

# DOKUMENTATION DES 1. FORUM D'AVIGNON RUHR

\_ FORTSCHRITT GESTALTEN

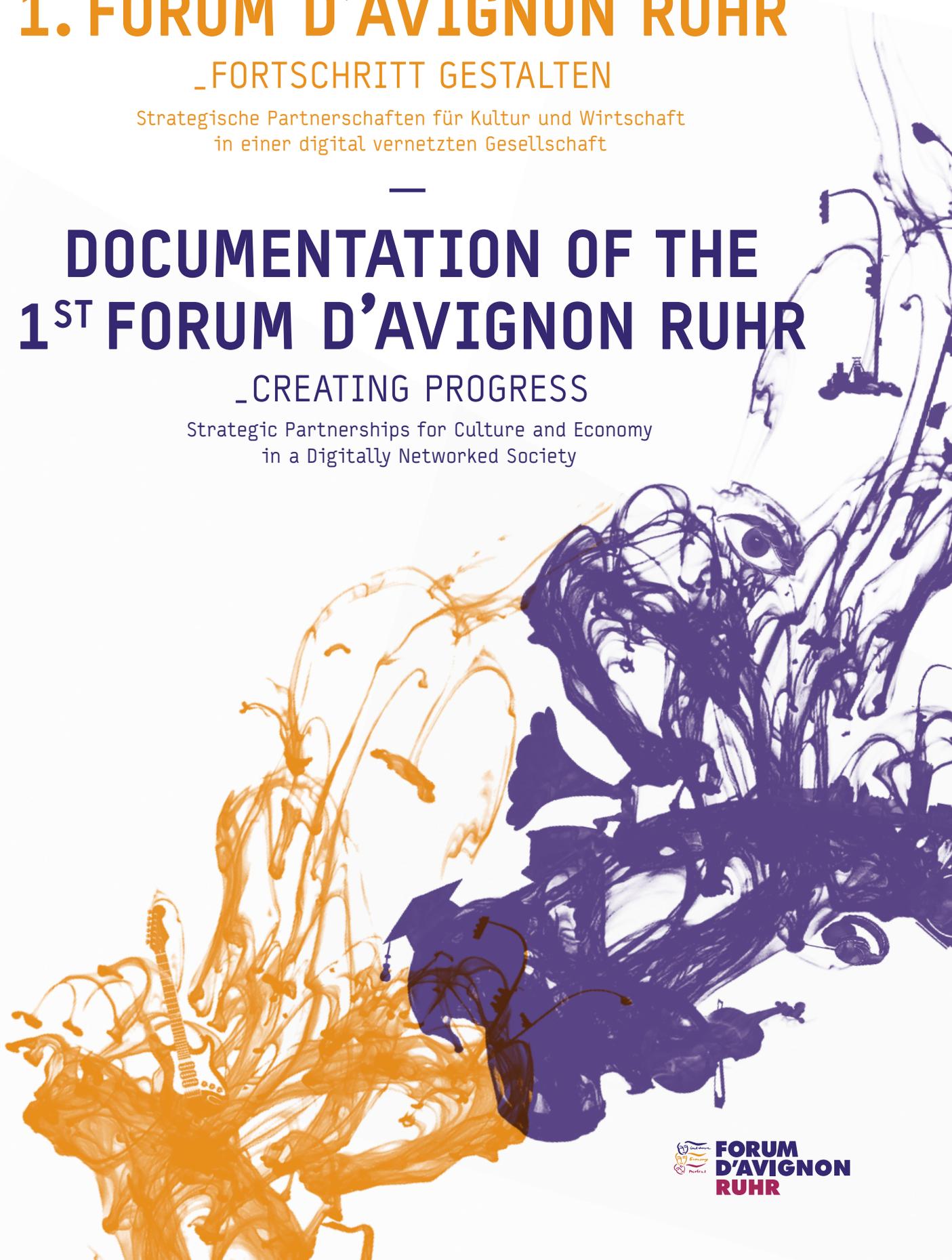
Strategische Partnerschaften für Kultur und Wirtschaft  
in einer digital vernetzten Gesellschaft

---

# DOCUMENTATION OF THE 1<sup>ST</sup> FORUM D'AVIGNON RUHR

\_ CREATING PROGRESS

Strategic Partnerships for Culture and Economy  
in a Digitally Networked Society



<b>VORWORT</b>	<b>04</b>	<b>FOREWORD</b>
<b>EINLEITUNG</b> _Avignon an der Ruhr	<b>06</b>	<b>INITIATION</b> _Avignon at Ruhr
<b>AN DIE ARBEIT</b> _Grußworte	<b>08</b>	<b>GETTING STARTED</b> _Adresses
<b>PERSPEKTIVEN DER BUNDES- UND LANDESREGIERUNG</b> _Eröffnungsreden	<b>12</b>	<b>PROSPECTS OF THE GERMAN FEDERAL AND STATE GOVERNMENTS</b> _Opening Speeches
<b>DISKUSSIONSSTOFF</b> _Keynotes	<b>19</b>	<b>TOPICS FOR DISCUSSION</b> _Keynote Speeches
<b>KULTUR UND WIRTSCHAFT GEMEINSAM DENKEN</b> _Session 1	<b>38</b>	<b>CONSIDERING CULTURE AND ECONOMY IN ONE THOUGHT</b> _Session1
<b>EIN PLÄDOYER GEGEN DEN PESSIMISMUS</b> _Statement	<b>42</b>	<b>A PLEA ANGAINST PESSIMISM</b> _Statement
<b>DIE KUNST DES KREATIVEN WANDELS</b> _Session 2	<b>45</b>	<b>THE ART OF CREATIVE CHANGE</b> _Session 2
<b>ERFOLGSMODELLE KOPIEREN UND EINFÜGEN</b> Session 3	<b>48</b>	<b>COPY AND PASTE SUCCESSFUL MODELS</b> _Session 3
<b>AUSBLICK AUF EIN DA CAPO</b> _Schlussworte	<b>52</b>	<b>OUTLOOK OF A DA CAPO</b> _Closing Dialogue
<b>WHY ARE YOU CREATIVE?</b> _Eine Ausstellung von Hermann Vaske	<b>54</b>	<b>WHY ARE YOU CREATIVE?</b> _An exhibition by Hermann Vaske
<b>SO KREATIV FRAGEN STUDENTEN</b> _Essays	<b>56</b>	<b>SOME CREATIVE QUESTIONS ASKED BY STUDENTS</b> _Essays

# VORWORT

---

# FOREWORD

Das Forum d'Avignon Ruhr fand im März 2012 zum ersten Mal in der Metropole Ruhr als Kooperationsveranstaltung des european centre for creative economy (ecce GmbH), des Forum d'Avignon in Frankreich und der ehemaligen Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010 statt. 175 geladene Gäste aus 22 Ländern, darunter Kulturschaffende, Medienmanager, Politiker, Wirtschaftsvertreter, Studenten, Akademiker, Kreative und Künstler, kamen im SANAA-Gebäude auf dem UNESCO-Welterbe Zollverein in Essen zusammen. Zollverein, ein Ort gleichermaßen Zeugnis der Vergangenheit wie Entstehungsort zeitgenössischer künstlerischer Bewegungen, ist ein Sinnbild des Wandels durch Kultur und somit idealer Tagungsort für das Forum d'Avignon Ruhr.

„Fortschritt gestalten. Strategische Partnerschaften für Kultur und Wirtschaft in einer digital vernetzten Gesellschaft“ – so lautete der Titel des Forum d'Avignon Ruhr. Gesellschaftliche Entwicklung braucht einen Diskurs, braucht Wissensaustausch, Demokratie und eine enge Zusammenarbeit der Bereiche, die unser Leben in der Gesellschaft in höchstem Maße bedingen und beeinflussen – Kunst, Kultur, Wirtschaft, Ökologie und Technologie, Urbanität und Digitalisierung. Gerade die, die im Mittelpunkt der Debatten stehen, sollten einen lebendigen Austausch mit Entscheidungsträger pflegen, sich gegenseitig bereichern und miteinander streiten, statt künstliche Grenzen aufrecht zu erhalten. Diesen Auftrag haben wir beim Forum d'Avignon Ruhr wörtlich genommen.

Bei den Diskussionen, den Vorträgen und Gesprächen ist deutlich geworden, dass Kooperationen zwischen diesen Bereichen gelingen können, wenn Gestaltungswille, Offenheit, Führungsqualitäten und Möglichkeiten zur Teilhabe vorhanden sind. Auch muss Optimismus herrschen, so der passende Tenor des Forums. Es wurde herausgestellt, dass Kunst und Kultur unvorhersehbar bleiben müssen, damit sie ihre positive Wirkung weiterhin entfalten können. Kreativität, nicht nur bei Künstlern sondern in der gesamten Gesellschaft, ist eine der wichtigsten Ressourcen für die Gestaltung der Zukunft. Die Wertschätzung des künstlerischen und kreativen Schaffens darf zu keinem Zeitpunkt aus dem Blickwinkel geraten.

Das Forum d'Avignon Ruhr als eine Plattform für den Austausch und die Vernetzung von Kultur, Politik, Medien und Wirtschaft ist eine Bereicherung für die Metropole Ruhr. Debattenorte wie das Forum d'Avignon Ruhr haben für die gesellschaftliche, politische und wirtschaftliche Entwicklung Europas eine zunehmende Bedeutung – besonders wenn sie so viel Inspiration, Phantasie und nicht zuletzt Gegensätzlichkeit freisetzen.

**Prof. Dieter Gorny**, Geschäftsführer des european centre for creative economy (ecce)

The Forum d'Avignon Ruhr was held for the first time in March 2012, in the urban conglomeration on the Ruhr, as a joint venture of the european centre for creative economy (ecce GmbH), the Forum d'Avignon in France and the former Capital of Culture RUHR.2010. 175 guests were invited from 22 countries, including cultural workers, media managers, politicians, industry representatives, students, academics, creative talents and artists, who came to the SANAA-Building on the premises of the former Zollverein Colliery, now a UNESCO World Heritage site, in Essen. Zollverein is both a testimony to the past and a place where contemporary artistic movements are arising. Moreover, it is a symbol of change through culture and thus an ideal conference venue for the Forum d'Avignon Ruhr.

“Creating Progress – Strategic Partnerships for Culture and Economy in a Digitally Networked Society” was the title of the Forum d'Avignon Ruhr. Social development needs dialogue, an exchange of knowledge, democracy and close collaboration between all the spheres that have a major impact on our communal life and which form its basis: art, culture, industry, the environment, technology, urbanity and digitisation. Especially those who are at the centre of the debate were to enter into a lively exchange with decision-makers. They were to benefit from one another and have creative disputes instead of maintaining artificial boundaries. When we held the Forum d'Avignon Ruhr, we took this brief quite literally.

The discussions, the talks and the conversations showed that cooperation between these spheres can succeed if there is a desire to shape things proactively and if there are also openness, leadership qualities and opportunities for participation. Furthermore, there needs to be a prevailing optimism, and this was indeed a major element at the Forum. It was emphasised that art and culture can only continue to unfold their positive impact if they remain unpredictable. Creativity, not just among artists but throughout society, is one of the most important resources for the shaping of the future. We must never cease to value artistic and creative activities at any time whatsoever.

The Forum d'Avignon Ruhr as a platform for an exchange and for the networking of culture, politics, the media and business is an enrichment for the Ruhr metropolis. Debating venues such as the Forum d'Avignon Ruhr are gaining in importance for the social, political and economic development of Europe – especially when they release so much inspiration, imagination and of course so many contrasts.

**Prof. Dieter Gorny**, Managing Director of the european centre for creative economy (ecce)



# EINLEITUNG

## AVIGNON AN DER RUHR

---

# INITIATION

## AVIGNON AT RUHR



RUHR MUSEUM

Avignon – natürlich kennt man Avignon: die mittelalterliche Papststadt, Weltkulturerbe. Man weiß, dass auf der Brücke von Avignon getanzt wird: „l'on y danse, l'on y danse“. Und, nach kurzem Nachdenken weiß man auch, welcher Fluss da unter der berühmten Brückenruine fließt: die Rhone. Insofern ist Forum d'Avignon Ruhr eine kurze Erklärung wert.

Seit 2008 treffen sich alljährlich in Avignon an der Rhone Menschen aus aller Welt, um Aspekte der Wechselwirkung zwischen Kultur und Wirtschaft zu diskutieren: Wissenschaftler, Studenten, Künstler, Philosophen, Politiker, Unternehmer und Manager. Dass Kultur kein Gegensatz zu Wirtschaft ist, auch und gerade in ökonomischen Krisenzeiten, dass Kultur und Kreativität ein hohes wirtschaftliches Entwicklungspotenzial in unserem postindustriellen Zeitalter bergen, ist als Erkenntnis gleichsam die Arbeitsgrundlage dieser europäischen Denkplattform: Kultur als Wachstumsfaktor. Wie Kreative, Politiker und Unternehmen dieses Potenzial gemeinsam praktisch aktivieren können und welche Rolle dabei insbesondere die modernen digitalen Medien spielen können – dafür entwickeln die Teilnehmer des Think Tanks in Avignon Ideen.

Avignon – well, of course we all know Avignon: the mediaeval city of Popes and a World Heritage site. We also know that people enjoy dancing on its bridge: "l'on y danse, l'on y danse". And, after short reflection, we may even remember which river flows under the famous ruins of its bridge: the river Rhône. So I thought it might be a good idea to explain briefly what the Forum d'Avignon Ruhr is all about:

Year after year, since 2008, people from all ends of the earth have been meeting in Avignon to discuss aspects of the mutual interaction between culture and business: academics, students, artists, philosophers, politicians, businessmen and managers. This European intellectual platform has gained an important insight which also forms its fundamental basis: Culture is not the opposite of business, and especially during an economic crisis culture and creativity bear a vast amount of economic potential for development in our post-industrial age. In fact, culture is a growth factor. How can this potential be jointly and practically activated by creative workers, politicians and commercial companies? And, in particular, what might be the role of our modern digital media? These are the questions that prompted the Avignon think tank to develop their ideas.

Die Rolle der Kultur als Motor in einem postindustriellen Wandlungsprozess war auch zentrales Thema, als Essen und das Ruhrgebiet 2010 Kulturhauptstadt Europas waren: „Wandel durch Kultur – Kultur durch Wandel“ war das Leitmotiv. In diesem Rahmen wurde als langfristiges Projekt ecce gegründet, das europäische Zentrum für die kreative Wirtschaft. Natürlich nahmen die Macher an der Ruhr wahr, welche Ergebnisse das Diskussionsforum an der Rhone Jahr für Jahr präsentierte. Aus dem Interesse ergab sich eine Kooperation – und so kam Avignon von der Rhone an die Ruhr, eine internationale Diskussionsplattform ein Think Tank nach dem südfranzösischen Vorbild, mitten in der sich dramatisch wandelnden ehemaligen Industrieregion: Forum d'Avignon Ruhr. Dazu schloss 2011 die RUHR.2010 einen auf mehrere Jahre angelegten Kooperationsvertrag mit dem Forum d'Avignon, der von ecce GmbH umgesetzt wurde und in den kommenden Jahren von ecce fortgeführt werden soll.

The role of culture as an engine of post-industrial transformation was also a central issue in 2010, when Essen and the Ruhr were the European Capital of Culture: The general slogan was: "Change through Culture – Culture through Change". Within this framework a long-term project was set up, entitled european centre for creative economy, or ecce for short. Obviously, the decision-makers on the Ruhr were well aware of the results presented year after year by this discussion forum on the Rhône. This joint interest led to a joint venture. Avignon travelled from the Rhône to the Ruhr – an international discussion platform or think tank from the South of France went to the very heart of a former industrial region that is currently undergoing dramatic changes: the Forum d'Avignon Ruhr. For this purpose, in 2011, RUHR.2010 and the Forum d'Avignon concluded a joint venture agreement which was implemented by ecce GmbH in 2012 and will be continued by ecce in the years to come.

