verbrauchernachfrage für kreative Produkte gegenüber. Das bedeutet, dass etablierte Wirtschaftszweige (wie Presse, Verlage, Filmbranche usw.) sich neu orientieren, innovative Geschäftsmodelle entwickeln und sich gleichzeitig unter dem Druck eines weltweit wachsenden Marktes behaupten mussten.

sich auf die allgemeine Innovationskraft, quaternäre hingegen auf Lebensqualität sowie kulturelle und soziale Faktoren, die zum Wohlbefinden beitragen. Spillover-Effekte werden auf ganz besondere Art und Weise identifiziert als eine Form von Supply-Chain des Wissens: Wissens-Spillover können sogar auch dann auftreten, wenn kreative Arbeitspraktiken auch ohne Bezahlung auf Geschäftskunden abfärben (S. 181).

**Quantifizierbare Effekte  
↔ Nicht-quantifizierbare  
Einflüsse**

#### Pflichtlektüre 3: „Kreativwirtschaft Ruhr. Innovationsmotor für Wirtschaft, Kultur und Stadtentwicklung“ (ecce / wmr, 2012)

Die Kulturhauptstadt RUHR.2010 legte den Fokus auf die Stadt der Kreativität und entwickelte so einen strategischen Mechanismus für Stadtentwicklung (Kreativ.Quartiere Ruhr), der entstand, als ecce in Partnerschaft mit wichtigen städtischen Organisationen neue strategische Strukturen für die wissensbasierte Gesellschaft entwickelte. Die Herausforderung besteht jetzt darin, neue Formen des urbanen Wandels zu fördern, die sowohl das kulturelle Leben als auch die wirtschaftliche Nachhaltigkeit verbessern und nicht angreifen.

Zitat aus dem Text: „Bei den Innovationen in der Kreativwirtschaft handelt es sich oft um ‚hidden innovations‘:

Anstatt sich in konkreten Patenten, Produkten oder Prozessen niederschlagen, sind diese sogenannten versteckten Innovationen von Patentanmeldungen nahezu ausgeschlossen und werden von Monitoring- und Evaluierungssystemen kaum erfasst. Häufig werden sie als Innovationen nicht wahrgenommen, bilden aber oftmals die Basis für andere Innovationen in Branchen außerhalb der Kreativwirtschaft und weisen somit einen großen Einfluss auf die Innovationsfähigkeit und damit den Aufstieg eines Standorts auf. Sie finden auf den verschiedenen Stufen der Wertschöpfungskette statt, z. B. bei der Entwicklung neuer Produkte, bei der Kombination von existierenden Technologien und Prozessen sowie bei der Generierung neuer Vertriebswege oder der Implementierung neuer Geschäftsmodelle.“ (S. 11)

Ferner betont der Bericht die Dynamik und kritische Wechselbeziehung von Urbanisierung und Kreativwirtschaft. Im Bericht wird festgestellt, dass der Austausch von „taktischem Wissen“<sup>29</sup> während bestimmter sozialer Interaktionen von signifikanter Bedeutung ist, genauso wie die Rolle ungeprüfter Wissensdynamiken innerhalb der Supply-Chain, bei B2B-Geschäften und der Nutzung von Informationsquellen oder Bildungszentren wie z.B. Universitäten.

**› Die Kultur- und Kreativwirtschaft verfügt über eine phänomenale Bandbreite an Kompetenzen im Bereich der Produktion, des Managements und der Verbreitung von Wissen – dazu zählt auch Wissen in Form von Erfahrung, Dokumentation und Archivierung, Interpretation und die Dialektik der Argumentation, entweder optisch kodiert oder verbal – mit anderen Worten handelt es sich hier um historische Kompetenzen, die der Industrie fehlen.**

<sup>29</sup>Communities of Practice: Learning, Meaning and Identity (Wenger, 1998)

**Pflichtlektüre 4: „Kultur ist der Schlüssel. Forschung. Interaktion. Forum. Innovation.“ (ecce, 2013)** Diese Sammlung von Texten wurde u.a. durch folgende Fragen angeregt: Wie kann die Verbindung von Wissen, Technologie, Kommunikation und Innovation eine transformative Wirkung auf soziale und öffentliche Investitionen in der Stadtentwicklung haben? Darüber hinaus wirft sie die Fragen auf: Welche neuen Räume können für Tests und Innovationen konzipiert werden? Welche kollaborativen Lösungsprozesse können entwickelt werden? Welche neuen Interaktions-, Arbeits- und Organisationsmodelle können dafür zwischen (öffentlichen / formellen und nicht öffentlichen / informellen) Akteuren aufgebaut werden?

Bei der Untersuchung des Spillover-Phänomens wird deutlich, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft selbst teilweise durch Spillover (aus anderen Bereichen der Kunst und Kultur, durch Technologie und die Medien, durch

soziale Institutionen, durch Technik und Wissenschaft usw.) entsteht. Spillover erfordern daher eine genaue Kenntnis des Gesamtumfangs der gesellschaftlichen Größenordnung in Bezug auf die Veränderung in der Wirtschaftsentwicklung und den Strukturen des Makro-Marktes. Unser Zeitalter des Wandels, der Krise und der Verknappung ist auch ein Zeitalter der Innovation. Wir haben bereits eine Phase der industriellen Fragmentierung erlebt, als die großen, stabilen Produktionseinheiten, die Schwerindustrie, öffentlich subventionierte Unternehmen, nicht länger die Hüter der Wirtschaft und der Beschäftigung waren. Innovation ist bereits Teil der Schaffung und Verwaltung von Unternehmen, der Arbeitsprozesse auf dem Arbeitsmarkt und kollaborativen Produktionen sowie Teil der Verteilung und Verhandlung von Märkten. Wenn wir das Phänomen Spillover verstehen, werden wir auch verstehen, inwieweit die Innovationsprozesse das soziale Leben bereits durchdrungen haben.

#### Kapitelzusammenfassung:

Spillover sind zum Teil verantwortlich für die Entwicklung fachlicher Kompetenzen in der Kultur und sicherlich auch in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Daher kann man Spillover als eine Chance für endogene und sektorische Entwicklung definieren und nicht nur als eine mögliche Anreicherung von Abänderungen diverser Kernkompetenzen oder gar ein „Verschenken“ geistiger Ressourcen an andere Branchen. Spillover selbst können ein kulturelles Produkt sein.