# AN DIE ARBEIT

## GRUSSWORTE

---

# GETTING STARTED

## ADRESSES

Der anspruchsvolle Arbeitstag wurde am Morgen des 9. März eröffnet durch den Oberbürgermeister von Essen, **Reinhard Paß**. In seinem Grußwort zeigte er am Beispiel seiner Stadt, wie global diskutierte gesellschaftliche Veränderungen, wie der „Wandel durch Kultur“ zusammen mit den Menschen am Ort aufgegriffen und praktisch umgesetzt werden sollten: „Ohne das Zutun der Menschen vor Ort wird jede noch so gute Strategie zum Scheitern verurteilt sein“.

### REINHARD PASS

Oberbürgermeister der Stadt Essen

Herzlich willkommen hier in Essen im SANAA-Gebäude, in direkter Nähe unseres Weltkulturerbes Zollverein. Ich freue mich sehr, dass wir hier an einem Ort, der Geschichte und Zukunft gleichermaßen symbolisiert, zusammenkommen und uns wichtigen Zukunftsfragen widmen.

Was kann und muss getan werden, um Europa im Spannungsfeld globalisierter Ökonomien, technologischer Innovationen sowie kultureller Tradition und Erfahrung zukunfts- und wettbewerbsfähig zu halten? Das ist die zentrale Frage dieses Kongresses und eine zentrale Frage unserer Zeit. Verschiedenste Rahmenbedingungen, die unser Zusammenleben beeinflussen, verändern sich rasant, beispielsweise die demographische Entwicklung, das Wirtschaftsgefüge und die technischen Innovationen. Alles das führt dazu, dass sich auch die Gesellschaft rasant verändert – in Bezug auf ihre Zusammensetzung, aber insbesondere auch auf ihre Art zu kommunizieren und zu interagieren.

Und auch wenn diese Veränderungen deutschland-, europa- und sogar weltweit stattfinden, dürfen wir nicht vergessen, dass diese rasanten Veränderungsprozesse einen Ursprung im unmittelbaren Lebensumfeld der Menschen haben. Und genau da sind auch die Auswirkungen dieser Veränderung am ehesten sowohl positiv als auch negativ zu spüren, nämlich in den Städten und Regionen. Und deshalb haben wir erkannt: Wir müssen hier vor Ort aktiv werden, hier in der Region und hier in Essen. Hier müssen wir uns mit den Ursachen und den Folgen der sich ändernden Rahmenbedingungen auseinandersetzen: mit einer immer älter und zahlenmäßig kleiner werdenden Gesellschaft und insbesondere mit einem zunehmenden Wettbewerb um die

The highly intensive conference was opened on the morning of 9 March by the Mayor of Essen, **Reinhard Paß**. He used his city as an example of how globally discussed social change – such as a “Change through Culture” – should be picked up and translated into real life by local people. “Unless local people get involved, any strategy no matter how good it may be, is doomed to failure.”

### REINHARD PASS

Mayor of the City of Essen

Welcome to the SANAA-Building here in Essen, directly next to our World Heritage Site Zollverein. I am very pleased that we are getting together in a place that symbolises both history and the future in equal parts and that we can devote our time to important questions about the future.

What can and should be done to ensure that Europe will continue to be forward-looking and competitive in the field of tension between globalised economies, technological innovations, cultural traditions and experiences? This is the central question of our convention and also a central issue of our time. Our communities are affected by a variety of key factors that keep changing at a rapid speed. This concerns, for instance, demographic developments, economic systems and technical innovations. As a result, society, too, is changing rapidly – not only in its composition, but also with regard to communication and the way we interact.

And although these rapid changes are taking place throughout Germany, Europe and even worldwide, we mustn't forget that they originate in people's immediate surroundings. Yet this is precisely where these changes are showing most of their impact, both positively and negatively: in the cities and the regions. So we now understand that we need to be proactive right where we are, in our own region and here in Essen. This is where we need to take a close look at the causes and consequences of changing conditions: an ageing, dwindling society and especially also increasingly intense competition for people. After all, people are becoming more and more important as a locational factor in business, so that they determine the financial strength of a given locality.

Menschen, die ein immer wichtiger werdender Standortfaktor der Wirtschaft sind, ausschlaggebend auch für die Finanzkraft der Kommunen, in denen sie leben.

Meine Damen und Herren, Essen bietet mit seinem großen Potenzial eine gute Basis für aktuelle und für zukünftige Entwicklungen. Unsere Stadt ist ein wirtschaftlich starker Standort, historisch gewachsen und mitten im Ruhrgebiet mit seinen 5,2 Mio. Menschen gelegen. Große Konzerne haben ihren Hauptsitz in unserer Stadt, und wie in der gesamten Region sind ein starker Mittelstand und das Handwerk Motor für Arbeitsplätze, Innovation und Wirtschaftskraft. Wir können eine sehr gute Bildungslandschaft mit allen Einrichtungen von der frühkindlichen Betreuung bis zur Hochschule vorweisen. Dazu zählen eine breite Schullandschaft – inzwischen auch eine internationale Schule – und gute Weiterbildungsmaßnahmen für das lebenslange Lernen. Essen ist Universitätsstadt und eine attraktive Stadt mit Kultureinrichtungen, die im nationalen und internationalen Vergleich Herausragendes bieten. Zudem hat Essen sehr gute Naherholungsmöglichkeiten: Essen ist, was immer noch nicht genug Menschen wissen, eine der grünsten Großstädte Deutschlands! Das ermutigt uns, gemeinsam mit anderen Städten der Region am EU-Wettbewerb „Green Capital City“ für das Jahr 2014 teilzunehmen.

Die Menschen in unserer Stadt sind herzlich, offen und gastfreundlich, sie packen tatkräftig an, sie genießen die Lebensqualität in Essen, einer Stadt mit traditionell großem bürgerschaftlichen und unternehmerischen Engagement. Das letztere sage ich bewusst in Anspielung auf das Jahr 2011, als wir die Gründung der Krupp'schen Gussstahlfabrik vor 200 Jahren feiern konnten, und ich sage das auch in Anspielung auf das Jahr 2010, als die Krupp-Stiftung der Stadt das neue Museum Folkwang schenkte.

Meine Damen und Herren, das alles sind Pfunde, mit denen wir wuchern können und mit denen wir auch Zukunft gestalten können. Im Kulturhauptstadtjahr 2010 haben wir die Chance genutzt, so dass über das Leitthema Kultur genau diese Potenziale von Stadt und Region nationale und auch internationale Aufmerksamkeit bekamen. Viele Interessierte haben sich aufgemacht, um Essen und das Ruhrgebiet zu besuchen und abseits alter Vorurteile neu kennenzulernen. Aber trotz dieses guten Fundaments gilt die Frage, wie wir auf die schon zitierten stark veränderten Rahmenbedingungen reagieren müssen und wie wir dafür sorgen können, dass unsere Stadt und unsere Region zukunfts- und wettbewerbsfähig bleiben. Bezogen auf die Stadt Essen ist eine Zukunftsbeschreibung unserer Stadt und eine entsprechende Strategie vonnöten, die von den Menschen getragen werden muss. Denn ohne das Zutun der Menschen vor Ort wird jede noch so gute Strategie zur zukünftigen Entwicklung einer Stadt zum Scheitern verurteilt sein.

Wir haben uns daher in Essen entschieden, noch in den nächsten Monaten mit den Einwohnerinnen und Einwohnern, den Unternehmen und Organisationen in einem moderierten Diskussionsprozess gemeinsam eine solche Strategie zu entwickeln. So wollen wir daran arbeiten, dass sich unsere Stadt auf dem Weg in das Jahr 2030 für die jetzt und später hier lebenden Menschen attraktiv weiter entwickelt, in dem genannten Sinne noch wettbewerbsfähiger wird und damit auch zukunftsfähig bleibt.

Meine Damen und Herren, vor diesem Hintergrund ist die heutige Veranstaltung mehr als spannend. Ich bin sicher, dass Sie viele interessante und innovative Ansätze diskutieren werden,

Ladies and gentlemen, Essen is a place with great potential and therefore a good basis for both current and future developments. Our city is an economically powerful location that has grown historically and is situated at the centre of the Ruhr Area with its 5.2 million people. Several major corporations have their headquarters in Essen, and – like in the entire region – we have very healthy small and medium-sized businesses that act as an engine for the creation of jobs, for innovation and for economic strength. We have an excellent educational landscape with a full spectrum of facilities, from nursery schools to higher education. This includes a broad range of schools – now even an international school – as well as good further education facilities for lifelong learning. Essen is a university town and an attractive city with cultural facilities that offer the highest standards on a national and international scale. Moreover, Essen has excellent local recreational facilities: Not many people may be aware that Essen is one of the greenest cities in Germany! This has encouraged us to join other cities in our region and to take part in the EU contest for the 2014 Green Capital City.



REINHARD PASS, OBERBÜRGERMEISTER DER STADT ESSEN  
REINHARD PASS, MAYOR OF THE CITY OF ESSEN

People in our city are kind, open-minded and hospitable. They enjoy being helpful and supportive, and they love Essen's quality of life – a city with a traditionally high level of civic and entrepreneurial commitment. I am deliberately saying this as an allusion to the year 2011, when we celebrated the foundation of the Krupp cast steel plant 200 years ago, and also the year 2010, when the Krupp Foundation presented the city with the new Museum Folkwang.

Ladies and gentlemen, all these are assets which we can use to good effect and which can help us to shape the future. During our year as a Capital of Culture in 2010 we made good use of our opportunities, so that the guiding theme of culture and thus the cultural potential of Essen and the wider region received both national and international attention. Large numbers of visitors came to Essen and the Ruhr Area, wanting to explore this region with a fresh mind and forgetting old prejudices. Yet despite this good foundation it is legitimate to ask how we should respond to the changes in conditions which I mentioned earlier and how we can ensure that our city and our region will remain forward-looking and competitive. Where Essen is

die – und jetzt formuliere ich die Eingangsfrage in eine Antwort um – dazu führen werden, dass Europa im Spannungsfeld globalisierter Ökonomien, technologischer Innovationen sowie kultureller Tradition und Erfahrung zukunfts- und wettbewerbsfähig bleibt. Dabei wünsche ich viel Erfolg und Ihnen allen ein herzliches Glück Auf!

Anschließend meldete sich **Nicolas Seydoux** zu Wort, der Präsident des Forum d'Avignon. Seine kurze Begrüßung war ein Plädoyer für die Kultur, deren Protagonisten keine Bettler vor den Finanziers seien. Und ein Plädoyer für Optimismus, gegründet auf eben das, was Kulturschaffende zum Prozess des Wandels beizutragen haben: „Kultur ist die Essenz des Optimismus“.

## NICOLAS SEYDOUX

Präsident des Forum d'Avignon

*Ich bin stolz und fühle mich geehrt, dass das Ruhrgebiet die „Braut“ des Forum d'Avignon geworden ist. Diese Ehe zwischen Avignon, der Stadt der Päpste im Mittelalter, und dem Ruhrgebiet, dem wichtigsten europäischen Industriezentrum des 20. Jahrhunderts, mag auf den ersten Blick ein wenig ungewöhnlich erscheinen. Wir sind jedoch überzeugt, dass sich diese Verbindung für die Akteure im Ruhrgebiet und in Avignon als positiv erweisen wird. Warum? Weil Kultur in der Regel jenen vorbehalten ist, die für die Kultur zuständig sind, wohingegen Unternehmen und Unternehmer Kultur gemeinhin als optio-*

NICOLAS SEYDOUX, PRÄSIDENT DES FORUM D'AVIGNON  
NICOLAS SEYDOUX, CHAIRMAN OF THE FORUM D'AVIGNON



*concerned, we clearly need a future vision for our city and a suitable strategy that must be carried by its people. Unless local people get involved, any strategy for future development, no matter how good it may be, is doomed to failure.*

*Here in Essen we therefore decided to develop such a strategy over the next few months, working with our citizens, companies and organisations, and to engage in a coordinated discussion process. On our road towards 2030 we want to ensure that Essen continues to become increasingly attractive for the people who live here, both now and in the future, and that it becomes even more competitive and thus also forward-looking in the sense described earlier.*

*Ladies and gentlemen, set against this background, our meeting today is more than exciting. And so I would now like to rephrase my original question as an answer and express my confidence that you will be discussing many interesting and innovative ideas, ensuring that Europe will continue to be both forward-looking and competitive within that field of tension between globalised economies, technological innovations and cultural traditions and experiences. I would like to wish all of you plenty of success and a heartfelt "Glückauf" – the traditional German miners' blessings.*

Next, an address was given by **Nicolas Seydoux**, the Chairman of the Forum d'Avignon. His brief welcoming address was a plea for culture, emphasising that its protagonists are not beggars asking for money from financiers. It was also a plea for optimism, based on the important contribution that cultural workers can make to the process of transformation. "Culture is the essence of optimism".

## NICOLAS SEYDOUX

Chairman of the Forum d'Avignon

*I am greatly honoured and proud to be here and that we can have the Ruhr as the "bride" of the Forum d'Avignon. This wedding may seem somewhat bizarre between Avignon, once the city of the Popes during the Middle Ages, and the Ruhr the most important European industrial centre of the twentieth century. However, we think that it is an excellent engagement for those in charge of the Ruhr and those in charge of Avignon. Why? Because culture is generally reserved for those in charge of culture, while business people tend to see culture as an optional extra which they fund if they have enough money to do so. Our message to the world – which is rather a pessimistic world at the moment – is that culture and creativity are essentially optimistic. Giving birth to something is to believe in life, and we, at the Forum d'Avignon Ruhr, believe in the future. I am not going to give a talk right now, because – unfortunately for you – I'll be speaking twice today. So, at this point, the only message I would like to pass on is that I hope we will be able to show that people who are active in the cultural sphere are not beggars before financiers. I hope you'll have an excellent Forum!*

This was followed by **Prof. Dieter Gorny**, Managing Director of ecce GmbH. He, too, argued that "culture needs to be moved out of the ornamental mindset and must be taken into the centre of the debate", with the Forum d'Avignon Ruhr as a central intellectual venue that will continue to provide tangible stimuli.

*nales Extra betrachten, das finanziert wird, wenn genug Geld vorhanden ist. Unsere Botschaft an die Welt – die sich derzeit eher pessimistisch darstellt – lautet, dass Kultur und Kreativität im Grunde ihres Wesens Optimismus in sich tragen. Etwas Neues zu begründen bedeutet, an das Leben zu glauben, und wir – das Forum d'Avignon Ruhr – glauben an die Zukunft. Ich möchte meine Begrüßung kurz fassen, denn ich werde heute zweimal zu Ihnen sprechen. Daher möchte ich an dieser Stelle nur eines betonen: Ich hoffe, dass wir es schaffen werden zu zeigen, dass die Akteure im kulturellen Sektor im Verhältnis zu den Geldgebern und Investoren keine Bittsteller sind. Ich wünsche Ihnen ein erfolgreiches Forum!*

Es folgte die Begrüßung durch Prof. Dieter Gorny, Geschäftsführer der ecce GmbH. Auch er plädierte dafür, "die Kultur aus dem ornamentalen Denken in das Zentrum des Diskurses zu bringen", mit dem Forum d'Avignon Ruhr als zentralen Denkort, von dem künftig weithin sichtbare Impulse ausgehen.

## PROF. DIETER GORNY

Geschäftsführer european centre for creative economy

*Wir leben in einer Zeit des Umbruchs. Vor kurzem noch habe ich mit großem Interesse zur Kenntnis genommen, was der in Bochum lehrende Metropolenforscher Professor Butzin gesagt hat: Die Umbrüche, die wir erleben, ökonomisch-finanzieller, technologischer, ökologischer Art, sind in ihrem Zusammenballen und in ihrer Gleichzeitigkeit der Transformationsprozesse schon etwas Besonderes, wenn nicht einzigartig in der Geschichte. Die Entwicklungen, gerade auch im technologischen Bereich, waren noch nie so schnell und so tiefgreifend. Wir stellen die Frage und sind auch überzeugt davon, dass es die richtige Frage ist: Welche Rolle spielen Kunst und Kultur in diesen Veränderungsprozessen, die ja auch gesellschaftliche Prozesse sind und deshalb die Form unseres Zusammenseins im Grundsätzlichen berühren?*

*Wir stellen diese Frage nicht nur, weil wir hier in einer Region sind, die deutlich sichtbar macht, dass Transformationsprozesse eine Herausforderung sind, um Zukunft zu sichern und Fortschritt zu gestalten. Aber diese Frage – und das haben wir im Rahmen der Kulturhauptstadt ja nur zu deutlich gelernt – ist auch eine europäische Frage. Sie betrifft diesen ganzen Kontinent mit seiner Tiefe an Kultur, mit seiner Tiefe an Wissen und seiner Positionierung im globalen Wettbewerb. Wir wollen versuchen, Antworten zu finden.*

*Wir wollen diese Idee des Forum d'Avignon in unsere Region transportieren und für sie einen Denk- und Lernort schaffen, von dem weithin sichtbare Impulse ausgehen. Diese neue Kooperation ist uns sehr wichtig. Wir finden, das Forum d'Avignon Ruhr ist eine sehr spezielle Form von „Nachwuchs“, eine sehr spannende Kombination im Miteinander der Tradition in Avignon und der Tradition hier an der Ruhr. Beides sind kulturelle Traditionen, wenn auch verschiedene. Vor diesem unterschiedlichen Hintergrund wollen beide zusammen das eine: nämlich Zukunft gestalten und Kultur herausbringen aus dem ornamentalen Denken ins Zentrum des Diskurses. Und dann sind es nicht nur ornamentale Fragen, künstlerische Fragen, sondern eben auch ökonomische Fragen, ökologische Fragen und vor allem technologische Fragen, über die wir sprechen. In diesem Sinne wünsche ich Ihnen und uns einen spannenden Tag, eine spannende Premiere und viele Erkenntnisse. Vielen Dank!*



DIETER GORNY, GESCHÄFTSFÜHRER VON ECCE  
DIETER GORNY, MANAGING DIRECTOR OF ECCE

## PROF. DIETER GORNY

Managing Director of the european center for creative economy

*We live in a time of radical change. Not long ago I learnt an important and very interesting truth from Prof. Butzin, an urban researcher at the University of Bochum: The radical changes we are experiencing – economic/financial, technological and ecological changes – are something very special because of their simultaneous occurrence in space and time. They may even be unique in history. Recent developments, especially in technology, have never been so rapid and profound. We would like to ask the following question and are confident that this is the right question: What is the role of art and culture in these transformation processes? After all, they are also social processes with a fundamental impact on the way we interact.*

*One reason why we are asking this question is that transformations are a challenge to secure our future and to shape progress. We live in a region where this is clearly in evidence. At the same time, however – and this is something we learnt very clearly as a Capital of Culture – it is also a European question. It concerns the entire continent with its depth of culture, its depth of knowledge and its position in the global market. We want to try and find answers.*

*We want to pick up this idea of the Forum d'Avignon and carry it into our own region, so that the Ruhr becomes another intellectual venue and a place of learning that will provide stimuli which can then be perceived far and wide. This new joint venture is important to us. We believe that the Forum d'Avignon Ruhr is a very special form of "junior talent", a highly exciting combination of two traditions, the one in Avignon and our own on the Ruhr. Both are cultural traditions, albeit different ones. Set against these different backgrounds and working together, we both want to achieve the same thing: to shape the future and to move culture out of an ornamental mindset into the centre of the debate. The questions we ask are therefore not just about ornamentation or art, but they concern business, the environment and above all technology. With this in mind, I am hopeful that we will all have an exciting day, an exciting premiere and plenty of new ideas. Thank you very much.*

# PERSPEKTIVEN DER BUNDES- UND LANDESREGIERUNG

ERÖFFNUNGSREDEN

## PROSPECTS OF THE GERMAN FEDERAL AND STATE GOVERNMENTS

OPENING SPEECHES

Auf die kurzen Begrüßungen folgten zwei Eröffnungsreden, mit denen hochrangige Vertreter der deutschen Bundesregierung und des gastgebenden Bundeslandes deutlich machten, wie sehr sich die deutsche Politik auf Bundes- wie Landesebene mit den Zielen dieses Zukunftsprozesses identifizieren – und welche Impulse sie von den Referaten und Debatten des Forum d'Avignon Ruhr erwarteten.

Zunächst sprach **Hannelore Kraft**, Ministerpräsidentin des Landes Nordrhein-Westfalen. „Es ist gut, dass Sie hier tagen“, sagte sie den Besuchern. Sie warf einen kurzen Blick zurück und auf Beispiele dafür, wie Kultur sich an der Ruhr und in anderen Regionen bereits als „Motor des Wandels“ bewiesen habe. Die Ministerpräsidentin unterstrich, was schon Nicolas Seydoux und Dieter Gorny über die Rolle der Kultur gesagt hatten: Nicht „Sahnehaube obendrauf“ solle sie sein, so Kraft, sondern „Hefe im Teig“.

### HANNELORE KRAFT

Ministerpräsidentin des Landes Nordrhein-Westfalen

*Ich freue mich, dass wir die Gelegenheit haben, das Forum d'Avignon hier in Nordrhein-Westfalen genießen zu können. Das ist eine einzigartige Dialogplattform, und es ist schön, dass ich Sie hier begrüßen darf.*

*Das Thema ist deshalb so interessant, weil wir in Nordrhein-Westfalen zurzeit intensiv nachdenken: Wie kann man den Dialog zwischen den kreativen Menschen in unserem Land, zwischen den Wirtschaftsvertretern, der Politik und auch der Wissenschaft erfolgreich organisieren und daraus neue Impulse für eine Zukunftsstrategie unserer Region entwickeln?*

The welcoming addresses were followed by two opening speeches in which high-ranking representatives of the German federal government and of the host state (North Rhine-Westphalia) showed clearly how much they identified with the aims of this future-shaping process and what kind of stimuli they were expecting from the talks and debates at the Forum d'Avignon Ruhr.

The first one to take the floor was **Hannelore Kraft**, the Premier of the German federal state of North Rhine-Westphalia. "I'm glad you're having your conference here," she said to the audience. She then gave a brief review, with examples of how culture had already proved to be an "engine of change" on the Ruhr and in other regions. The Premier underlined what Nicolas Seydoux and Dieter Gorny had said about the role of culture: that culture is not the "icing on the cake", says Hannelore Kraft, but the "yeast in the dough".

### HANNELORE KRAFT

Premier of the State of North Rhine-Westphalia

*I'm pleased that we can all enjoy this opportunity to come to the Forum d'Avignon here in North Rhine-Westphalia. It is a unique platform for dialogue, and it is good to welcome you here.*

*The reason why this topic is so interesting is that we are currently going through an intensive thought process in North Rhine-Westphalia, asking ourselves how one might successfully bring about dialogue in our state between creative people and representatives of the business community, the world of politics and academia, and how we can do so in a way that will produce new stimuli for a future strategy in our region.*



*Es ist gut, dass Sie hier tagen. Weltkulturerbe Zeche Zollverein – ich glaube, es gibt keinen besseren Tagungsort für Sie in der Region. Wo früher Kohle gefördert wurde, geht es jetzt um Kreativität und Kultur. Seit 2001 ist die Zeche Zollverein Weltkulturerbe. Viele Millionen Besucher kommen jedes Jahr, um sich den Wandlungsprozess auf Zollverein und in der Stadt anzuschauen. Zum Beispiel: In dem modernen Gebäude, in dem Sie heute tagen, arbeitet die Folkwang Universität mit dem Fachbereich Design. Nur wenige Kilometer von hier ist das Museum Folkwang, das 2010 durch eine großzügige Spende der Krupp-Stiftung einen phantastischen Neubau von David Chipperfield erhalten hat.*

*Diese Beispiele stehen sinnbildlich für die Strategie, die in dieser Region entwickelt worden ist: Wandel durch Kultur – Kultur durch Wandel. Seit über 20 Jahren arbeitet das Ruhrgebiet an einer grundlegenden Erneuerung. Und das mit Erfolg. Das Ruhrgebiet, die Region, die Ende der 80er Jahre manche für verloren hielten, ist wieder da. Und eine wichtige Grundlage für diesen Erfolg hat ein großes Projekt gelegt, nämlich die Internationale Bauausstellung IBA Emscher Park. Die IBA, in deren Rahmen auch der Industriekulturstandort Zollverein entstand, brachte um 1980 völlig neue, interdisziplinäre Impulse zur Regionalentwicklung. Sie zeigte, wie Umweltschutz, Städtebau, Wirtschaftsförderung, Wissenschaft, Kunst und Kultur miteinander verzahnt werden können.*

*Das Kulturfestival Ruhrtriennale, und ganz besonders die erfolgreiche Kulturhauptstadt 2010 sind beispielhaft Meilensteine dieses wichtigen und erfolgreichen Weges geworden. Auf diesem Weg hat sich die Region verändert. Es ist eine Region der Vielfalt geworden, mit innovativen Technologie- und Wissenschaftszentren, mit einer wunderbaren Kulturlandschaft, die einzigartig ist, und*

*So I'm glad you're having your conference here. I'm sure there is no better conference venue for you in this region than the Zollverein Colliery, which is a World Heritage site. A place where coal was extracted at one time has now become the venue for talking about creativity and culture. The Zollverein Colliery has been a World Heritage Site since 2001. Year after year it is visited by many millions of visitors wanting to see the transformation process at this site and in our city. For instance: The modern building where you are holding this conference is the home of the Design Department of the Folkwang University. Only a few kilometres from here is the Museum Folkwang which received a generous donation from the Krupp Foundation, enabling it to erect a new building, designed by David Chipperfield.*

*These examples symbolise the strategy which we have developed for this region: Change through Culture – Culture through Change. For over 20 years the Ruhr Area has been working towards its fundamental renewal. And it has been successful. The Ruhr is back on the map – a region which, in the 1980s, many people had written off as dead. One major foundation of this success was a big project called the Emscher Park International Building Exhibition (IBA). The IBA, which also included the Zollverein Colliery as a venue for industrial culture, added some totally new interdisciplinary stimuli to our regional development. It showed us how to create close links between environmental protection, urban planning, economic development, science, art and culture.*

*The cultural festival Ruhrtriennale, and particularly the successful year of our region as a European Capital of Culture in 2010 were exemplary milestones along this important*



HANNELORE KRAFT, MINISTERPRÄSIDENTIN DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN  
HANNELORE KRAFT, PREMIER OF THE STATE OF NORTH RHINE-WESTPHALIA

and successful journey. Moving along this route, the region has changed. It has become a region of great diversity, with innovative centres of technology and science, an amazing cultural landscape that is truly unique and the densest university landscape in the world. Moreover, it has had a lasting effect on the region's image. This, at least, was the result of a recent study: Outsiders apparently see this former mining area as more friendly and more diverse than in the past. A survey in 2008 showed that only 2% of Germans associated the word "culture" with the Ruhr Area. Coal still occupied first place – at 53%, – although very little coal had been extracted here for quite some time. A more recent survey showed that 10% are now associating the area directly with culture. Coal still comes first, but only at 34%.

It shows that the region has achieved a lasting and unparalleled transformation. Not all changes have been successful, of course, and neither can this be said of all the projects that were developed in this context. We still have some major problems and are facing important challenges: Our high levels of unemployment and our environmental, economic and social problems cannot be dismissed as irrelevant. We still need new stimuli and of course new developments. And we are well aware that we will need a lot of stamina for it. This is why we are trying to explore and initiate new projects. One of them is quite close: the Innovation City project in Bottrop. It involves the ecological redesign of an entire district, using its existing buildings. Anyone can design energy buildings and good energy schemes for new buildings. But what are we going to do in Europe and throughout the world in regions with large numbers of residential legacy units? How are we going to the develop them? It's a fascinating project, and we're still only at the beginning.

Another project we are planning in North Rhine-Westphalia is Climate Expo. This is a long-term project for the future and one that does not involve specifying an area as exhibition space and then setting up an exhibition in the usual sense of the word. Rather, we want to show what this region has to offer in terms of ecology and climate protection – in all the various companies, towns and cities of the Ruhr and also in technology. We want to demonstrate to the world what kind of efficient technologies have been developed here, and indeed out of necessity, because the sky above the Ruhr was far from blue at one time. But it is a long-term project which will undoubtedly keep us occupied for a number of years yet.

One important element in the renewal of the Ruhr Area is still the Folkwang idea. I am talking about the early 20th-century manufacturer and art patron Karl-Ernst Osthaus in Hagen who wanted to revitalise the Ruhr Area through art and culture. This was far from common at the time – to put it mildly. He was the one who coined the slogan: "Change through Culture – Culture through Change", which later became the motto of the Capital of Culture. These words describe an amazing perspective whereby culture is seen as an engine of transformation – not the icing on the cake, but the yeast in the dough. This is what can and will change the region and, more widely, regions throughout Europe. Culture can be very much part of the good economic development of an entire area.

Much of this is clearly at the focus of your conference, and I am therefore hoping to receive new stimuli. A lot has happened

mit einer der dichtesten Hochschullandschaften der Welt. Das Image hat sich auch darüber nachhaltig verändert. Zu dem Ergebnis kommt zumindest eine neuere Studie: Die Sicht von außen auf das „Revier“, wie wir sagen, ist freundlicher, ist vielfältiger geworden. Bei einer Umfrage 2008 kam gerade einmal 2 Prozent der Deutschen das Wort Kultur in den Sinn, als sie danach gefragt wurden, was sie denn mit dem Ruhrgebiet verbinden. Platz 1 war immer noch die Kohle mit 53 Prozent, obwohl hier schon lange nur noch sehr wenig Kohle gefördert wird. Die jüngste Umfrage ergab: Mittlerweile denken 10 Prozent direkt an Kultur. Erster Platz ist immer noch Kohle, aber nur noch mit 34 Prozent.

Das zeigt, dass diese Region sich wie keine andere nachhaltig verändern konnte. Es sind nicht alle Anpassungsprozesse gelungen, es ist nicht jedes einzelne Projekt erfolgreich gewesen, das in diesem Zusammenhang entwickelt worden ist. Wir haben immer noch große Probleme und stehen vor wichtigen Herausforderungen: Hohe Arbeitslosenzahlen, ökologische, wirtschaftliche, soziale Probleme, die man nicht kleinreden kann. Es braucht immer noch neue Impulse, es braucht immer noch neue Entwicklungen. Und für diesen Prozess, das wissen wir, brauchen wir einen langen Atem. Deshalb haben wir versucht neue Projekte anzudenken und auf den Weg zu bringen. Eins davon ist ganz hier in der Nähe: Das Projekt „Innovation City“ in Bottrop. Ein ganzer Stadtteil wird ökologisch umgebaut – im Bestand. Niedrigenergiehäuser, gute Energiekonzepte bei Neubauten – das kann jeder. Aber was machen wir eigentlich überall in Europa und der Welt in den Regionen, wo wir große Wohnungs-Bestände haben, wie entwickeln wir die eigentlich fort? Ein faszinierendes Projekt, bei dem wir gerade erst am Anfang stehen.

Und vorgenommen haben wir uns in Nordrhein-Westfalen auch eine Klima-Expo. Ein lang angelegtes Zukunftsprojekt. Es geht nicht darum, ein Expo-Gelände auszuweisen und sozusagen eine Ausstellung im eigentlichen Sinne zu organisieren, sondern es geht darum zu zeigen, was diese Region beim Thema Ökologie, beim Thema Klimaschutz zu bieten hat. In den einzelnen Unternehmen, in den Kommunen des Ruhrgebiets, bei der Technologie. Welche Effizienztechnologien hier entwickelt worden sind, aus der Not heraus, weil der Himmel über der Ruhr eben früher nicht blau war, das wollen wir der Welt zeigen. Aber es ist ein lang angelegtes Projekt, das uns sicherlich noch einige Jahre beschäftigen wird.