Wenn sich Spillover jedoch als politisches Konzept etablieren soll, muss Kulturpolitik (mit ihren Förderern, Sponso-

ren usw.) zweifelsohne fordern Spillover in der Produktion und in den Prozessen eines jeden Kulturprojekts zu berücksichtigen. Wenn Spillover aber zu einer Priorität in der Kultur wird, z.B. auch von Förderern und Sponsoren, wird dann der kulturelle Inhalt zugunsten maximaler Spillover-Aktivitäten beeinträchtigt oder instrumentalisiert? Wie können wir sicherstellen, dass Kultur- und Kreativwirtschaft eine wichtige Rolle bei der Festlegung von Vertragsbedingungen und den Kriterien für nationale und europäische Gemeindepolitik spielen? Wie können wir Anreize für kulturgerechte Rahmenbedingungen von Spillover setzen?

#### Fragen für die weitere Forschung

- Wie können wir eine Verbundenheit, eine Integration zwischen DenkerInnen und SchriftstellerInnen, ForscherInnen und PolitikerInnen, kulturellen Institutionen und Agenturen, kreativen Unternehmen und Kreativschaffenden herstellen und dadurch einen größeren öffentlichen Raum für politische Ideen, Untersuchungen und Diskussionen zur Rolle von Kultur und Kreativität in einer nachhaltigen Wirtschaftsentwicklung schaffen?
- Wie kann die Erfahrung oder das Bewusstsein für

- das Spillover-Phänomen Einfluss auf die derzeitigen Prozesse der Kulturproduktion nehmen? Wie können kulturelle Organisationen oder Kreativagenturen die Art von Wissensinfrastruktur aufbauen, die Spillover auslöst oder sogar vervielfältigt?
- Wie können Spillover identifiziert und evaluiert werden, ohne deren Entstehung dabei zu behindern? Wie können disruptive Auswirkungen durch z.B. Neuausrichtungen oder Innovationen, die durch kreative Spillover in anderen Branchen entstehen (sollen), bewertet werden?
- Wie kann Spillover als Begriff in einem erweiterten Innovationsverständnis definiert werden?

# ökonomisierung von kunst und kultur

Die Kreativwirtschaft hat innerhalb der letzten Jahrzehnte von Seiten der Forschung und Politik in erheblichem Maße an Beachtung gewonnen, aber ging dies zu Lasten einer integrierten, nachhaltigen Kulturpolitik?

Kulturpolitik befasst sich in vielen Ländern hauptsächlich mit Kunst und öffentlichen Kulturangeboten, auch wenn dabei stillschweigend vorausgesetzt wird, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft den gleichen Bedeutungsumfang haben und als gemeinsame Basis einen Kulturbegriff teilen. In den meisten europäischen Ländern scheint die Kunst

ein Bereich zu sein, der nur öffentlich finanziert werden kann (und daher kategorisch getrennt davon betrachtet wird); man glaubt, dass die Anforderungen der Kultur- und Kreativwirtschaft nur durch Handels-, Unternehmens- und Industriepolitik erfüllt werden können und hat daher vermeintlich keinen Bedarf an Kulturpolitik. Doch diese Annahmen und Verhaltensweisen sind nur wenig erforscht.

Im Folgenden soll eine Definition für die bereits erfolgte Ökonomisierung von Kunst und Kultur diskutiert werden, bei der bestimmte wirtschaftliche Praktiken in Management und Organisation bereits zum Einsatz kommen. Damit verflüssigt sich die Trennung von öffentlichem Kulturleben und Kultur- und Kreativwirtschaft, obwohl die Politik diese Bereiche immer noch trennt.

Das tiefgreifende kunsthistorische und kulturelle Erbe der Europäischen Stadt, das in der Vergangenheit Fachwissen im Bereich des Handwerks und Kunstgewerbes, der Architektur, der bildenden Künste, der Musik und der Literatur

umfasste, ist ins Wanken geraten; jeder dieser Fachbereiche besetzt eine unsichere Position innerhalb der städtischen Wirtschaft: Wo SchriftstellerInnen und DichterInnen einst

das kulturelle Leben einer Stadt bestimmten, sind sie heute immer öfter nur als Attraktion bei bestimmten Anlässen und Events relevant. Das einst so geheimnisvolle kulturelle Leben in der Europäischen Stadt scheint durch unterschiedliche Kräfte der Veränderung größtenteils nicht mehr existent. Zu beobachten ist, dass die Stadtpolitik von vorne herein auf auswärtige ExpertInnen oder IntendantInnen sowie auf Leuchtturm-Events setzt. Diese Politik hat eine

Vorgeschichte: Nach dem Zweiten Weltkrieg konnten sich durch neue Formen der kulturellen Planung innerhalb der Kommunen größere Kulturinstitutionen über Jahrzehnte erfolgreich entwickeln und halten, wohingegen die lokalen Künste und die Subkulturen von Kreativschaffenden nicht weiter gefördert wurden. Doch genau diese sind für eine pulsierende Kulturstadt unverzichtbar. Heute werden KünstlerInnen größtenteils nur dann anerkannt, wenn sie entweder prominent sind oder international ausstellen, wenn sie Universitätsprofessoren oder finanziell erfolgreich sind. Wo einst der Künstler noch mitverantwortlich für die Entwicklung der Europäischen Stadt war, ist er heute nur noch eine Randerscheinung. Ein Gegenentwurf dazu ist das von der Europäischen Kommission geförderte Kunstprogramm CreArt<sup>30</sup>, das sich auf zwei Aspekte konzentriert:

- Die Notwendigkeit eines neuen Wirtschaftsverständnisses in der Politik, insbesondere in europäischen Städten unter Berücksichtigung der Freiheit des kulturellen Lebens und der Rolle, die KünstlerInnen dabei spielen.
- Die Notwendigkeit einer überarbeiteten politischen Vorstellungskraft im Sinne der Europäischen Stadt, die die Stadt als künstlerischen Prozess entwirft (symbolisch und expressiv, nicht lediglich sozialökonomisch).

Diese Aspekte werfen die Frage nach der Rolle von Kunst innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft auf - spielt sie überhaupt eine Rolle? Tatsächlich scheint es, dass die Kunstpolitik in den europäischen Mitgliedstaaten von wesentlichen Entwicklungen im Bereich der städtischen Wirtschaftspolitik an den Rand gedrängt wurde. Wie schon Richard Florida angemerkt hat, ist es möglich, eine kreative Stadt durch eine Verbindung von Unternehmens- und Stadtpolitik zu entwickeln, ohne dabei Kulturpolitik und Kunst, die Museen und das kulturelle Erbe einer Stadt zu berücksichtigen. Da Kunst bedeutend für die historische Infrastruktur einer Stadt und ohnehin sehr beliebt bei TouristInnen ist, scheint dies vielen Städten oft schon auszureichen: Sie müssen Kunst nicht vollständig in ihre städtische Wirtschaftsentwicklung integrieren, da deren Wirkung auf die Tourismusindustrie, auf das kulturelle Erbe und die Stadtverwaltungen bereits gänzlich genügt. Und doch drängt dieser Ansatz die Kunst in eine Art historisches Silo, ohne jegliche Kapazitäten für zeitgemäße Spillover-Effekte. Dass Kunst damit politisch marginalisiert wird, ist der Preis, den es dafür zu zahlen gilt.