Ein wichtiger Baustein für die Erneuerung des Ruhrgebiets bleibt die Folkwang-Idee. Es war der Kunstmäzen Karl-Ernst Osthaus, der schon zu Beginn des 20. Jahrhunderts, als Hagener Fabrikant damals, die Ruhrregion durch Kunst und Kultur beleben wollte. Das war damals nicht gerade üblich, um es vorsichtig zu formulieren. Er hat auch den Satz geprägt: „Wandel durch Kultur – Kultur durch Wandel“, später das Motto der Kulturhauptstadt. Es beschreibt die faszinierende Sichtweise, dass Kultur der Motor des Wandels sein kann – eben nicht die Sahnehaube obendrauf, sondern die Hefe im Teig. Das ist das, was eine Region, was Regionen in Europa verändern kann und verändern wird. Kunst als Bestandteil auch einer guten wirtschaftlichen Entwicklung einer ganzen Region.

Vieles davon steht bei Ihrer Tagung hier im Mittelpunkt, und ich erhoffe mir neue Impulse. Vieles ist geschehen, aber wir müssen weiter vorankommen. Wir müssen zeigen, dass dieses Konzept auch anderswo in Europa trägt. In anderer Ausgestaltung, mit anderen Projekten. Ich glaube, dass eine Menge Potenzial darin liegt, dass wir alle, wir Politiker gemeinsam mit Wirtschaftsexperten, Wissenschaftlern, Künstlern und Kulturschaffenden, dass wir nicht mehr nur in unseren Bereichen isoliert arbeiten, sondern gemeinsam mit unserer Kraft und unseren Gedanken an diesem Wandel arbeiten. Dann können wir nicht nur eine Region, nicht nur ein Land, sondern ganz Europa voranbringen. Das, und nicht weniger, wünsche ich mir von dieser Tagung, und dazu sage ich von meiner Seite „Glück Auf!“. Bringen Sie uns neue Impulse! Vielen Dank!

Die Sympathie der deutschen Bundesregierung für das Forum d'Avignon Ruhr demonstrierte **Günter Winands**, Ministerialdirigent beim Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (bekannter unter der Bezeichnung „Kulturstaatsminister“). Winands wies auf die große volkswirtschaftliche Bedeutung hin, welche die Kultur- und Kreativwirtschaft schon jetzt in Deutschland erlangt habe. Um diesen Erfolg nachhaltig zu sichern und fortzuschreiben, müssten Kultur und Wirtschaft „auch in der Politik an einem Strang ziehen“. Eine große Chance zur „Demokratisierung von Kultur“ sah der Redner in der Digitalisierung und elektronischen Verbreitung kultureller Inhalte. Einen guten Teil seiner Rede widmete Winands der Frage, ob und wie das geistige Eigentum der Urheber im Zeitalter des Internets und der Digitalisierung geschützt werden kann – ein hochaktuelles Thema, das im weiteren Verlauf der Essener Konferenz noch eine große Rolle spielen sollte. Günter Winands ließ an seinem Standpunkt keinen Zweifel. Raubkopien aus dem Internet seien kein Kavaliersdelikt auf Kosten reicher Riesenkonzerne; „ohne die Wertschätzung für das kreative Schaffen laufen wir Gefahr, langfristig tausende Arbeitsplätze in der Kultur- und Kreativwirtschaft zu verlieren.“

already, but we must continue to move forward. We need to demonstrate that this model is equally sustainable elsewhere in Europe – in different forms and with different projects. I am confident that a large amount of potential can be released if all of us – politicians, economists, scholars, artists and cultural workers – stop working in isolation within our own disciplines but if we pool our resources and work together on this transformation, using all our energy and all our intellectual strength. This will enable us to achieve progress not only for one region or for one federal state in Germany, but for the whole of Europe. This – and no less – is what I would like to see as the outcome of this conference and so I would like to conclude with the Germans miners' blessing: "Glück Auf!" Do please give us lots of new stimuli! Thank you very much.

The supportive attitude of the German government for the Forum d'Avignon Ruhr was demonstrated by **Günter Winands**, Undersecretary of the German Government Commissioner for Culture and the Media (perhaps better known as the "Minister of Culture"). Winands drew attention to the enormous significance achieved so far by the creative and cultural sector in Germany. To secure the long-term success and sustainability of this sector, it is vital that culture and business should "also pull in the same direction in politics". He believes that the digitisation and electronic propagation of cultural content offers great opportunities for putting culture on a broader and more democratic basis. Winands devoted a good part of his talk to the question whether and how the intellectual property of a copyright holder can be protected in our digital internet age – a highly topical issue which subsequently played a major role during the remaining conference. Günter Winands expresses his view very clearly: Pirate copies from the internet are by no means trivial offences at the expense of some rich mega companies; "If we do not value creative work, then, in the long term, we risk losing thousands of jobs in the cultural and creative sector."

GÜNTER WINANDS, MINISTERIALDIRIGENT BEIM BEAUFTRAGTEN DER BUNDESREGIERUNG FÜR KULTUR UND MEDIEN  
GÜNTER WINANDS, UNDERSECRETARY AT THE FEDERAL GOVERNMENT COMMISSION FOR CULTURE AND THE MEDIA



## GÜNTER WINANDS

Ministerialdirigent beim Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien

Zunächst darf ich Ihnen die herzliche Grüße von Kulturstaatsminister Neumann ausrichten, der gerne heute hier gewesen wäre, aber schon vor längerer Zeit seine Teilnahme an der Grundsteinlegung eines neuen Dokumentationszentrums zur NS-Diktatur in München zugesagt hat.

Meine Damen und Herren, noch vor wenigen Jahren trennte Kunst, Kultur und Wirtschaft eine tiefe Kluft: Berührungsgängste mit der Ökonomie auf der einen Seite, Vorbehalte gegen eine vermeintlich unproduktive, brotlose Kunst auf der anderen Seite. Heute wiederum ist es selbstverständlich, Kunst, Kultur und Wirtschaft ohne zu zögern in einem Atemzug zu nennen. Die Digitalisierung und das Internet beschleunigen diese Annäherung von Kultur und Wirtschaft.

Trotz aller Auseinandersetzungen auch der jüngsten Zeit über das Internet bleibt festzustellen: In der sich ständig verändernden digitalen Welt des Internets liegen enorme Chancen für die Wirtschaft, für die Wohlfahrt und den Fortschritt in unserem Land, und auch für die Entwicklung und Stärkung von Kunst und Kultur. Deshalb sind wir auch heute hier auf der Zeche Zollverein zusammengekommen. Die Zeche Zollverein ist nicht nur ein beeindruckendes Weltkulturerbe. Sie steht spätestens seit 2010, wie auch Frau Ministerpräsidentin Kraft gerade ausgeführt hat, seit Ausrichtung der Kulturhauptstadt Europas genauso als Symbol für den Wandel, steht für die erfolgreiche Anpassung einer alten Industrieregion, geprägt von Kohle und Stahl, an die Anforderung moderner Wissensgesellschaften.

Inzwischen ist das Ruhrgebiet ein dynamischer und bedeutender Standort insbesondere auch der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland, und dazu hat sicherlich auch die erfolgreiche Kulturhauptstadt Europas 2010 beigetragen. Diese hat im Übrigen der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien mit rund 19 Mio. Euro nicht unerheblich gefördert. Und als ehemaliger Schulstaatssekretär von Nordrhein-Westfalen erinnere ich hier gerne daran, dass zudem mit Hilfe der Kulturstiftung des Bundes ein ganz beeindruckendes Projekt, nämlich „Jedem Kind ein Instrument“, im Kulturhauptstadtjahr auf dem Weg gebracht werden konnte.

Die Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft haben sowohl kulturell als auch wirtschaftlich eine große Bedeutung für unser Land. Sie sind einer der Innovationsmotoren Deutschlands, dessen Leistungskraft weit in andere, auch eher kulturferne Branchen der Gesamtwirtschaft wirkt. Dies hat auch die Europäische Kommission erkannt. Sie hat den Entwurf für ein neues Förderprogramm, das ab 2014 gelten soll, unter dem Namen „Kreatives Europa“ vorgelegt. Ein europäischer Bürgerschaftsfonds soll Kredite an Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft absichern. Kulturstaatsminister Neumann, der Deutschland im EU Kultur- und Medienrat vertritt, hat diesen Vorschlag der Kommission bereits nachdrücklich in diesem Gremium unterstützt. Mit einem solchen kulturwirtschaftlichen Bürgerschaftsfonds könnte insbesondere für die vielen Kleinunternehmer der Kultur- und Kreativwirtschaftsbranche, die nicht selten über Probleme bei der privaten Bankenfinanzierung klagen, mit überschaubarem Mitteleinsatz relativ viel erreicht werden.

## GÜNTER WINANDS

Undersecretary at the Federal Government Commission for Culture and the Media

First of all, I would like to bring warm greetings from Mr. Neumann, the Minister of Culture. He would have loved to be here today but had already committed himself quite a while ago to take part in a ceremony in Munich where the cornerstone is currently being laid for a new documentation centre on the Nazi dictatorship.

Ladies and gentlemen, only a few years ago art, culture and business were separated by an enormous gulf: profound reservations towards economic considerations on the one side, and suspicions towards art as a supposedly unproductive and unprofitable activity on the other. Nowadays, however, it has become very common to mention art, culture and business in the same breath and without any hesitation. This convergence of culture and business is being accelerated by our digital age and the internet.

Although the internet has caused a lot of controversy, even recently, it is still true to say that the continually changing digital world of the internet offers enormous opportunities for business, welfare and progress within North Rhine-Westphalia and also as a way to develop and strengthen art and culture. This is one reason why we have come together at the Zollverein Colliery, which is far more than an impressive World Heritage site. As Mrs. Kraft, the Premier of North Rhine-Westphalia, has just shown in her talk, the colliery is a symbol of transformation – a role which it acquired quite early in the development, in 2010, our year as a Capital of Culture. It stands for successful change in an old industrial region that was once dominated by coal and steel but has successfully adapted to the needs of our modern knowledge societies.

Since then the Ruhr Area has become a dynamic and important location, especially for Germany's cultural and creative sector, a development which was undoubtedly helped by its successful year as a Capital of Culture in 2010. This project, incidentally, had received substantial support from the German Government Commissioner for Culture and Media, at approximately 19 million euros. As a former Secretary of State for Schools in North Rhine-Westphalia I am happy to remind all of us that the Cultural Foundation of the German Government helped to initiate an impressive project during the Capital of Culture year, entitled "An Instrument for Every Child".

Companies in the cultural and creative sector are of immense importance to our federal state, both culturally and economically. They are some of Germany's engines of innovation whose economic potential has had far-reaching effects on other sectors of industry – sectors which normally have no involvement in culture at all. This has also been recognised by the European Commission which submitted a draft for a new sponsorship scheme from 2014 onwards, entitled Creative Europe. Loans to companies in the cultural and creative sector are to be secured by a European guarantee fund. Neumann, the Minister of Culture who represents Germany on the EU Culture and Media Council, has expressly supported the proposal on this committee. A cultural business fund of this kind could be of special benefit to many small companies in the cultural and creative sector, firms which frequently complain about funding problems through private banks. After all, quite a lot could be achieved with a relatively manageable amount of money.



In Deutschland liegt die Kultur- und Kreativwirtschaft, darauf kann man eigentlich nicht oft genug hinweisen, gemessen an ihrer volkswirtschaftlichen Bedeutung etwa zwischen der deutschen Automobilindustrie und der chemischen Industrie. Jährlich erwirtschaften die rund 240.000 vor allem kleinen Unternehmen der Kreativbranche mit etwa 1 Mio. Erwerbstätigen rund 131 Mrd. Euro. Gerade diese das Bild prägenden vielen kleinen und kleinsten Unternehmen haben sich auch in wirtschaftlichen Krisenzeiten als äußerst robust erwiesen. Sie sind zum großen Teil besser durch die letzte Krise gekommen als die Unternehmen anderer Branchen.

Um künstlerisches und kreatives Schaffen in Deutschland zu stärken und die wirtschaftlichen Potenziale auszuschöpfen, hat die Bundesregierung vor gut vier Jahren eine Initiative „Kultur- und Kreativwirtschaft“ ins Leben gerufen. Dies hat Staatsminister Neumann gemeinsam mit dem Bundeswirtschaftsminister getan, und dies zeigt, dass eine nachhaltige Politik für die Kultur- und Kreativwirtschaft heute nur möglich ist, wenn Kultur und Wirtschaft auch in der Politik an einem Strang ziehen.

In wenigen Branchen spielt die Digitalisierung eine derart zentrale Rolle wie in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Deren Unternehmen leben von kreativen Inhalten, die zunehmend digitalisiert und dadurch über das Internet grundsätzlich grenzenlos verteilt werden können. Darin liegt ein riesiges Potenzial für Künstler und Kulturschaffende wie auch für unsere Gesellschaft. Die Bundesregierung begleitet und gestaltet den Prozess der Digitalisierung künstlerischer und kultureller Inhalte nach Kräften.

Ich darf ein herausragendes Beispiel herausstellen – die Deutsche Digitale Bibliothek, die derzeit gemeinsam mit den Bundesländern errichtet wird. Sie soll die digitalen Bestände aller 30.000 Kultur- und Wissenschaftseinrichtungen aus ganz Deutschland in einem zentralen Portal zugänglich machen. Damit entsteht ein gigantisches kulturelles Schaufenster Deutschlands und eine bis dahin nicht gekannte Form der Demokratisierung von Kultur. Der Aufbau ist weitgehend geschafft. Ganz wichtig ist nun, dass wir diese Deutsche Digitale Bibliothek mit Inhalten füllen. Und dies ist eine Aufgabe, die Bund, Länder und Kommunen, die Träger der Kultureinrichtungen noch vor ganz gewaltigen Herausforderungen stellen wird.

Ein weiteres aktuelles Beispiel ist die Digitalisierung des Kinos. Das Kino erlebt im digitalen Zeitalter einen großen Wandel. Filme werden in 3D erlebbar und die 35mm Rolle wird zusehends durch digitale Datenträger abgelöst. Dieser Wandel in der Kinowelt ist eine große Chance, stellt aber die Kinobetreiber vor große Herausforderungen, weil die Umrüstung sehr teuer ist. Es geht jetzt

In Germany – and this really cannot be emphasised enough – the cultural and creative sector has its place somewhere between the automotive industry and the chemical industry in its significance to the national economy. Year on year, approximately 240,000 companies in the creative sector, mainly small firms, generate some 131 billion euros and employ a workforce of about 1 million. It is these small and very small companies that are typical and which have proved to be highly robust, even during times of economic crisis. Most of them survived the last economic crisis better than companies in other sectors.

Nearly four years ago the German government set up an initiative that was to strengthen artistic and creative activities in Germany while also making full use of their economic potential. This initiative was called "Cultural and Creative Industry". The project, undertaken by Minister of State Neumann together with the German Minister of Economics, showed that a sustainable policy for the cultural and creative industry can only be achieved today if culture and business also pull in the same direction on a political scale.

There are not many sectors where digitisation is currently as central as it is in the cultural and creative industry. In this sector companies live on increasingly digital creative content, where distribution is essentially unlimited due to the internet. This creates an enormous amount of potential for artists and cultural workers as well as for our society as a whole. The German government is supporting and shaping the process of digitising artistic and cultural content to the best of its ability.

I would like to highlight one outstanding example at this point – the German Digital Library, which is currently being set up together with the various federal states. The purpose of this library is to give digital access via a central portal to 30,000 cultural and academic establishments in Germany. It will create a gigantic nationwide cultural shop window for Germany, putting culture on a wider and more democratic basis than ever before. This library is currently approaching completion, but we now need to fill it with content – a task that is still posing enormous challenges to the German government, to the federal states and to local authorities as the sponsors of cultural organisations.

Another recent example is the digitisation of the cinema. The cinema is undergoing an enormous transformation in our digital age. Films can be enjoyed in 3D, and 35mm reels are gradually being replaced by digital media. This transformation in the world of the cinema is a great opportunity, yet it also presents cinema operators with major challenges because it requires expensive

darum, diese vielfältige Kulturlandschaft im Kinobereich zu sichern, vor allem auch Programmkinos und Arthouse-Kinos zu ermöglichen, weiterhin Filme abzuspielen. Deshalb haben sich Bund und Länder zusammengetan und unterstützen kleine und mittlere Kinos bei der Digitalisierung. Der Bund beteiligt sich mit rund 20 Mio. Euro, wobei die Filmbranche über die Filmförderungsanstalt noch einmal 15 Mio. hinzutut. Dieser Digitalisierungsprozess findet übrigens auch in allen europäischen Ländern derzeit statt. Es ist die Aufgabe der staatlichen Kulturförderung sicherzustellen, dass nicht nur die großen Multiplexe die Leinwand beherrschen, die Digitalisierung nicht auf Kosten der kulturellen Vielfalt geht.