**> Welche Beziehung besteht zwischen der durch den Modernismus bedingten kulturellen und künstlerischen Autonomie und der marginalisierten, politisch passiven Stellung des Kultursektors in vielen europäischen Städten? Gibt es einen Mittelweg für Kunst und Kultur zwischen Autonomie und Marginalisierung?**

Die Kunst und Kultur in Europa zeugt jedoch von einem erheblichen Maß an „Industrialisierung“, bei der der institutionelle Umgang mit Kunst sich verändert hat. In diesen Fällen führt die Entstehung von Kunst auch zu neuen Wirtschaftsformen, die die Innenstädte umstrukturieren. Dieses Spillover-Potenzial hat sich geschichtlich entwickelt: Der Weg zur Moderne nahm seinen Anfang mit der Industrialisierung von Kultur (Massenproduktion kultureller Güter seit den 1930er Jahren) und endete mit einer Kulturalisierung der Industrie, wo gewöhnliche Produktionsverfahren nun gleichgestellt wurden mit der Produktion von Kultur (Lash und Urry, 1994, S. 123).

Viele Kunstinstitutionen in ganz Europa sehen aber nicht die Widersprüche, in die eine Kunst- und Kulturproduktion

<sup>30</sup>CreArt: Network of Cities for Artistic Creation (ein Zusammenschluss von 14 europäischen Städten); mehr Informationen finden Sie unter: <http://www.creat-eu.org/>

**> Gehören Kunst und Kultur in die kreative Wirtschaft einer Stadt, oder stellen sie etwas völlig Anderes, Eigenständiges dar?**

**Von der Industrialisierung der Kultur zur "Kulturalisierung" der Industrie**

gerät, die sich an unternehmerische Managementstrategien und an die Werte bestimmter industrieller Güter und Dienstleistungen anpasst. Allerdings ist die Produktion von Kunst bislang nur wenig erforscht: Wie haben sich die Produktion, die Verbreitung und der Konsum von Kunst und künstlerischer Kreativität in einer Zeit der neuen Kultur- und Kreativwirtschaft verändert? Die Entstehung von Kunst bedingt natürlich bestimmte Prozesse zur Schaffung von Produkten, die bei Spillover-Aktivitäten nützlich sein könnten. Künstlerische Produktionen per se spielen zudem in der Kulturpolitik eine Rolle – KünstlerInnen oder Kreativschaffende jedoch nicht, da sie grundsätzlich unabhängige Wirtschaftsakteure und ihre Interessen primär privater Natur sind. Nur im Rahmen öffentlich geförderter Projekte und Aktivitäten, eingeleitet von Institutionen oder Organisationen, werden sie zum Objekt der Politik.

Bis heute ist die Politik für Kunst – und erst recht für Spillover künstlerischer Produktionen – viel zu oft gefangen im Konflikt zwischen Kulturpolitik und Wirtschaftspolitik, zwischen Marginalisierung und Industrialisierung.

### Re-Organisation von Institutionen und Märkten

In den letzten zehn Jahren wurde der Raum für Kultur in der Gesellschaft, im speziellen der White Cube der Kunstmuseen und Kunst-Biennalen, als Reaktion auf die grundlegenden Veränderungen der globalen Wirtschaft und Gesellschaft neu erfunden. Kunstinstitute konnten sich so Kenntnisse und Fertigkeiten zur Verwaltung der neuen globaleren Organisationsformen von Kunst aneignen. Sie entwickelten Mittel und Wege für den Aufbau von internationalen Netzwerken und schlugen die Brücke von der

alten, privat und öffentlich getrennten Wirtschaftsform, zu einem neuen, noch unbekanntem Territorium. Mittlerweile ist der Wettbewerbsdruck im Kultursektor sehr hoch, was dazu führt, dass eine Unterstützung durch die Vertreter der Industrie sowie Sponsoren-Netzwerke erforderlich sind. Die Kunstorganisationen befinden sich nun auch unter dem Zwang, sich ständig anpassen zu müssen und auf die sich schnell verändernden Anforderungen des Publikums zu reagieren. Das Kunstpublikum ist Teil des Marktes geworden – Prosumer, wie in der Industrie auch – es zeichnet sich jedoch auch durch eine erhöhte soziale und kulturelle Komplexität aus.

Es gibt drei wesentliche Aspekte, unter denen sich die Kunstinstitutionen verändert haben – hinsichtlich der Auffassung des kulturellen Raums, der öffentlichen Darstellung und Kommunikation sowie der Produktion an sich. Mit jedem dieser Tätigkeitsbereiche konnten größere wirtschaftliche Veränderungen aufgefangen und auch als Wachstumsimpulse außerhalb der Kunstinstitution genutzt werden. Dies zeigt, dass die Produktion des Kunstsektors nicht mehr länger nur das Produzieren von Kunst- oder Kulturevents ist, sondern eine Neugestaltung der Kunstorganisation an sich, unter Berücksichtigung neuer und sich verändernder Bedingungen.

In Bezug auf den kulturellen Raum wird der Bereich der Kunstmuseen in ganz Europa weiter ausgebaut, vergrößert und überarbeitet. Er integriert nun neben der Ästhetik auch künstlerische Aktivitäten, die einst ausschließlich der Freizeitindustrie zugeordnet wurden. Darüber hinaus ist der räumliche Zugang zu einer Kulturinstitution mittlerweile durch eine Tendenz zum Mehrbetriebs-Organisationsmo-

dell flexibel. Ein gutes Beispiel hierfür ist das Museumsquartier Wien oder das vielleicht noch anschaulichere BALTIC Centre for Contemporary Art direkt am Fluss Tyne in Gateshead in Großbritannien. Mit Unterstützung öffentlicher Fördermittel konnte das BALTIC gebaut und aufrecht erhalten werden; es handelt sich jedoch nicht nur um ein