Die Dynamik des digitalen Zeitalters hat enorme Veränderungschancen angestoßen, und wie meist bei solch bahnbrechenden Entwicklungen sind diese nicht nur mit Chancen, sondern auch mit Risiken verbunden. Der Schutz des geistigen Eigentums ist eine, vielleicht die wichtigste Herausforderung, vor der wir gegenwärtig in diesem Zusammenhang stehen. Erst kürzlich ist der Schutz des geistigen Eigentums durch die Proteste gegen zwei Gesetzesinitiativen in den USA wieder in das Blickfeld der Öffentlichkeit geraten. Das Ausmaß der Proteste gegen das geplante ACTA-Handelsabkommen gegen Produktpiraterie hat sicherlich Viele überrascht. Die Ursachen sind vielfältig. Natürlich darf die Politik ihre Augen vor den Bedürfnissen einer stetig wachsenden Zahl von Menschen nicht verschließen, die im digitalen Zeitalter aufgewachsen sind und die sehr kritisch darauf achten, dass ihre Bewegungsfreiheit im Internet nicht über die Maßstäbe rechtlich reglementiert wird. Dafür habe ich Verständnis. Aber Netzfreiheit kann andererseits auch nicht Gratiskultur bedeuten. Wir müssen darauf achten, dass auch das Recht der Künstler und Kulturschaffenden an ihrem geistigen Eigentum im Internet geachtet und geschützt wird.

Manchmal scheint mir, dass junge Menschen den Eindruck haben, als würden ausschließlich die großen amerikanischen Internetfirmen mit ihren Riesengewinnen am Internet verdienen, und Raubkopien auf deren Kosten wären quasi eine lässliche Sünde oder ein kleiner Regelverstoß. Es wird nicht gesehen, dass ganz viele Unternehmen hiervon betroffen sind und die Existenzgrundlage kreativer Menschen bedroht ist. Neben einer Anpassung der rechtlichen Rahmenbedingungen zum Schutz des geistigen Eigentums an die Entwicklung im Internet muss deshalb auch die Aufklärung darüber, weshalb das geistige Eigentum im Internet als Existenzgrundlage vieler Kreativer zu schützen ist, ganz vorne stehen.

Staatsminister Neumann hat im November 2010 unter der Überschrift „Ohne Urheber keine kulturelle Vielfalt“ ein 12-Punkte-Papier herausgegeben. Es wird dort sehr deutlich herausgestellt: Ohne die Wertschätzung für das kreative Schaffen laufen wir Gefahr, langfristig tausende Arbeitsplätze in der Kultur- und Kreativwirtschaft zu verlieren. Es stehen Existenzen auf dem Spiel. Auch unser bislang so vielfältiges kulturelles Leben wäre dann viel ärmer. Es ist daher wichtig, dass wir alle, und nicht nur in der Politik, viel stärker über die Zusammenhänge aufklären und wichtige Vermittlungsarbeit leisten. Meine Damen und Herren, die heutige Veranstaltung ist ein wichtiger Beitrag, die Rolle der Kultur- und Kreativwirtschaft im digitalen Zeitalter öffentlich bewusst zu machen und weiter zu stärken. Damit wir in unserem Lande vor allem die Chancen sehen, die hier liegen, und gemeinsam mit aller Kraft daran arbeiten, sie zu ergreifen. Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

reconstruction of their premises. After all, there is a highly diversified cultural landscape which now needs to be secured for the cinema, so that arthouse cinemas, in particular, can continue to reach their audiences. This is why the German government and the federal states are collaborating and supporting each other in the digitisation of small and medium-sized cinemas. The German government has contributed some 20 million euros, and the film industry has added another 15 million euros through the German Federal Film Board. This digitisation process, incidentally, is currently taking place in all European countries. It is the function of governmental cultural funding to ensure that cinema screens are not totally dominated by the big multiplexes and that digitisation does not take place at the expense of cultural diversity.

The dynamics of the digital age have created enormous opportunities for change. However, as with most pioneering developments of this kind, there are also risks. One of the greatest challenges which we are presently facing in this context – perhaps the biggest of all – is the protection of intellectual property. In the United States this issue has recently drawn public attention through protests against two legislative initiatives. The extent of the protests against a planned ACTA trade agreement on product piracy must have come as a surprise to many. The causes are many and varied. Obviously, the state must not close its eyes to the needs of a steadily growing number of people who have grown up in the digital age and who are very keen to ensure that their freedom of movement on the internet is not hindered excessively by rules and regulations. I can understand that. On the other hand, freedom on the net must not result in a free-for-all culture. We must make sure that the intellectual property rights of artists and cultural workers are respected and protected on the internet.

Some young people appear to be under the impression that the only ones to earn money on the web are the big American internet companies with their massive profits and that any pirate copies at the expense of those companies are rather trivial offences or negligible breaches of regulations. What they do not see is that this impacts a large number of companies and indeed the livelihoods of creative talents. As well as changing the legal conditions for the protection of intellectual property, so that legislation reflects developments on the internet, it is therefore equally important to provide information about the reasons why internet copyright needs to be protected and prioritised as a source of livelihood.

Minister of State Neumann issued a 12-point paper in November 2010, entitled “No Cultural Diversity without Copyright Holders”. He points out very clearly in this paper that “if we do not value creative work, then, in the long term, we risk losing thousands of jobs in the cultural and creative sector.” People’s livelihoods are at risk, and it would also impoverish our cultural life which has been so diversified until now. It is therefore important that all of us – not just the state – should provide considerably more information about the underlying complexities and to educate the public. Ladies and gentlemen, our meeting today is an important contribution towards greater public awareness about the role of the cultural and creative sector in the digital age, so that we can continue to strengthen this role. It is vital that, here in North Rhine-Westphalia, we should focus above all on the opportunities presented to us, that we should pool our resources and that we should work hard on seizing those opportunities. Thank you for your attention.

# DISKUSSIONSSTOFF

## KEYNOTES

# TOPICS FOR DISCUSSION

## KEYNOTE SPEECHES



Den intellektuell-diskursiven Aufschlag für die Gespräche des ganzen Tages bildeten drei aufeinanderfolgende Keynotes, die in höchst unterschiedlicher Weise teils sehr pointierte Aspekte und Thesen zum Generalthema der Tagung präsentierten. Den Anfang machte der Städteforscher der ersten Stunde, **Charles Landry**, der seit 1995 mit seiner Kulturberatungsagentur Comedia zahllose Städte weltweit bei Transformationsprozessen begleitet hat. Landry räumte ein, dass die Atmosphäre des Wandels und der Unberechenbarkeit für viele Menschen beunruhigend sei. Doch lägen große Chancen in der Entwicklung von einer industriellen Gesellschaft „greifbarer“ Dinge hin zu einer Gesellschaft der Ideen. Landry erinnerte daran, dass die „Wiederentdeckung der Städte“ eine unbezweifelbare Konstante der letzten Jahrzehnte sei. Der Wettbewerb dieser Städte untereinander habe sich schon jetzt vollkommen verändert: Immer mehr Menschen zögen nicht mehr in eine Stadt, in der sie zuvor

Discursive intellectual premium input for the day's discussions was provided by three consecutive keynote speeches which differed substantially from each other, presenting some highly incisive aspects and hypotheses on the general topic of the conference. The first speaker was the urban development researcher of the first hour, **Charles Landry**, whose cultural consultancy agency Comedia (founded in 1995) has supported numerous cities throughout the world in their transformation processes. Landry admitted that the atmosphere of change and unpredictability was disconcerting for many people. Yet he pointed out that this also presented major opportunities in the development from an industrial society – where the emphasis is on “tangible” objects – to a society of ideas. Landry reminded the audience that the “rediscovery of the city” had been an unquestionable constant over the past few decades. Competition among cities had already changed completely. More

einen Job gefunden haben. Sie wählten vielmehr zuerst eine interessante Stadt, um dann dort zu arbeiten. Deshalb seien Städte bestrebt, sich interessant zu machen, lebenswert. Und dazu, so Landry, gehöre die Kultur nicht anders als Elektrizität. Die alte Frage: „Was bringt es, in Kultur, Kreativität, Design etc. zu investieren“, sei längst obsolet. Die Frage müsse vielmehr sein: „Was kostet es uns, nicht in diese Bereiche zu investieren?“

## CHARLES LANDRY

Städteforscher und Direktor von Comedia

*Ich möchte Sie mitnehmen auf eine visuelle Reise durch verschiedene Städte rund um den Globus, um Ihnen einige grundlegende Trends und Merkmale zu erläutern, die ich für bedeutsam erachte. Ich werde dies auf der Grundlage des Klischees tun, dass ein Bild mehr sagt als 1000 Worte.*

*Lassen Sie uns am Ende beginnen, denn jeder Anfang hat naturgemäß ein vorgelagertes Ende. Einige solcher Enden haben wir erst kürzlich erlebt im Zusammenhang mit kulturellem Wandel und dramatischen Verschiebungen in unseren Städten, die ganz offensichtlich die immensen Veränderungen in ganz Europa widerspiegeln. Wenn wir ein Ende hinter uns lassen und einen neuen Anfang erreichen, ergeben sich zahlreiche Durchbrüche. Daher ist es interessant, kurz die Formen zu erkunden, die das Neue annimmt.*

*Wenn sich Neues mit Altem vermischt, gerät vieles in Unordnung und manche Menschen verspüren ein Gefühl der Befreiung, andere hingegen ein Gefühl der Angst: Angst vor dem Unbekannten, bevor sich klare Positionen und ethische Standpunkte sowie eine kohärente Sicht der Welt herausbilden. Der heutige Zeitgeist ist eher unscharf und unvorhersehbar. Wir bewegen uns von einer Zeit, in der das Bekannte und Vorhersehbare geplant wurde, hin zu einer Zeit, in der wir die Bedingungen schaffen, um mit dem Unbekannten umzugehen und widerstandsfähiger zu werden.*

and more people apparently no longer move into a specific city on the grounds that this is their new place of employment. Instead, they move there because they see it as attractive and only then do they endeavour to find jobs in this place. This is why cities are doing their best to be attractive and worthwhile, and this, says Landry, includes culture just as much as electricity. The old question: "What's in it for us if we invest in culture, creativity and design etc.?" has long been obsolete. Rather, the question should be: "What would it cost us if we didn't invest in those areas?"

## CHARLES LANDRY

Urban Researcher and Director of Comedia

*Let me now take you on a visual journey of cities around the world to explain some deeper trends and features that I think are important. I do this on the basis of the cliché that a picture tells a 1000 words.*

*Let us start at the end because every beginning has an end prior to it. Some of these we have just experienced and they are about cultural change and dramatic shifts in our cities and they obviously reflect the dramatic transformations that every place in Europe has experienced. When we leave one end and come to a new beginning, there are various breakthroughs. So it's interesting to explore for a moment the contours of the new.*

*When the new mingles with the old, there is often confusion and a sense of liberation for some, yet a sense of fear for others: fear in the face of the unknown, before clear positions and ethical stances emerge as well as a coherent world view. The Zeitgeist of this current period is rather unclear and unpredictable and we are moving from a period of planning the known and the predictable, to one where we are creating the conditions to deal with the unknown yet to prepare to become resilient.*

CHARLES LANDRY, STÄDTEFORSCHER UND DIREKTOR VON COMEDIA / CHARLES LANDRY, URBAN RESEARCHER AND DIRECTOR OF COMEDIA



*Diese Situation ist sehr fragil und für viele Menschen extrem beunruhigend, gleichzeitig jedoch auch voller Kraft und Energie. Einige erleben diese Zeit als eine aufregende Phase, auch wenn es natürlich zu Meinungsverschiedenheiten mit jenen kommt, die Ängste hegen. Es gibt viele Diskussionen darüber, wie dieser Teil der Geschichte ausgehen wird. Sie sehen ausschließlich gedämpfte Farben – wie dieses graue Gebäude auf diesen grauen Bildern hier – bevor sich dann eine gewisse Klarheit hinsichtlich der Leitlinien für die zukünftige Entwicklung ergibt. Sehr oft stehen wir vor einer Situation, die wir nicht sicher bewerten können. Verlieben sich die Menschen auf diesen Bildern beispielsweise gerade oder streiten sie? Das größte Problem beim Umgang hiermit ist eine unsichtbare Hand, jedoch nicht die des Marktes, sondern die der Kultur. Sie bestimmt im Grunde die Art und Weise, in der wir mit den zu erwartenden dramatischen Veränderungen umgehen werden.*

*Einige weitere Punkte möchte ich ebenfalls herausstellen, so beispielsweise das bedeutende Phänomen der Wiederentdeckung der Städte. Sie erinnern sich vielleicht noch daran, dass New York vor 30 Jahren fast pleite war. Das Konzept einer Stadt als Zentrum der Kreativität und Vitalität galt damals als eher sonderbar. Doch dann wurden sich die Menschen der Tatsache bewusst, dass eine Stadt eine schwerkraftgleiche Anziehungskraft ausübt und über ein dichtes Kommunikationsnetzwerk verfügt. Sie ist ein Ort, an dem sich Interaktionen und Chancen vervielfältigen und der naturgemäß seine eigene harte und weiche Infrastruktur herausbildet, an die man sich anpassen und die man in verschiedener Weise für sich nutzen kann. So kam es, dass die Stadt erneut als eine Art magischer Anziehungspunkt begriffen wurde.*

*Städte stehen zudem in intensivem Wettbewerb zueinander, was sich auch auf die urbane Infrastruktur auswirkt. Sie greifen zunehmend auf „Stararchitekten“ zurück, um ihren Anspruch auf einen Platz in der Riege der besten und interessantesten Städte zu manifestieren. Jede Stadt möchte im Zentrum des Universums stehen und heller als andere Städte erstrahlen. Zu hoffen ist, dass dieser Wettbewerb kollaborative Züge hat. In der Tat ist es so, dass so gut wie jede Stadt weltweit heute ihren Zweck, ihre Positionierung und die Optionen zur Sicherung des wirtschaftlichen Überlebens neu überdenkt. Alle Städte befinden sich an einem Wendepunkt. Und eines ist klar: Die zentrale Eigenschaft einer Stadt besteht darin, dass sie ein Ort ist, an dem Menschen in Kontakt treten, sich treffen, miteinander sprechen, interagieren, spielen und viele andere Dinge tun möchten. Wenn eine Stadt diese Eigenschaft gut umsetzt, wird sie zu ihrem wichtigsten Gut.*

*Der ungebrochene Trend hin zu einer stärker wissensbasierten Gesellschaft, den alle Städte erleben, ist ebenfalls beunruhigend. Er schafft neue Probleme, denn wir sind daran gewöhnt, die Welt anhand greifbarer Dinge zu bewerten, also anhand von Dingen, die wir physisch berühren können. Im Gegensatz hierzu wird in der wissensbasierten Gesellschaft sehr viel unsichtbarer, nicht greifbarer Wert erzeugt. Denken und Ideen werden plötzlich zu Ressourcen. Zudem wissen wir alle, dass die Welt immer näher zusammenrückt und wir heute völlig anders interagieren als früher. Möglich wurde dies durch die modernen Kommunikationstechnologien, insbesondere das Internet und seine Plattformen wie beispielsweise Social Media. Es ist hinlänglich bekannt, dass sich unser Wirtschaftssystem von einer landwirtschaftlichen und danach industriellen zu einer stärker wissensbasierten Wirtschaft gewandelt hat. Das Konzept der kreativen Stadt hat sich in diesem Kontext entwickelt und verbreitet. Allerdings ist in dieser*

*This situation is immensely fragile and discomfoting for many people. Yet at the same time there is a certain vigour about it. Indeed some experience this as an exciting period, although there is of course a battle with those who think it is frightening. There are many debates and arguments about what this phase of history will look like. You can only see shaded colours – like this grey building in these grey images which I am sharing here – before some sort of clarity emerges concerning the main lines of future developments. Quite often we look at a situation and we are not quite sure. For example, are these people falling in love in these images or are they having an argument? The main issue in dealing with this is an invisible hand, but not that of the market it is the invisible hand of culture. In a deeper sense this guides the prospects of coping with the dramatic shifts we are experiencing.*

*A few further points need highlighting. A major one has been the rediscovery of the city. You may remember that 30 years ago New York was nearly bankrupt. The idea of the city as the hub of new creation and vitality was seen as rather odd, but then people realised that a city has a gravitational pull, a dense communication network. It is a place which accelerates transactions and opportunities, and, of course, it is a place with its own hard and soft infrastructures that you can adapt and use in various ways. So the city was understood again as something quite magnetic.*

*Cities in addition are in intense competition with each other and this affects the infrastructures they build. This is why 'stararchitects' are increasingly used to communicate ambition in order to get onto the radar screen. Each city wants to be the centre of a universe that somehow radiates out to the rest. But let us hope it is collaborative competition. Indeed practically every town and city around the world is rethinking its purpose, its positioning and how it might survive economically. They are all at a crossroads. One thing is clear: the core element of the city is that it is a place where people want connect, meet, talk, transact, play and do other things. When they do this well it becomes their primary asset.*

*The deep seated trend to a more knowledge-based economy, which all cities are experiencing, is also unsettling. This creates other difficulties because we are used to seeing things in tangible terms, physical things which we can touch. By contrast so much value created in the knowledge economy is invisible and intangible. Things such as thinking and having ideas suddenly become a resource. In addition, we all know that the world is now a smaller place and that we are transacting in completely different ways made possible by communications technologies, especially the internet and its related platforms such as the social media. We all know how our economies have developed from an agrarian and then industrial economy to a more knowledge-based one. The creative city concept has evolved and become increasingly popular in this context. Yet in this discussion about creative cities a key point has emerged over the last 15 years. People realize that you can only obtain knowledge or innovations if you first have an inquisitive mind – an inquisitive mind that allows you to imagine something which may lead to a creative idea and thus to an invention and then an innovation when widely applied. The same applies to cities. Yet increasingly all cities realize they have to be more creative. This raises a question for all of you, and that is: What is so special about your city? What is your specific advantage within this dynamic? Many cities, for instance, think using festivals to put*

Diskussion um kreative Städte in den letzten 15 Jahren ein Schlüsselfaktor klar zutage getreten: Die Menschen wissen, dass man Wissen oder Innovationen nur erhalten kann, wenn man wissbegierig ist, sich also etwas vorstellen kann, das zunächst in eine kreative Idee, danach in eine Erfindung und schließlich – bei breiter Anwendung – in eine Innovation mündet. Gleiches gilt für Städte. Immer mehr Städte erkennen, dass sie kreativer werden müssen. Dies wirft eine Frage an Sie alle auf, nämlich: Was ist das Besondere an Ihrer Stadt? Was ist Ihr spezifischer Vorteil in diesem dynamischen Umfeld? Viele Städte denken beispielsweise, dass die Ausrichtung eines Festivals von Kreativität zeugt. Dies ist eine beschränkte Sicht der Dinge, auch wenn es weltweit immer mehr Festivalideen gibt, die weit über reine Musikveranstaltungen oder andere bekannte Inhalte hinausgehen. Kreativität ist sehr viel umfassender, als dass sie nur die Kunst abdecken würde.

Eine große Schwierigkeit besteht natürlich darin, dass ein Großteil dessen, was eine Stadt funktionieren lässt, nicht gemessen werden kann. Wir können einfache Messgrößen erfassen wie die Beschäftigungsquote oder die Zahl der Unternehmensgründungen, doch diese Werte bilden nicht die Gesamtsituation ab, beispielsweise die Frage, wie strategisch oder ehrgeizig die Ziele einer Stadt sind und ob die Einwohner zufrieden sind. Und es gibt immer Menschen – wir alle kennen sie, die stets Belege und Zahlen einfordern, mit denen bewiesen werden kann, dass eine solche Dynamik tatsächlich existiert.

Doch es gibt einen weiteren wichtigen Punkt, den wir nicht außer Acht lassen sollten: Vor 15 Jahren wurden in verschiedenen Städten in den USA Umfragen bei der gut ausgebildeten Bevölkerungsschicht durchgeführt. 80 Prozent der Befragten gaben an, sich an erster Stelle für ein Unternehmen oder einen Arbeitsplatz entschieden zu haben und nicht so sehr für die Stadt, in der dieser sich befand. In jüngster Zeit hat sich diese Situation dramatisch verändert, da immer mehr Menschen sich zuerst für eine Stadt entscheiden, in der sie leben möchten, und erst danach in dieser Stadt nach Arbeit suchen. Dies erzeugt eine völlig neue Dynamik für die Städte und dies erklärt auch, warum die gesamte Diskussion um die Attraktivität und Lebensqualität städtischer Räume derart vehement geführt wird. Offenbar versucht jede Stadt, ihre interessanten und talentierten Einwohner zu halten und gleichzeitig neue Menschen für sich zu begeistern. Erwartungsgemäß haben die Städte auf diese Situation relativ ähnlich reagiert. Eine der zentralen Maßnahmen, die man umzusetzen versucht, besteht darin, ein kommunikatives Zusammenleben zu installieren oder wiederherzustellen und die Stadt zu einem Ort zu machen, an dem man sich treffen, kommunizieren, interagieren und sich sogar gegenseitig berühren kann.

Die Förderung von Kunst und Kultur hat sich in dieser Entwicklung als Motor erwiesen. Doch wir wissen – und dies ist eine Gefahr für alle Städte –, dass Dinge, die sich allzu oft wiederholen, uninteressant werden. Jede Stadt hat inzwischen ein neues Museum, eine neue Bibliothek, ein neues Kongresszentrum usw. Jede Stadt rühmt sich auch eines neuen, symbolträchtigen Gebäudes, für das ein Stararchitekt verantwortlich zeichnet. Einige dieser Projekte können in der Tat interessant sein. Denken Sie nur an das Guggenheim Museum in Bilbao oder das De Young-Museum in San Francisco. Die meisten sind jedoch im Grunde unwichtig. Denken Sie im Gegenzug an die extrem erfolgreiche und architektonisch ansprechende High Line in New York, ein Spazierweg, der sich auf Stelzen durch die Innenstadt

themselves on the map shows they are creative. This is a limited view even though there are more and more ideas festivals around the world, not just music festivals or other kinds. Creativity has a far wider scope and it is well beyond the arts.

One major difficulty, of course, is that so much of what makes a city work cannot be measured. We can measure the easy things like levels of employment or company formation, but these do not tell you the whole story. For instance, how strategic or ambitious a city is or whether people are happy. And there are certain types of people – we have all met them – who always want to have evidence and figures which prove that these dynamics really exist.

Let us not forget another significant point: 15 years ago there were studies of cities in the States among the educated, showing that 80 per cent chose the location of a company or a job before the city. Recently this has shifted dramatically, and more people are now choosing a city first and then a job or company within that. This creates a completely different dynamic for cities, which is why this entire debate about urban attractiveness and quality of life has emerged with such vigour, as obviously everybody is trying to keep their interesting and talented people while at the same wanting to attract other people from elsewhere. Of course cities have responded to this situation and indeed in very similar ways. One of the main things they have tried to do is to re-inject and retrofit conviviality so as to bring the city together as a place where you can actually converse, communicate, transact and perhaps even touch each other.

Fostering the arts and cultural activities has been a catalyst in this development. But we know – and this is a danger for all cities – that these things tend to become repetitive. Every city has its new museum, its new library, its new convention centre, its new whatever-it-is. Every city boasts too of its latest iconic building designed by a star architect. Some of these projects can indeed be interesting. Think here of Bilbao's Guggenheim or the De Young museum in San Francisco – though many are essentially insignificant. Consider by contrast the highly successful and beautifully constructed High Line in New York a pedestrian walkway snaking high up through the city. It has less architectural pizzazz but works extremely well. The main point, however, is that we need to see the city far more as a sensory experience and not as something that is just purely technical. This is why there is so much emphasis on urban design.

Continuing with New York we can see how a regeneration project can have wide-ranging effects, I am referring to the project where parts Broadway and 42nd Street are being closed to cars. Instead chairs have been put out instead, so that people can sit down and watch the world go by. This is similar to the famous project on the Ruhr where an entire stretch of 60 kilometres of motorway was closed in June 2010. It was an amazing experience for 2 million people.

Another striking phenomenon is the 'here and there' experience: the fact that we are here, there and everywhere simultaneously. We have flattened the tyranny of distance and are blending together the real and the virtual in various ways, we are hybridising and cross-fertilising and with this goes the need to be cross-disciplinary and to deal with diversity. The most obvious symbol of this development is no doubt the iPhone, although it's only one example. I am sitting here, but I am also

windet. Dieses Projekt bietet vielleicht weniger architektonische Extravaganz, funktioniert aber extrem gut. Der zentrale Punkt ist in diesem Zusammenhang, dass wir die Stadt viel mehr als sinnliche Erfahrung begreifen müssen und nicht nur als ein rein technisches Gebilde. Aus diesem Grund ist die Stadtplanung so wichtig.

Doch bleiben wir beim Beispiel New York. Hier kann man beobachten, wie ein urbanes Erneuerungsprojekt weitreichende Auswirkungen haben kann. Ich spreche von einem Projekt, bei dem Teile des Broadway und der 42nd Street für Autos gesperrt wurden. Stattdessen wurden Stühle auf die Straße gestellt, sodass die Menschen sich hinsetzen und die Welt an sich vorbeiziehen lassen können. Ein vergleichbares Projekt gab es im Ruhrgebiet. Hier wurde ein 60 km langer Autobahnabschnitt im Juni 2010 gesperrt, ein großartiges Erlebnis für 2 Millionen Menschen, die dabei waren.

Ein weiteres erstaunliches Phänomen ist die „Hier und dort“-Erfahrung, also die Tatsache, dass wir hier, dort und überall gleichzeitig sind. Wir haben das Diktat der Distanz überwunden und lassen reale und virtuelle Welt auf vielfältige Weise miteinander verschmelzen, indem wir sie sich hybridisieren und gegenseitig befruchten lassen. Dies erzeugt den Bedarf an disziplinübergreifendem Handeln und am Umgang mit Vielfalt. Das offenkundigste Symbol dieser Entwicklung ist zweifelsohne das iPhone, auch wenn es nur ein Beispiel ist. Ich sitze hier, kommuniziere aber gleichzeitig auch mit jemandem dort drüben. Apple und Google sind vielleicht die typischen Organisationen, die diese Art von Welt repräsentieren. Teil dieser Dynamik ist auch der Begriff der quelloffenen Innovation, die bei einigen umstritten ist. Entscheidend ist, dass die Vernetzungsprozesse eine technische und eine menschliche Seite haben, die sog. Face-to-face-Komponente. Es erscheint kontraintuitiv, dass es, je mehr wir uns technisch vernetzen, immer wichtiger für uns wird, einen physischen Ort zu haben, an dem wir verankert sind. Wir alle kennen diese unaufhörlich vernetzten Menschen, die hochmobil durchs Leben surfen. Ihre Welt wird unscharf und es besteht die Gefahr, dass sie nicht mehr direkt mit anderen Menschen kommunizieren, sondern ausschließlich auf ein Smartphone oder einen Computer starren. Das ist die Welt, in der wir leben.

Innerhalb dieser Entwicklungen, in denen Offenheit ein hohes Gut ist, müssen wir uns fragen, wann eine Person, Organisation oder Stadt offen sein muss und wann sie sich stärker abschotten sollte. Wie viel Freiraum oder Bewegungsfreiheit stellen wir in einer Stadt zur Verfügung und in welchem Umfang legen wir Regeln fest? Ein seltsames Beispiel ist dieses Graffiti, das ich in Berlin entdeckt habe: „Ich möchte nicht mehr dein Freund auf Facebook sein.“ Ich denke, Sie verstehen, was ich meine. Manchmal geht man einfach einen Schritt zu weit, wenn man zu offen und zu zugänglich ist. Dies erinnert uns an die Kehrseite der Medaille der Social Media, bei denen zu viel Verfügbarkeit ein Problem darstellen kann.

Ein zentraler Faktor und wichtiger Bestandteil, der erforderlich ist, damit diese wirtschaftlichen und sozialen Prozesse funktionieren, ist die Gründung einer wesentlich größeren Zahl an Kleinunternehmen, da sie die Keimzelle von Innovation bilden, die in größeren Organisationen immer seltener zu finden ist. Dies ist teilweise auf Elemente wie Organisationsstruktur und Firmenethos zurückzuführen. Aus diesem Grund konzentrieren sich viele auf die Förderung eines kreativen Milieus, also eines

communicating with someone over there. Apple with Google may be the emblematic organisations that represent this kind of world. Part of this dynamic is the notion of open-source innovation, which for some is contentious. Crucially there is a technical side to the networking processes being encouraged as well as a people side, the face-to-face component. Counter-intuitively it seems that the more we connect technically, the more it becomes important to us to have a physical place within which to be anchored. We know what these eternally connected people look like who surf around the world in a hyper mobile way. Their world becomes blurry, there is a danger of them not talking directly to people anymore, often they are just staring at a phone or a computer. This is the world we live in.

Within these developments where being open is at a premium we have to ask when a person, an organization or a city should be open and when to be more closed. How much freedom or leeway do we provide in a city, and to what extent do we regulate? A strange example is this graffiti I saw in Berlin which said "I don't wanna be your friend on Facebook anymore." I think you see what I mean. Sometimes being too open and too accessible is just one step too far. This reminds us of the flipside of the social media where too much availability can be a problem.

One key driver and essential component to make these economic and social processes work is the need to incubate many more small companies since they provide the seedbed of innovation that larger conglomerates increasingly find difficult. This is partly to do with their organizational structure and ethos. This is why many focus on encouraging a creative milieu, which is a physical and social environment that fosters openness, exchange and sharing.

This sharing inevitably involves dealing with the diversity of views, people and cultures. This image from a Penang DVD shop in Malaysia, where we can see a vast picture of Jesus representing Christianity, a mosque revealing Islam and Ganesh representing Hinduism, says it all. This is an overriding issue happening in every city. Within this maelstrom of movement, shifting identities and change we also have pop-up shops, pop-up this and pop-up that. You feel a sense of flexibility and fluidity and this can be unsettling for many.

What is extremely important in this context is the connection between the notion of sharing creative ideas which involves rethinking intellectual property and freeing things up and new, deeper, physical connections with the public. Two things are inextricably related the 'creative commons' logic and the physical 'public commons'. This is why the rediscovery of the public realm is so important in fostering a world we are co-creating and co-curating cities. It reminds us that the city is really a combination of hardware, software and to make it work in real life "orgware", as the organisational structures of most cities are clearly in need of change.

A sharing and co-creating ethos requires a set of relationships within the city which is based far more on trust rather than on a contract. It means thinking beyond one's own self-interest. There is a sense of giving and taking at the same time. This means all cities need to dissolve their individual organizational and departmental siloes and boxes in thinking through problems and opportunities and collaborate.

physischen und sozialen Umfelds, in dem Offenheit, Austausch und die Weitergabe von Informationen gefördert werden.

Eine solche Form des Austauschs impliziert automatisch auch den Umgang mit vielfältigen Ansichten, Menschen und Kulturen. Dieses Foto eines DVD-Ladens in Penang, Malaysia, sagt alles: Wir sehen ein großes Jesus-Bild als Symbol des Christentums, eine Moschee als Zeichen des Islams und Ganesha als Vertreter den Hinduismus. Und eben dieses Leitmotiv findet sich in jeder Stadt wieder. In diesem Strudel der Bewegung, der sich wandelnden Identitäten und Veränderungen tauchen immer wieder neue Dinge auf. Man spürt förmlich den Geist der Flexibilität und Fluidität, der auf manch einen beunruhigend wirken mag.