### Das Mehrbetriebs-Organisationsmodell

Gebäude oder einen Ort als solches, sondern um ein Netzwerk verschiedener miteinander verbundener Orte an einem größeren Standort (in einer alten Getreidemühle), der als Dreh- und Angelpunkt genutzt wird. Diese Orte werden strategisch von einem zentralen Gebäude aus gesteuert und verfügen trotzdem über lokale Autonomie in ihrem jeweiligen Tagesgeschäft. Dazu gehört ein Projekt-raum, eine Galerie in der Innenstadt, ein Forschungsraum an der dort ansässigen Universität, eine Basis für KünstlerInnen, die an einem Forschungsprojekt beteiligt sind, ein (Produktions-)Studio für professionelle KünstlerInnen sowie ein Bildungsinstitut (in Form einer Partnerschaftsorganisation). Mehrbetriebs-Organisationsmodelle sind ein Phänomen, das unsere Wahrnehmung und Erfahrung mit Kunstgalerien als privilegiertem Ort des Besitzes, der Expertise, der Ausstellung und der Präsentation noch komplexer hat werden lassen. Durch sie eröffnen sich neue Räume für aktive Koproduktionen ganz entgegen dem Trend des Betrachtens von Kunst als ein passives, visuelles Konsumieren.

Der zweite Aspekt betrifft die Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation. Hier bringen sich Kunstinstitutionen (dem Vorbild der USA folgend) immer stärker in die Werbung ein. Man konzentriert sich weniger auf die Vermittlung von Informationen über Kunst als auf die Identität der

Institution. Ein Beispiel hierfür ist das Phänomen der komplexen Marke. Kunstinstitutionen bzw. -organisationen müssen sich nicht länger als einzelne empirische Einheiten betrachten, unabhängig davon, wie viel sie in ihr Gebäude oder in die Architektur investiert haben. Als Beispiel sei hier die Saatchi Gallery als erste Adresse für zeitgenössische Kunst in London (oder auch das Centre Pompidou-Metz) genannt. Die von Charles Saatchi, Werbemagnat und Händler für zeitgenössische Kunst, gegründete Galerie ist in erster Linie eine private philanthropische Institution, die eine zentrale Rolle in der Entwicklung zeitgenössischer Kultur in London eingenommen hat. Die Organisation in Form von mehreren teilabhängigen und doch äußerst spezialisierten Tätigkeitsbereichen funktioniert wie ein kleiner hochentwickelter Medienkonzern mit einer wirksamen Markenarchitektur. Die „Architektur“ der Marke ist jedoch nicht vorhersehbar oder einer Logik folgend aufgebaut, wie es bei einer Konzernmarke der Fall ist. Die Saatchi Gallery besteht aus New Sensations, Saatchi Art, Saatchi Store, Art & Music Magazine, Showdown und Pictify, wobei sich all diese Bereiche eher überlappen statt sich aneinander zu koppeln. Die Marke „Saatchi“ ist strategisch in die Ausführung der Projekte der Institution in verschiedenen Bereichen wie Schule, Universität oder Presse involviert und wird durch ein breit aufgestelltes Netzwerk von Partnerunternehmen und Mitgliedern unterstützt: Jede Marke hat ein System zur visuellen Intervention in den unterschiedlichen Projektbereichen der Institution entwickelt. Künstlerisch aufgeladene Marken sind eine weitere Dimension von kreativen Spillover in einer globalen Wirtschaft.

### Das Phänomen der komplexen Marke

Der dritte Aspekt der organisatorischen Veränderung im Kunstsektor betrifft die Form der Produktion. Ein eindeutiges Beispiel ist hier das Dortmunder U. Ein weniger naheliegender findet sich erst wieder auf der anderen Seite Europas in Belgrad, wo sich das mittlerweile allseits bekannte Mikser House, ein so genanntes Mehrzweck-Organisationsmodell,

### Das Mehrzweck-Organisationsmodell

befindet. Das vom Eventmanager und Kulturunternehmer Ivan Lalic als privates Unternehmen gegründete und geführte Mikser („Mixer“) House ist ein Ort für aufstrebende Kultur auf dem Balkan. Es ist insofern für den Mehrzweck geeignet, als dass es nicht nur auf eine Kultursparte oder Kunstgattung beschränkt oder auf bestimmte Funktionen ausgerichtet ist. Zu seinem Programm zählen Events und kulturelle Liveacts, die auf einem ständigen Dialog zwischen Mikser, ortsansässigen PraktikerInnen und AkteurInnen mit internationalen Innovationen aufbauen. Die Räumlichkeiten werden zu marktüblichen Bedingungen vermietet, wobei der Privatbesitzer großen Wert auf die eigentlichen Ziele der Organisation legt. So können hier Veranstaltungen des Einzelhandels, Verkostungen, Performances, Lesungen und Ausstellungen mit besonderem Schwerpunkt auf Design und Musik abgehalten werden. Musikveranstaltungen werden dazu genutzt, ein jüngeres Publikum anzusprechen und ihnen Design und bildende Kunst näherzubringen.

Ausgezeichnete Küche ist ein weiteres wichtiges Element. Die Mehrzweck-Organisation ist nicht an Objekteigentum oder Sachanlagen interessiert und investiert auch nicht darin. Sie ist eine gesellschaftliche Kraft für kulturellen Wandel angespornt durch einen unternehmerischen Impuls.

In diesen drei institutionellen Formen – Mehrbetriebs-Organisation, Komplexe-Marken-Organisation und Mehrzweck-Organisation – verbreitet Kultur direkt oder indirekt aus der Industrie adaptierte Werte und Lebenswelten. Sie zeigen, wie kulturelle Organisationen gelernt haben, auf die wirtschaftlichen Veränderungen zu reagieren, das Design ihrer Organisation anzupassen, welches sich mit Hilfe eines strategischen Managements von Standorten, Kommunikation und Produktion in den industriellen Mainstream integriert.

Diese industrielle Transformation von Kunst und Kultur ist auch eine Konsequenz der Anpassung der künstlerischen Öffentlichkeit an die sich global verändernden Märkte. Diese Verwirtschaftlichung ist nicht nur eine Kommerzialisierung von Kunst und Kultur; sie ist mit neuen Formen der Kulturproduktion eine Antwort auf die globalen Veränderungen gerade auch im sozialen Verhalten der BürgerInnen und VerbraucherInnen.

### Kunst und Krise: Der Soziale Wandel

Die oben genannten Entwicklungen scheinen eine ziemlich harmlose Reaktion auf die sozioökonomischen Veränderungen zu sein, auf die der Kunst- und Kultursektor keinen Einfluss hat. Kunst an sich hat sich größtenteils an die neuen Rahmenbedingungen eines strategischen Managements und Marketings angepasst. Ausgangspunkt war das Konzept des „New Public Managements“ (NPM / Öffentliche Reformverwaltung, siehe Blaug, R. et. al.<sup>31</sup>),

welches zuerst in der Politik und dann als neues Regime in der Verwaltung und Koordination von geförderten Kultur-

### New Public Management (Öffentliche Reformverwaltung)

institutionen zur Anwendung kam. Dem Beispiel aus den USA folgend, kam NPM durch Tony Blairs neue Labour-Regierung (1997–2010) nach Europa. Das Konzept belächelte die älteren Formen der öffentlichen Verwaltung. Demnach wurde der Begriff „öffentlich“ zum Synonym für veraltet und unbeweglich, politisch und bürokratisch, inkompetent und unprofessionell sowie für langsam und ineffizient. Der Begriff „privat“ hingegen wurde gleichbedeutend mit dynamisch und mobil, zielgerichtet und apolitisch, chancen- und potenzialorientiert, vom strategischen Management inspiriert, spezialisiert und professionell, effizient und wertmaximierend. Es bestand wenig Zweifel daran, dass der britische öffentliche Sektor Probleme hatte, aber durch die Tatsache, dass die politischen EntscheidungsträgerInnen die politische Zweiteilung von öffentlich und privat nicht ausreichend erhalten und verwalten konnten, wurde der öffentliche Bereich zu einer autonomen und deutlich abgegrenzten Einheit. Die neue Labour-Regierung konzentrierte sich vermehrt auf den Bereich der öffentlichen Verwaltung, statt sich hier zurückzuziehen. Allerdings gab sie diese Tätigkeit in die Hände privater Akteure, Fachleute und Agenturen, die allesamt unterschiedliche Interessen vertraten. Neue Unternehmensmodelle für Verwaltung, Unterverträge, Fremdvergabe und Partnerschaften mit dem Privatsektor führten dazu, dass die Beratungs- und Entscheidungsprozesse (und dadurch auch die politische Vertretung), die gesellschaftlichen Wertvorstellungen, das historische Gedächtnis sowie öffentliche Vermögenswerte nach wirtschaftlicher Leistung, nach Profitzentren in öffentlichen Betrieben zusammengefasst wurden.

Diese Genese von Privat und Öffentlich ist wichtig für die Thematisierung von Spillover. Denn dem europäischen Kunst- und Kultursektor gelang es, gängige Methoden aus dem von NPM in Gang gebrachten Unternehmensmanagement Schritt für Schritt aufzugreifen und zu entwickeln. Dazu zählten Strategieentwicklung (Management, Marke, Marketing, Finanzen), Aufbau von Interessengruppen (InvestorInnen, AbonnentInnen, Publikum usw.), Partnerschaften (Projektzusammenarbeit, Ressourcenteilung, Effizienzmaximierung), Berichterstattung (Leistungskontrolle), Monitoring (Personalbewertung, Produktionsmessung, interne und unabhängige Beurteilungen) und Evaluierung (Zielerreichung, Messung des Wachstums, Bewertung von Zufriedenheit usw.). Heute befinden wir uns in einer Situation, in der die Historizität und politische Komplexität all dieser Mechanismen bei den PolitikerInnen in Vergessenheit geraten sind; Stattdessen nutzen sie NPM wie selbstverständlich als zentrale Steuerungselemente für ein effizientes Management einer kulturellen Organisation und dies bleibt nicht ohne Folgen für Kulturpolitik und für die Rolle von Spillover in unserer Gesellschaft.

Die Kunstwelt mag sich beschweren, dass diese Diskussion nur wenig mit Kultur und Kunst an sich zu tun hat (Ausstellungs-Fans und KuratorInnen internationaler Kunstdiskurse weichen dieser Thematik systematisch aus), aber die organisatorische Form von Kulturproduktion prägt die Bedeutung, den Wert und die öffentliche Funktion von Kultur:

<sup>31</sup>Public value, politics and public management (Blaug et. al., 2006)

Die industrielle Korporatisierung des Kunstmuseums einerseits, der Gewinn an Macht und Profil der internationalen Kunstmärkte andererseits, der Einfluss von PrivathändlerInnen, Schirmherrschaften für ausgewählte private Kunstgalerien, unternehmerisch denkende KuratorInnen, freischaffende KritikerInnen und die Welt der kulturellen Medien, insbesondere Markenmagazine, ist ein Umfeld, in dem sich Kunstpraxis und KünstlerInnen selbst bewegen, verhandeln, arbeiten und kooperieren und innerhalb ihres Kunstfelds reagieren. Es ist also kein Zufall, dass in den letzten Jahrzehnten neue Kunstbewegungen ein integraler Bestandteil von miteinander vernetzten Organisationen, Märkten, VerbraucherInnen, Marken, der Unternehmenskommunikation und dem medialen Verlangen nach Prominenten wurden.<sup>32</sup>

Ein wichtiger und in diesem Zusammenhang erwähnenswerter Aspekt des Kultursektors sind Aktivitäten im Bereich Marketing und digitale Medien. Allgemein lässt sich feststellen, dass das Marketing (und nicht die öffentliche Kultur, Politik oder auch Kulturproduktion) zu einer wichtigen Voraussetzung für die Schaffung und Entwicklung der Identität und des Leitbilds eines Unternehmens geworden ist. Hier hat es wesentliche Veränderungen gegeben. In der Welt des Internets kann man nun Inhalte für ein virtuelles Publikum öffnen, wie z.B. Theaterstücke (National Theatre Live, London), Musik (Berliner Philharmoniker Digital Concert Hall), und dann gibt es noch das New York MoMA iPad: Ein einziges Publikum existiert nicht mehr. Die digitalen Medien haben das Konzept des Publikums, Zuschauers bzw. Besuchers neu definiert; hier sind alle BesucherInnen potenzielle AbonnentInnen oder Mitglieder, unabhängig davon, wie nah eine Institution an ihrem Wohnort ist. In

jedem Fall muss ein Mitglied den eigentlichen Ort einer Kulturinstitution nicht mehr selbst betreten.