Wichtig ist in diesem Zusammenhang die Verbindung zwischen der Weitergabe kreativer Ideen, die ein Überdenken geistigen Eigentums und eine größere Freigabe erfordert, und neuen, tieferen, physischen Verknüpfungen zur Öffentlichkeit. Zwei Aspekte sind untrennbar miteinander verwoben: die Logik des schöpferischen Gemeinguts und das physische öffentliche Gemeingut. Aus diesem Grund ist die Wiederentdeckung des öffentlichen Raums derart wichtig, wenn es darum geht, eine Welt zu fördern, in der wir die Städte gemeinsam neu erschaffen und gemeinsam kuratieren. Dies erinnert uns daran, dass die Stadt eine Kombination aus Hardware und Software ist. Damit diese Kombination im wahren Leben als „Orgware“ funktionieren kann, sind in den meisten Städten dringend veränderte Organisationsstrukturen vonnöten.

Eine auf Weitergabe und gemeinsamer Kreation gründende Philosophie erfordert Beziehungen, die weitaus mehr auf Vertrauen basieren als auf vertraglichen Vereinbarungen. Es geht also darum, über die eigenen Interessen hinaus zu denken, um eine Praxis des gleichzeitigen Gebens und Nehmens. Dies bedeutet, dass alle Städte ihre in Organisationsstrukturen und Abteilungen verhaftete Bunkermentalität aufbrechen müssen, um Probleme und Chancen neu zu überdenken und zusammenzuarbeiten.

Das kreative Potenzial wird nur maximiert, wenn eine Stadt einen breiteren Ansatz verfolgt und ein grundlegendes Überdenken als bedeutsam erachtet. Überdacht werden sollten die eigenen Organisationskonzepte und die Frage, was es eigentlich bedeutet, eine kreative Verwaltung zu sein. Diese Aspekte gehen über die herkömmliche Vorstellung von Kreativität hinaus, die ja in der Regel Innovationen in Technologie und Dienstleistungen meint. Sie erstrecken sich auch auf künstlerische Innovationen, die ihrerseits neue Geschäftsmodelle darstellen, sowie – ganz wichtig – in gewisser Weise auch auf soziale Innovationen. Vielleicht besteht unsere wichtigste Zielsetzung darin, eine Kultur der Kreativität in den genetischen Code einer Stadt einzupflanzen. Oft geht dies mit einer Neukonzeption der bestehenden Regeln und unseres Umgangs mit den Dingen einher. Obwohl also Kunst, Kultur und Tradition eine wesentliche Bedeutung haben, sind in diesem Spiel der Kreativität noch andere Einsätze gefragt.

Kultur ist eine weitaus ergiebigere Ressource, als die meisten Städte anerkennen. Teilweise geht es darum, eine überzeugende Geschichte zu erzählen, die uns dabei hilft, Differenzen bezüglich der Prioritäten in einer Stadt zu überwinden. Die zentrale Rolle des Erzählens einer Geschichte ist die Schaffung von Visionen, die oft unterschätzt wird.

Für mich sind Kultur und die verbundene Kreativwirtschaft ein bisschen wie Elektrizität. Eine Stadt kann nicht ohne Kultur funk-

*The creative potential is only maximised when cities take a broader approach, when they see overall rethinking as important including our operating concepts used and even what being a creative bureaucracy might involve. These aspects go beyond traditional ideas of creativity being about innovations in technology and in services. They include too artistic innovations, new business models themselves and most importantly, in some ways, social innovations. Perhaps most importantly we are aiming for is a culture of creativity which is embedded into the genetic code of the way a place works. So often that does mean rethinking the rule system and how we go about things. So although the arts, culture and heritage are vitally important, there is more to this creativity game.*

*Yet culture is a much deeper resource than most cities give credit to. In part it is about telling the story which if compelling often helps us overcome differences about priorities in a city. The central role of storytelling is visioning is under-estimated.*

*To me culture and the associated creative industries are a bit like electricity. A city cannot function without culture just as it cannot function without electricity. Where the cultural dynamic works best is when it involves strong participatory processes. So, yes: art and culture are central. But what really matters is using a cultural approach in the solution of wicked problems, which are intractably difficult issues. A wicked problem is a problem you urgently need to address because it is so dreadful. Here we do not quite know the answer, but we know we need to take action. Take poverty in an urban area with a lot of drug abuse. You need to do something about it, and this is where creativity could have a fantastic role.*

*To conclude: There is a question I have been asked repeatedly for many years, and I have never really wanted to give an answer: What is the value of culture, creativity, heritage, design, soft thinking, green thinking or whatever else? I think there is a more interesting question, because this kind of question only forces me to justify my existence. The following question is much better: What is the cost of not thinking about creativity, culture, design and all of those things? If you ask this question, the other person needs to justify themselves for not considering these things. After all, there is one thing we do know: uncreative cities will fail and decline. Thank you very much.*

**Sigmar Gabriel**, Chairman of the German Social Democratic Party (SPD), ventured an interesting glimpse at his party's attitude towards the concept of progress. Similar to the First Industrial Revolution, the Digital Revolution offers enormous opportunities through technical progress. Yet such progress does not automatically lead to more freedom, justice or equal opportunities any more than it did in the First Industrial Revolution. Swarm intelligence cannot solve the problems of society any more than new machinery. It is only through social and political transformation that this technological potential can be turned into universal social progress. Gabriel also talked about the problem of copyright in the digital age. The freedom of the net is not simply good in itself, and neither are regulatory attempts inherently evil. He sees the protection of copyright as "indispensable", because creative workers and agents "must be enabled to live from their creative work". Gabriel praised the enormous potential of the creative sector but also pointed out a negative side: "It is of course true that people in artistic professions have more control over their



SIGMAR GABRIEL, SPD-PARTEIVORSITZENDER / SIGMAR GABRIEL, CHAIRMAN OF THE SOCIAL DEMOCRATIC PARTY

*tionieren, ebenso wie sie nicht ohne Strom funktionieren kann. Die kulturelle Dynamik funktioniert am besten, wenn sie starke partizipatorische Prozesse umfasst. Also ja: Kunst und Kultur sind von wesentlicher Bedeutung. Doch was wirklich wichtig ist, ist der Einsatz eines kulturbezogenen Ansatzes bei der Lösung verzwickter Probleme. Ein verzwicktes Problem zeichnet sich dadurch aus, dass es dringend gelöst werden muss, weil es so vordringlich ist. Wir kennen also die Antwort noch nicht genau, müssen aber handeln. Nehmen wir zum Beispiel Armut und Drogenkonsum in einem Stadtviertel. Man muss etwas daran ändern, und genau hier kann Kreativität eine großartige Rolle einnehmen.*

*Abschließend möchte ich festhalten: Ich werde seit vielen Jahren immer wieder mit einer Frage konfrontiert, die ich nie wirklich beantworten wollte: Welchen Wert haben Kultur, Kreativität, Design, Tradition, weiches Denken, Ökologie usw.? Ich denke, dass es eine sehr viel interessantere Frage gibt, weil erstere Frage mich allein dazu zwingt, meine Existenz zu rechtfertigen. Die folgende Frage ist sehr viel besser: Welche Kosten ergeben sich, wenn man nicht über Kultur, Kreativität, Design und all diese Dinge nachdenkt? Wenn Sie diese Frage stellen, muss Ihr Gegenüber sich rechtfertigen, wenn diese Faktoren nicht berücksichtigt werden. Denn letztendlich wissen wir eines: Städte, die nicht kreativ sind, werden scheitern und schrumpfen. Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.*

**Sigmar Gabriel**, Vorsitzender der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands, unternahm einen interessanten Blick auf das Verhältnis seiner Partei zum Fortschrittsbegriff. Die digitale Revolution bietet, ganz analog zur ersten industriellen Revolution, enorme Chancen durch technischen Fortschritt. Doch ein Mehr an Freiheit, Gerechtigkeit, Chancengleichheit erwachte jetzt genauso wenig automatisch aus technologischem Fortschritt wie damals. Durch Schwarmintelligenz würden die Probleme der Gesellschaft so wenig gelöst wie einst durch neue Maschinen. Nur durch soziale und politische Gestaltung könne aus dem technologischen Potenzial gesellschaftlicher Fortschritt für alle werden. Auch Gabriel sprach das Problem des Urheberrechts im digitalen Zeitalter an. Die Freiheit des Netzes sei nicht

destinies and are happier, yet they do need to work longer hours and they earn less than others." It frequently happens that creative workers have no job security, that they need to take on second or even third occupations and that they have no social safeguards. This, too, said Gabriel, highlights the need for action to ensure that progress becomes socially acceptable.

## SIGMAR GABRIEL Chairman of the Social Democratic Party

*The terms "progress", "strategic partnerships" and "digital networking" are concepts that should be at the very heart of the Forum. And I find it exciting, incidentally, that the venue of the First Industrial Revolution should be the place where we are now taking a look at society in the third revolution. By inviting me, you have invited a Social Democrat, so I would like to start by saying a few words about our concept of progress, and thus also my concept.*

*For Social Democrats at the beginning of the Industrial Revolution – the first one, that is – progress was no longer purely a matter of technology; rather they sought to combine technological progress with universal equality and freedom – freedom not just as the absence of suffering, depression, hunger or hardship, but above all freedom to shape one's own life. In other words, it meant making the most of one's potential, regardless of income, origin, age or religion. Politics – certainly as it is traditionally seen by my party – is to create appropriate conditions which are conducive towards this goal. Obviously, everyone is responsible for their own success in life, but the relevant conditions must be created on the political level.*

*So for over 100 years the concept of progress – at least in Europe and particularly in Germany – has been associated with more freedom, more democracy and also more fairness. In all, there was a desire to achieve cultural progress, with technological progress as the tool or indeed the means, but not as the end-all and be-all. It was only during the last 20 or 30 years, especially in Germany, that the concept of progress has*



WELTERBE ZOLLVEREIN / ZOLLVEREIN WORLD HERITAGE SITE

von sich aus nur gut und Versuche der Regulierung nicht eo ipso böse. Der Schutz des Urheberrechts sei „unverzichtbar“, denn auch Kreative und Vermittler „müssen von ihrer schöpferischen Arbeit leben können“. Auch Gabriel lobte das riesige Potenzial der Kreativwirtschaft, goss aber etwas Wasser in den Wein, denn: „Menschen in künstlerischen Berufen sind zwar selbstbestimmter und zufriedener, arbeiten aber länger und verdienen weniger als andere.“ Prekäre Arbeitssituationen mit Zweit- und Drittjobs seien nicht ungewöhnlich, ebenso das Fehlen sozialer Absicherung. Auch da, so Gabriel, bestehe Handlungsbedarf, um den Fortschritt gesellschaftlich zu gestalten.

*been reduced to technological progress – so much so, in fact, that it has become discredited among some sections of society.*

*So the question is: Seeing that we live in a digitally networked society, can the concept of progress again begin to refer to what it once represented over 100 years ago: more freedom of action, more democracy, more equality and more fairness? After all, the transformations resulting from the Digital Revolution have been just as profound as they were during the First Industrial Revolution, with the advent of the railway, looms and steel mills. The Digital Revolution offers enormous*

**SIGMAR GABRIEL**  
SPD-Parteivorsitzender

„Fortschritt“, „strategische Partnerschaften“ und „digital vernetzte Welt“ sind die Begriffe, um die sich das Forum drehen soll. Ich finde es übrigens ganz spannend, dass damit am Ort der ersten industriellen Revolution sozusagen der Blick in die Gesellschaft der dritten gemacht wird. Sie haben mit mir einen Sozialdemokraten eingeladen, deswegen will ich am Anfang ein bisschen was zu unserem und meinem Begriff von Fortschritt sagen.

*potential for innovation and also for emancipation. However, it is our belief as Social Democrats that this potential needs to be shaped on a political and social scale. It will not arise automatically, just as technical progress during the First Revolution did not automatically bring about more freedom, more democracy or more equality.*

*Our networked society rightly talks about swarm intelligence; at the same time, however, we must not overlook that this also involves economic power – and in fact not just somehow somewhere outside our imagination, but*

Für die Sozialdemokratie ist zu Beginn der industriellen Revolution, der ersten industriellen Revolution, der Begriff Fortschritt kein rein technologischer gewesen; es ging immer darum, technologischen Fortschritt zu verbinden mit gleichen Freiheiten für alle. Freiheit nicht nur von Not und Unterdrückung oder Hunger und Mühsal, sondern vor allen Dingen auch die Freiheit, aus seinem Leben etwas machen zu können. Unabhängig von Einkommen, Herkunft, Alter oder Religion seine Möglichkeiten auszuschöpfen. Die Aufgabe von Politik ist, jedenfalls in dem traditionellen Verständnis meiner Partei, dafür Bedingungen zu schaffen. Das gelingende Leben muss jeder für sich selbst ermöglichen, aber die Rahmenbedingungen dafür zu schaffen, ist Aufgabe von Politik.

Mehr als 100 Jahre ist damit der Begriff Fortschritt zumindest in Europa und ganz besonders in Deutschland verbunden gewesen mit mehr Freiheit, mehr Demokratie und auch mit mehr Gerechtigkeit. Man wollte insgesamt einen kulturellen Fortschritt erreichen, bei dem technologischer Fortschritt das Instrument, das Mittel ist, aber nicht das Ziel alleine. Erst in den letzten zwanzig, dreißig Jahren ist insbesondere in Deutschland der Begriff Fortschritt reduziert worden auf technologischen Fortschritt, und er ist in nicht wenigen Teilen der Bevölkerung dadurch sogar diskreditiert worden.

Die Frage ist also: Kann in der digital vernetzten Gesellschaft eigentlich der Fortschrittsbegriff wieder das bezeichnen, für das er über 100 Jahre stand, nämlich ein Mehr an Freiheitsspielräumen, ein Mehr an Demokratie und ein Mehr an Gleichheit und Gerechtigkeit? Die Umwälzungen der digitalen Revolution jedenfalls sind so tiefgreifend, wie sie während der ersten industriellen Revolution durch Eisenbahn, Webstühle, Stahlwerke auch gewesen sind. Die digitale Revolution bildet enorme Potenziale für Innovation und eben auch für Emanzipation. Sie müssen, wie wir Sozialdemokraten glauben, aber politisch und gesellschaftlich gestaltet werden. Sie entstehen nicht aus sich heraus, so wie nicht aus sich heraus der technische Fortschritt der ersten Revolution ein Mehr an Freiheit, ein Mehr an Demokratie und ein Mehr an Gleichheit geschaffen hat.

Zu Recht ist in der Netzgesellschaft von Schwarmintelligenz die Rede; gleichzeitig aber darf man nicht übersehen, dass damit wirtschaftliche Macht verbunden ist – und zwar nicht irgendwie sozusagen außerhalb unserer Vorstellungswelt, sondern im Gegenteil ganz gegenwärtig und brennend aktuell. Was früher gerade auch im Ruhrgebiet die Krupps und andere Konzerne der Schwerindustrie waren, sind heute global agierende Firmen wie Amazon, Apple, Google, Facebook, Microsoft. Also durch Schwarmintelligenz alleine werden sich die Probleme unserer Gesellschaft nicht auflösen lassen. Manches an Konflikten, die wir haben, hat auch in der digitalen Gesellschaft schlicht etwas mit unterschiedlichen Interessen zu tun.