Der Begriff Mitglied definiert sich nun als ein Bindeglied eines Kommunikationsnetzwerks (als Tweeter, Webbesucher, E-Mail-Abonnent), und da eine Institution die Identität, Vorlieben und Handlungen ihrer Mitglieder in einem gewissen Umfang verfolgen kann, wird es zu einer Quelle für Marktforschungsaktivitäten. Wenn ein Mitglied Feedback gibt oder sich online mit einbringt, wird es zu einer Quelle kulturellen Wissens; wenn es Links, Nachrichten und Informationen teilt, wird es zu einem eigenen Informations- und Werbekanal. Als Mitglied anderer Netzwerke wird es zu einem dynamischen Bindeglied zwischen anderen Bereichen des Kultursektors und schafft so mögliche Verbindungen zu Fachleuten in diesem Sektor. Bis zum Jahre 2000 wurde das Publikum - bzw. die Community, das Netzwerk, die Öffentlichkeit, die EinwohnerInnen, die BürgerInnen, die BesucherInnen - als Mitwirkende für das strategische Management einer Unternehmensorganisation für die Produktion von Kultur angesehen. Aber was passiert mit dem Konzept eines Publikums, wenn sich die Kunst ihm verpflichtet und somit zu einer hohen kulturellen Lebensqualität beiträgt?

Und so setzte eine entscheidende Entwicklung innerhalb der Produktion von Kunst und Kultur ein, die zu einer Identitätskrise und einem Umdenken der sozialen Funktion von öffentlicher Kultur führte. Man bezeichnet diese Entwicklung als soziale Wende, auch wenn sie Teil der oben

### Management der Kunstinstitution und digitale Medien

### Ökonomisierung des kulturellen Sektors

genannten Veränderung innerhalb dieses Konzepts der Kunstinstitutionen war und sich ohnehin durch mehr als nur eine einzige Kunstbewegung auszeichnete.

Oberflächlich betrachtet, beinhaltet die soziale Wende der Kunst- und Kulturproduktion viele NPM-Techniken und -Kenntnisse (Finanzen, Marken und Marketing, Management und Unternehmensgeist) und nahm eine wohlwollende Haltung gegenüber dem Kunstmarkt und der kommerziellen Popkultur ein. In der zeitgenössischen Kunst (z.B. in Bourriauds „Relationaler Ästhetik“) wurde es schnell zur Selbstverständlichkeit, nicht kulturelle Formen des

sozialen Verhaltens in die Kunst mit einfließen zu lassen; die Kunst als Event zu definieren, gleichbedeutend mit anderen sozialen Events, während sich

KuratorInnen am Sinngehalt eines Kunstwerks beteiligten, genauso wie der Zuschauer Teil der Ästhetik eines Kunstwerks wurde (Bourriaud, 2002). Das gleichzeitige Aufkommen eines neuen Genres der öffentlichen Kunst und große Summen für öffentliche Aufträge öffneten den städtischen Raum für zeitgenössische Mainstream-KünstlerInnen, was zu einer wachsenden Faszination für neue urbane Locations (wie stillgelegte Fabrikhallen) im Bereich der Kunst führte. In vielen Städten befanden sich zeitgenössische Museen und Ausstellungshäuser in der Nähe von oder direkt innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft (oder umgekehrt), und kuratorische Bewegungen wie der neue Institutionalismus zeigten, inwieweit sich diese neue urbane Landschaft mittels reflexiver und improvisierter Neuinterpretationen der sozialen Aufgabe der zeitgenössischen Kunst anpassen konnten.

<sup>32</sup>Beispiele: Tate Modern London, Rubell Family Collection Miami, Frieze Magazine & Art Fair London

# eine forschungs- agenda für kreative spillover

## Kapitelzusammenfassung:

- Die meisten Kunst- und Kulturorganisationen, insbesondere öffentliche, haben drastische Veränderungen des Kulturbegriffes und dessen Institutionalisierung erlebt; das hatte Auswirkungen auf den fundamentalen historischen Charakter von Kultur, und durch Managementstrategien wurde er neu definiert. Dies führte wiederum dazu, dass der Bereich der Kulturproduktion neu geregelt wurde.
- Wo es innerhalb der Wirtschaft eine unklare Grenze zwischen öffentlich und privat geben mag, sind kulturelle Organisationen zu Hybriden geworden und verwalten oft eine Reihe von ungleichen oder sich widersprechenden Anforderungen öffentlicher Sponsoren.
- Kulturelle Organisationen haben mittlerweile Erfahrung in der Verhandlungsführung innerhalb eines politischen Umfelds, das Kenntnisse in der Unternehmensführung und öffentliche bzw. soziale Werte voraussetzt; sie haben benutzerfreundliche und publikumsspezifische Strategien für Wachstum und Leistung entwickelt, und doch werden sie in eine Art historisches Silo gedrängt.
- Es gibt noch immer unerforschte Bereiche, und dazu zählt insbesondere die Rolle der Institutionen bei der Gestaltung ihres urbanen Umfelds (im Gegensatz zur bloßen Anwesenheit an einem Ort und ihrem Einfluss auf Verkehrs- und Besucherzahlen oder gar in einigen wenigen Fällen den öffentlichen Dienst).
- Kunst und Kultur bleiben zu einem gewissen Grad eine ideologische und institutionelle Einheit für veraltete Konzepte einer ästhetischen oder kulturellen Autonomie, ohne dabei jedoch alternative Modelle zu verfolgen. In diesem Bereich können „private“ KulturunternehmerInnen (Saatchi, Lalic) ihre sozialen Beweggründe oft besser zum Ausdruck bringen als öffentliche Institutionen.
- Die digitalen Medien haben die Positionierung unterschiedlicher Themen für die Öffentlichkeit vereinfacht, sie umgehen die ehemalige Zweiteilung in BürgerInnen und VerbraucherInnen, aber hat dies wirklich zu einem neuen öffentlichen Umfeld geführt, in dem die Menschen an der Gestaltung einer besseren Lebensqualität in ihrer Stadt teilhaben können?

In den vorangegangenen Kapiteln wurden die Themen für eine neue Forschungsagenda vorgestellt. Die Forschung muss künftig kreative Spillover von anderen Spillover-Formen sowie ungeplante von geplanten Spillover-Dimensionen abgrenzen. Kritisch untersucht werden muss zudem die Terminologie Spillover sowie die Annahme, dass lineare oder kausale Spillover-Zusammenhänge den größten Wert schaffen.

Im Vordergrund künftiger Forschungen muss ein differenziertes Verständnis von Spillover-Akteuren und den wichtigsten Auslösern für Spillover, Spillover-Instrumenten und -Techniken stehen. Die Forschungsfelder im Detail sind die Beziehungen zwischen Spillover-Akteuren, die Koordination von Innovationsprozessen, die Innovationsmodelle und die Rolle, die Kreativität dabei spielt, sowie die Auswirkungen, Nebenwirkungen und Mehrwerte, die durch Evaluierungen, Bewertungen sowie Entscheidungsfindungen nach einem Spillover entstehen. Eine vergleichende Bewertung von Spillover scheint möglich, da Spillover in unterschiedlichen kulturellen, gesellschaftlichen, öffentlichen, geschäftlichen, kommerziellen und industriellen Bereichen zu finden sind. Ein weiteres wichtiges Forschungsfeld sind die räumlichen Gegebenheiten, städtisch/urban, regional, national oder gesamteuropäisch.

Parallel dazu müssen die analytischen Werkzeuge und Parameter für die Analyse von Kulturpolitik erweitert werden. Zu Beginn könnte man die folgenden Themen in Betracht ziehen:

1. Kunst und Wirtschaft, Kulturwirtschaft, Kreativwirtschaft: In der europäischen Kulturpolitik sorgt das Konzept von Wirtschaft für Begriffsverwirrung. Es ist daher eine politische Überarbeitung des Themas Wirtschaft durch die Europäische Kommission im Rahmen eines weit gefassten, integrierten nachhaltigen Verständnisses gesellschaftlicher Entwicklungen erforderlich. Außerdem **bedarf es eines europäischen Rahmens und gesamteuropäischen Diskurses**, in dem die verschiedenen Modelle der Kreativwirtschaft (wie die Work Foundation, NESTA, DCMS etc.) auch als Modelle des jeweiligen nationalen Wirtschaftssystems betrachtet werden.

2. Die Kunst- und Kulturproduktion ist nur wenig erforscht, insbesondere wenn es um die Organisation, das Management, das Unternehmertum und die Frage geht,

**Notwendigkeit von besserem Verständnis über Spillover-Akteure, -Initiatoren und -Instrumente**

in welcher Beziehung Kultur zu größeren wirtschaftlichen Veränderungen steht. Die vorliegenden Forschungsergebnisse befassen sich überwiegend mit der politischen Dimension der als neoliberal wahrgenommenen Managementpraktiken im Kultursektor. Es bedarf

**Notwendigkeit der Erweiterung von Analyse-Instrumenten und Parametern**

einer **detaillierteren Untersuchung der organisatorischen Dimension der Kulturproduktion**, um mehr über die umfangreiche Rolle von Spillover-Effekten zu

erfahren oder um sich diese Aktivitäten zunutze zu machen – aber auch, um Spillover deutlich von anderen Einflüssen und Impulsen abzugrenzen.

3. Das Thema Spillover könnte auch als Möglichkeit angesehen werden, öffentliche Mittel für die Finanzierung von Privatinteressen zu nutzen und den Kultursektor dazu zu verpflichten, der Wirtschaft zu dienen. Spillover im Kunst- und Kulturbereich müssen eine Instrumentalisierung der öffentlichen Mittel mindestens begründen, wenn nicht verhindern. Hierfür bedarf es stichhaltigerer Argumente. **Eine Befürwortung von Spillover erfordert eine Kritik der Nutzung öffentlicher Kultur an sich** – und eine entsprechende kritische Organisation derselben. Diese muss lokale Besonderheiten und geschichtliche Herkunft, den Wert und die Produktivität der Zivilgesellschaft und öffentlicher Institutionen wahren.

4. Zu diesem Zweck müssen kreative Spillover selbst mit den Begriffen der Kulturproduktion definiert werden – und zwar, wenn Spillover-Aktivitäten, gefördert durch öffentliche politische Initiativen, Kultur, Kreativität und gesellschaftliche Werte bei denjenigen Organisationen wiedereinführen, deren geistig-moralischer Kompass wegen ihrer Fixierung

auf Profitmaximierung aus dem Lot geraten ist. Hier können kreative Spillover mehr sein als nur ein pauschaler Mehrwert. Sie können sich so auswirken, dass institutionelles, symbolisches und kulturelles Kapital in ein unternehmerisches, urbanes und soziales Umfeld mit einfließen. **Spillover müssen vor dem Hintergrund eines multidimensionalen Kapitalkonzepts evaluiert werden.**

5. Ein großes Problem für viele europäische Länder ist der – scheinbare? – Mangel an unternehmerischem Geist, Arbeitsethos und Eigenständigkeit in der Gesellschaft und im Arbeitsleben selbst. Kreative Spillover sind weniger im Bereich Transfer oder Bereitstellung anzusiedeln, als eher in den Bereichen Intervention, Partizipation, Engagement und Partnerschaft. Das könnte dazu verhelfen, eine sich an Spillover-Aktivitäten beteiligende Gesellschaft zu schaffen, die die Möglichkeit hat, sich einzubringen, Fertigkeiten zu entwickeln usw. Dies ist jedoch nur möglich in einem Wirtschaftssystem, in dem bereits Wechselwirkungen und Integration vorherrschen. **Ziel ist nicht nur Wirtschaftswachstum, sondern das Unternehmerische und sein Arbeitsethos als soziales Phänomen.**

6. Kunst, Kultur und Kreativwirtschaft lassen sich auch von der informellen Wirtschaft und den soziokulturellen Dingen des Alltags inspirieren. **Eine Wertschöpfung durch Spillover könnte sich aus informell gestalteten, unternehmensübergreifenden Beziehungen ergeben und dadurch den Zugang zur informellen Wirtschaft bieten.** Gleichzeitig würden sich ungeplante und unerwartete Synergieeffekte zwischen den Kultur- und Wirtschaftsbranchen ergeben, insbesondere in Clustern bzw. im urbanen oder städtischen Kontext.

# to be debated: call for papers

Der politische und wissenschaftliche Diskurs über Spillover-Effekte der Kultur und Kreativwirtschaft steht am Anfang. Deutlich ist aber auch, dass Spillover in ihrer Bedeutung und in ihren Möglichkeiten bei der Entwicklung von Innovationen, und damit auch bei der Überwindung von europäischen Krisen und einer Post-Wachstumsphase, meist unterschätzt oder nicht genug beachtet werden. Mit „to be debated SPILLOVER“ verbinden wir daher auch einen Aufruf!

Personen und Institutionen aus Politik, Forschung, Wirtschaft und Gesellschaft sind – gemäß unserer Bottom Up Philosophie – eingeladen, sich an der Debatte über Spillover-Effekte zu beteiligen und die ungelösten Fragen nach Begriffen und Methoden anzugehen. Und wie? Wie Sie es für richtig halten – von Kommentaren, über kurze informelle Blogbeiträge bis zu wissenschaftlichen Thesen oder Beiträgen!

Wir veröffentlichen Ihren Beitrag unter [www.e-c-c-e.com](http://www.e-c-c-e.com) und unseren social media Kanälen.

Email: [tbd@e-c-c-e.com](mailto:tbd@e-c-c-e.com)

# literatur

- Europäische Kommission, Die Kultur- und Kreativwirtschaft als Motor für Wachstum und Beschäftigung in der EU unterstützen [KOM(2012)537].
- Europäische Kommission (2011), Städte von morgen: Herausforderungen, Visionen, Wege nach vorn, Brüssel: Generaldirektion Regionalpolitik.
- Europäische Kommission, Europa 2020: eine Strategie für das Wachstum der Europäischen Union, Brüssel: EU [KOM(2010)2020].
- Europäische Kommission, Eine integrierte Industriepolitik für das Zeitalter der Globalisierung, [KOM(2010)614].
- Europäische Kommission, Erschließung des Potenzials der Kultur- und Kreativwirtschaft [KOM(2010)183].
- Europäische Kommission, Europäischer Bericht über „Eine integrierte Industriepolitik für das Zeitalter der Globalisierung: Vorrang für Wettbewerbsfähigkeit und Nachhaltigkeit“ 2010 [KOM(2010)614].
- Europäische Kommission, Auf dem Weg zu Clustern von Weltrang in der Europäischen Union [KOM(2008)652].
- Europäische Kommission, Eine europäische Kulturagenda im Zeichen der Globalisierung [KOM(2007)242].
- Europäisches Parlament, Generaldirektion Interne Politikbereiche: Nutzung der Strukturfonds für Kulturprojekte, 2012.
- Acs, Z., Audretsch, D., Lehmann, E. (2013), The knowledge spillover theory of entrepreneurship, *Small Business Economics*, 41(4): 757-774.
- Bourriaud, N. (2002), *Relational Aesthetics*, Dijon: Les presses du réel.
- Blaug, R., Horner, L., Lekhi, R. (2006), *Public value, politics and public management: A literature review*, London: The Work Foundation.
- Camagni, R. (2004), Uncertainty, social capital and community governance: the city as a Milieu, in Capello, R., Nijkamp, P. eds., *Urban dynamics and growth: advances in urban economics*, Amsterdam, Elsevier: 121-152.
- Carlino, G. A. (2001), *Business Review Knowledge Spillovers: Cities' Role in the New Economy*, Q4 2001.
- Chapain, C. et al. (2010), *Creative Clusters and Innovation: putting creativity on the map*, London: NESTA.
- Cooke, P., Lazzaretto, L. eds. (2008), *Creative cities, cultural clusters and local economic development*, Edward Elgar, Cheltenham, UK.
- Creative SpIN (2012), *Creative Spillovers for Innovation, URBACT II Thematic Network Baseline Study*.
- DCMS (Department for Culture, Media and Sport) (1998), *Creative industries mapping document*, London: Creative Industries Task Force.
- Edensor, T., Leslie, D., Millington, S., Rantisi, N. eds. (2010), *Spaces of Vernacular Creativity: Rethinking the Cultural Economy*, London: Routledge.
- Florida, R. (2002), *The Rise of the Creative Class*, New York: Basic Books.
- Florida, R. (2003), *Cities and the Creative Class*, *Cities and Community*, 2/1: 3-19.
- Florida, R., Tinagli, I. (2004), *Europe in the Creative Age*, London: Carnegie Mellon/DEMOS.
- Frontier Economics (2007), *Creative Industry Spillovers - understanding their impact on the wider economy* (Report prepared for DCMS).
- Glaeser, E. W. (2000), The new economics of urban and regional growth, in *The Oxford Handbook of Economic Geography*, ed. Clark, G., Gertler, M., Feldman, M., Oxford University Press: 83-98.
- Haas, E. B. (2004), Introduction: Institutionalism or constructivism? in *The Uniting of Europe: Politics, Social and Economic Forces, 1950- 1957*, Notre Dame: University of Notre Dame Press.
- Hall, P., Pfeiffer, U. (2000), *Urban Future 21: a Global Agenda for Twenty-First Century Cities*, London: Routledge.
- Higgs, P., Cunningham, S., Bakshi, H. (2008), *Creative Industries Trident*, London: NESTA.
- Hutton, T. (2008), *The New Economy of the Inner City: Restructuring, Regeneration and Dislocation in the Twenty-first-century Metropolis*, London: Routledge.
- Jacobs, J. (1991), *The Economy of Cities*, New York: Vintage Books.
- KEA European Affairs (2009), *The Impact of Culture on Creativity*, Brussels: DG EAC.
- Landry, C., Bianchini, F. (1995), *The Creative City*, London: DEMOS.
- Landry, C. (2000), *The Creative City: A toolkit for urban innovators*, London: Earthscan.
- Lash, S., Urry, J. (1994), *Economies of Signs and Space*, London: TCS/Sage.
- Lazzaretto, L., Rafael Boix, R., Capone, F. (2008), *Do creative industries cluster? Mapping Creative Local Production Systems in Italy*. Working Papers, Department of Applied Economics at Universitat Autònoma of Barcelona.
- Lazzaretto, L., (2009), The creative capacity of culture and the New Creative Milieu, in Becattini G., Bellandi, M., De Propris, L. eds. *The Handbook of Industrial Districts*, Cheltenham: Edward Elgar.
- Miles I., Green L. (2008), *Hidden innovation in the creative industries*, London: NESTA.
- Mommaas, H. (2004), *Cultural clusters and post-industrial city: towards the remapping of urban cultural policy*, *Urban Studies* 41(3): 507-32.
- Porter, M. E. (1990), *The Competitive Advantage of Nations*, New York: Free Press.
- Pratt, A. C. (2007b), The state of the cultural economy: the rise of the cultural economy and the challenges to cultural policy making, in Ribeiro, A. ed. *The urgency of Theory*, Manchester: Carcanet Press/Gulbenkin Foundation: 166-190.
- Pratt, A. C. (2008b), *Cultural commodity chains, cultural clusters, or cultural production chains? Growth and Change* 39: 95-103.
- Rosamond, B. (2005), The uniting of Europe and the foundation of EU studies: Revisiting the neofunctionalism of Ernst B. Haas, *Journal of European Public Policy*, 12(2): 237-254.
- Santagata, W. (2002), *Cultural Districts, Property Rights and Sustainable Economic Growth*, *International Journal of Urban and Regional Research*, 26 (1): 9-23.
- The Work Foundation (2007), *Staying ahead: the economic performance of the UK's creative industries*, London: WF.
- UNCTAD (2010), *Creative Economy Report*, New York UN.
- Van den Berg, L., Braun E., Van Winden, W. (2001), *Growth Clusters in European Metropolitan Cities*, Aldershot: Ashgate.
- Wenger, E. (1998), *Communities of practice: learning, meaning and identity*, Cambridge University Press.