Aber ohne Zweifel: Diese zu einem guten Teil postindustrielle Gesellschaft bietet den Branchen der Kultur und der Kreativwirtschaft neue Chancen, um wirtschaftlichen Erfolg, wirtschaftliche Dynamik, soziale Integration, Kreativität und Wissenschaft zusammenzubringen. Die klassische Kulturwirtschaft umfasst ja als zentrale Segmente Darstellende Kunst, Unterhaltungskunst, Bildende Kunst, Buch- und Pressemarkt, Musikwirtschaft, audiovisuelle Medien. Nach der Erweiterung um Branchen wie Software, Games und Werbung sprechen wir längst in Europa von „Creative Industries“. In dieser Branche sind in Deutschland immerhin rund

on the contrary: very much in the here-and-now. What was once the role of the Krupps and other big companies in heavy industry, particularly here in the Ruhr Area, is now the role of global companies such as Amazon, Apple, Google, Facebook and Microsoft. So swarm intelligence on its own cannot solve the problems of our society. Quite a few conflicts that we now have are simply a matter of different interests, even in our digital society. But there can be no doubt: This largely post-industrial society offers new opportunities to the various sectors of culture and in the creative industry, enabling us to bring together economic success, economic dynamics, social integration, creativity and scholarship. After all, the cultural industry in its traditional sense still comprises as its central segments the performing arts, entertainment, visual arts, books, the press, music and audiovisual media. This range of “creative industries” has long been extended here in Europe to include sectors such as software, games and advertising – industries which employ some 1 million people in Germany alone. Artistic and cultural ideas and products are complementing each other in new ways, so that economics and creativity are being perceived less and less as opposites. Art and creativity have long ceased to be a marginal economic phenomenon, but are a booming market of the future that can act as vital stimulant for other sectors. This presents us with a number of crucial challenges, which I would like to outline at this point:

**The first challenge is:** What are the opportunities and the limits of our digital society and of digital art for democracy and participation? On the one hand, we can perceive a feeling of powerlessness within our developed Western industrial societies where people feel marginalised in the face of political and economic events. The feeling of “them up there and us down here” is very widespread – certainly in Germany. There is a feeling of not being able to understand things any more and that the decision-makers are not at all interested in consulting with the majority of the population in their decision-making. On the other hand, there is a yearning for swarm intelligence within digital society and a view that this will somehow solve conflicts and create opportunities for participation. We have a problem of non-simultaneity. I believe that there is not just digital illiteracy but also – the other way round – analogue illiteracy within digital society: people who do not understand how people tick, let alone how they will tick in the long run. There are people who do not want to be continually involved in decision-making processes through the options offered by digital media and the internet but who nevertheless want to be sure that options of participation are available in principle. So what kind of opportunities and limits are there in our networked digital society in order to revive participation and democracy?

**Secondly:** What is actually going to happen now, after 20 or 30 years, seeing that neoliberalism has apparently failed completely and has turned out to be some kind of theology rather than an economic science. And what are we going to make of the fact that apparently one of the biggest problems of this concept of economics was its disregard for the future? The main problem which caused the crises in the financial markets and also the environmental crisis is probably that the economic system which we have been promoting over the last few decades generally has its price for everything that is going on at the moment while being blind to the costs it might cause in the future. You raised an important question during the first session when you asked: “When we consider today’s far-reaching digital

1 Mio. Menschen beschäftigt. Künstlerische und kulturelle Ideen und Produkte verbinden sich auf neuen Wegen, und das Verhältnis zwischen Ökonomie und Kreativität wird immer weniger als Gegensatz empfunden. Kunst und Kreativität sind längst kein ökonomisches Randphänomen mehr, sondern ein boomender Zukunftsmarkt, der wichtige Impulse in die übrigen Branchen geben kann. Für uns stellen sich in dieser Entwicklung einige zentrale Herausforderungen, die ich gerne kurz beschreiben möchte.

**Die erste Herausforderung ist:** Welche Möglichkeiten, aber auch welche Grenzen bietet eigentlich die digitale Gesellschaft oder die digitale Kultur für Demokratie und Beteiligung? Wir sehen auf der einen Seite Ohnmachtsgefühle in unseren entwickelten westlichen Industriegesellschaften, bei der sich Menschen gegenüber dem politischen und wirtschaftlichen Geschehen ausgegrenzt empfinden. Das Gefühl „die da oben, wir hier unten“ ist zumindest in meinem Land ausgesprochen ausgeprägt. Das Gefühl, es nicht mehr durchschauen zu können, und dass die Entscheidungsträger gar kein Interesse haben, mit der Mehrzahl der Bevölkerung über die Entscheidungen in Kontakt zu treten. Auf der anderen Seite in der Netzgesellschaft, in der digitalen Gesellschaft, die Sehnsucht nach Schwarmintelligenz und die Auffassung, dass sich die Konflikte und die Beteiligungsmöglichkeiten darüber schon lösen könnten. Wir haben das Problem der Ungleichzeitigkeit. Es gibt, glaube ich, nicht nur digitale Analphabeten, sondern auch umgekehrt auch analoge Analphabeten in der digitalen Gesellschaft, die nicht verstehen, wie die Menschen ticken und auch auf Dauer ticken werden, die eben nicht permanent über die Möglichkeiten der Digitalisierung und des Internets an Entscheidungsprozessen beteiligt sein wollen und trotzdem sicher sein wollen, dass prinzipielle Beteiligungsmöglichkeiten existieren. Welche Möglichkeiten und Grenzen also bietet uns die vernetzte digitale Gesellschaft, zur Wiederbelebung von Beteiligung und Demokratie beizutragen?

**Zweitens:** Was passiert eigentlich jetzt, da der Neoliberalismus nach zwanzig, dreißig Jahren doch offensichtlich krachend gescheitert ist? Da sich herausgestellt hat, dass er in Wahrheit keine ökonomische Wissenschaft gewesen ist, sondern eher eine Theologie. Und wie gehen wir eigentlich damit um, dass offensichtlich eine der großen Probleme dieser Wirtschaftsvorstellung die Geringschätzung der Zukunft gewesen ist? Denn das ist wohl das Hauptproblem, sowohl an den Finanzmarktkrisen wie in der ökologischen Krise, dass das ökonomische System, das wir in den letzten Jahrzehnten vorangetrieben haben, einen Preis für alles hat, was heute passiert – aber blind dafür ist, welche Kosten es in der Zukunft auslösen kann. Deshalb finde ich, dass die Fragestellung, die Sie in Ihrer ersten Session aufgeworfen haben – „Was brauchen wir für eine Kultur der wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und ökologischen Nachhaltigkeit unter Einbeziehung des derzeit tiefgreifenden digitalen Wandels?“ – eine der zentralen Fragen ist, die wir beantworten müssen. Denn es geht in der Tat darum, dass wir uns weder ökonomisch noch sozial noch ökologisch diese Blindheit für Nachhaltigkeit und für die Preise von morgen, für die Zukunft unserer eigenen Kinder erlauben können.

**Drittens:** Ohne die Autonomie der Künste zu beeinträchtigen, ohne die Kultur auf einen bloßen Standortfaktor zu reduzieren geht es natürlich auch um Impulse der Kultur- und Wirtschaftsförderung, die besser zu den neuen kreativen und digitalen Verhältnissen mit vielen Solo-Selbstständigen und kleinen Unternehmen passen. Wie die Kooperation mit privater Seite

transformation, what is the shape of the culture we need – a culture of economic, social and environmental sustainability?“ This is one of the central questions that need to be answered. It is indeed true that we cannot afford this blindness to sustainability, to tomorrow’s price and to the future of our own children – economically, socially or environmentally.

**Thirdly:** It is of course equally vital to create stimuli for the promotion of culture and business and to do so without reducing the autonomy of art or relegating culture to a mere locational factor. There needs to be some form of promotion that accommodates the new conditions of creativity and our digital age with its many self-employed individuals and numerous small companies. In the future one decisive question for the cultural development of North Rhine-Westphalia will concern collaboration with private industry. This is because there is a painful yet necessary need to save money and to reduce deficits and debts, so that national and local government budgets cannot simply continue at their current levels, let alone be increased. It is therefore right to talk about a new strategic partnership between culture and business. However, as I see it, too little attention has been paid to connections between the public cultural sector, the non-profit cultural sector and commercial industry. The cultural and creative sector, public cultural funding, the cultural industry and culture as a public good are elements that support each other, and any promotion of culture and business should take this into account more systematically than in the past. Prof. Oliver Scheytt, the Managing Director of RUHR.2010, maintained that a state with an emphasis on culture needs a cultural policy that acts as an enabling force.

**Fourthly:** I believe that, right from the start, we also need to focus on improving people’s material circumstances. Not long ago a study by the German Institute for Economic Research in Berlin confirmed that although people in the arts have more control over their lives and are happier, they also work longer hours and earn less than others. Non-creative second and third jobs are by no means the exception but are often the rule. Moreover, it is common to have no clear borderlines between self-employment, temporary part-time employment and additional funds that are provided by parents and partners. Many creative workers live in precarious circumstances. Quite often they have no protection against unemployment, no health insurance and no pension schemes or social security provisions. This is because organisational structures for the self-employed are still based on the First Industrial Revolution and not on today’s creative industry. Yet there are specific proposals to solve these issues: compulsory insurance schemes, a citizens’ insurance, etc. One first step in this direction may be to expand the scope of artists’ social insurance in Germany as well. After all, many believe that artists and creative workers form something like a professional avant-garde; and it is of course true that over 40 per cent of them are self-employed, while this is only true for 10 per cent in other sectors of industry. I am certainly aware that flexible and individualised, open-ended working and living conditions outside industrial standards are set to spread throughout the rest of society, resulting in both benefits and drawbacks. This is because an increase in freedom unfortunately often goes hand in hand with an increase in precarity. One good example – albeit an unpleasant one – is the situation of so many people in the film industry.



SANAA-GEBÄUDE / SANAA-BUILDING

verbessert werden kann, wird für die kulturelle Entwicklung unseres Landes eine entscheidende Zukunftsfrage sein, denn staatliche und kommunale Kulturhaushalte können unter den schmerzlichen, aber ebenso notwendigen Bedingungen von Sparzwang, Defizitabbau und Schuldenbremsen nicht einfach immer weiter fortgeschrieben, geschweige denn ausgebaut werden. Zu Recht ist daher von einer neuen strategischen Partnerschaft von Kultur und Wirtschaft die Rede. Dabei scheinen Zusammenhänge zwischen öffentlichem Kultursektor, Non-Profit Kultursektor und erwerbswirtschaftlichen Bereichen bisher aus meiner Sicht zu wenig in den Blick genommen zu werden. Kultur- und Kreativwirtschaft, öffentliche Kulturförderung, Kulturindustrie und das öffentliche Gut Kultur stützen sich gegenseitig, und dies sollte in der Kultur- und Wirtschaftsförderung systematischer berücksichtigt werden, als wir das bislang tun. Der Kulturstaat, so hat es Prof. Dr. Oliver Scheytt, der Geschäftsführer von RUHR.2010, mal formuliert, braucht eine aktivierende Kulturpolitik.

*Fifthly, we must increasingly accept the reality that, as a result of the Digital Revolution, knowledge-based products are faced with protection issues whenever they are digitised and sold on the internet. Copyright violations and product piracy are now happening on a global scale. Copyright law therefore needs to be changed to suit the needs of our digital society. It is important that creative workers – i.e. those who use the new technical facilities for marketing and for propagating their creative output – should be included in new forms and models of remuneration. If the wording is left vague and if there is no transparency – as in the case of the draft ACTA agreement – there is likely to be very little trust in the current debate. However, I must also point out that although I very much respect the apparent political will and commitment within the online community, I am firmly convinced that the worldview which it reflects often fails to match reality. What I am referring to is the idea that the*

*Viertens: Aus meiner Sicht müssen wir uns von Beginn an auch um die Verbesserung der materiellen Bedingungen des Lebens kümmern, denn gerade hat eine Studie des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung in Berlin wieder einmal bestätigt, dass Menschen in künstlerischen Berufen zwar selbstbestimmter und zufriedener sind, aber auch länger arbeiten und weniger verdienen als andere. Kreativfremde Zweit- und Drittjobs sind keine Ausnahme, sondern vielfach die Regel. Fließende Grenzen zwischen Selbstständigkeit und abhängig befristeter Teilzeitbeschäftigung, zusätzliche Einkünfte durch Eltern und Partner sind die Regel. Ein Teil der Kreativen leidet unter prekären Lebensverhältnissen. Der Schutz vor Arbeitslosigkeit, Krankheit, Alter der Sozialsysteme greift oft nicht, weil sie in ihrer Organisationsstruktur auf die erste industrielle Revolution ausgerichtet sind und nicht auf die Kreativwirtschaft von heute. Konkrete Vorschläge gibt es dazu: Erwerbstätigenversicherung, Bürgerversicherung und vieles andere mehr. Ein erster Schritt kann vielleicht auch in unserem Land die Ausweitung der Künstlersozialversicherung sein. Viele meinen ja, die Künstler und Kreativen bildeten so etwas wie eine berufliche Avantgarde – und in der Tat: Während in anderen Branchen nur jeder Zehnte selbstständig ist, sind es unter Künstlern und Kreativen mehr als 40 %. Mir jedenfalls ist dabei bewusst, dass sich flexible und individualisierte, offene Arbeits- und Lebensbedingungen jenseits des industriellen Normalarbeitsverhältnisses auch in der übrigen Gesellschaft verbreiten werden, mit allen Vor- und Nachteilen, weil sich der Zuwachs an Freiheit leider oft häufig genug auch als Zuwachs an Prekarisierung herausstellt. Ein gutes Beispiel – oder ein schlimmes Beispiel – dafür ist übrigens die Situation vieler Menschen in der Filmbranche.*

*Fünftens müssen wir uns verstärkt der Realität stellen, dass durch die digitale Revolution wissensbasierte Produkte sich bei der Digitalisierung und im Vertrieb über das Internet zunehmend Schutzproblemen gegenübersehen. Aller Orten gibt es Urheberrechtsverletzungen und Produktpiraterie. Das Urheberrecht muss daher an die digitale Gesellschaft angepasst werden. Besonders die Kreativen selbst, die die neuen technologischen Möglichkeiten der Vermarktung und Verbreitung kreativer Leistungen nutzen, sollten in neue Formen und Modelle der Vergütung einbezogen werden. Unklare Formulierungen und Geheimniskrämerei wie beim ACTA-Vertragsentwurf erhöhen nur das Misstrauen in der notwendigen Debatte. Lassen Sie mich allerdings an der Stelle auch sagen: Ich habe zwar hohen Respekt vor allem, was in der Onlinecommunity an politischem Willen und an Engagement sichtbar wird, aber ich bin fest davon überzeugt, dass das Weltbild, das wir dort oft finden, nicht der Realität entspricht: Nämlich dass Regierung, Abgeordnete oder der Staat (was immer man darunter versteht) sozusagen immer die Bösen sind, die nur das Internet überwachen oder sperren und Nutzer kriminalisieren wollen – und dass auf der anderen Seite die Internetcommunity ausschließlich als gut erscheint, weil sie ohne jede moralische Anfechtung die Freiheit des Netzes verteidigt. Ich vermute, so schwarz-weiß ist die digitale Welt dann doch nicht, weder heute noch morgen.*

*Meine Damen und Herren, die Chancen des Netzes sind faszinierend. Eine neue Wissensgesellschaft, neue Möglichkeiten für Demokratie und Freiheit und Transparenz sind möglich, und dennoch wissen wir, dass eine erfolgreiche Kultur- und Kreativwirtschaft auch der angemessenen Vergütung bedarf. Die individuellen Freiheitsrechte der Internetnutzer, also potenziell aller Bürgerinnen und Bürger, sind zu schützen, was aber*

*government, MPs and the state (whatever the 'state' may mean) are seen as evil with the sole purpose of monitoring or blocking the internet and criminalising its users, and that, on the other hand, the internet community is seen as entirely good and something that seeks to defend freedom and is beyond moral reproach. I rather suspect that the digital world isn't really all that black-and-white, and neither will it be so in the future.*

*Ladies and gentlemen, the internet provides amazing opportunities. It facilitates the emergence of a new knowledge society and new possibilities for democracy, freedom and transparency; yet we know that the cultural and creative industry needs to go hand-in-hand with appropriate remuneration. The individual freedoms of internet users and potentially of all citizens must of course be protected, but this should not mean a basic right to download any intellectual product that is available. One thing is certain: The protection of copyright will continue to be indispensable even in our digital age, because artists, authors, scholars, engineers and other creative workers – not to mention their agents, who have become so important in today's flood of information – must be able to live from their creative work. This, too, is a matter of honouring creativity and valuing people's labour.*

*I am hopeful that forums both here and elsewhere will help us improve the way we meet this challenge to democracy, to freedom, to economic processes, to social security and to the protection of our liberties and copyrights. It is therefore very positive that we can hold this Forum d'Avignon Ruhr and that we can set a clear sign of mutual recognition between politics, culture and industry. Not only does the cultural and creative industry deliver cultural value; it also creates enormous potential for growth and employment, while being an increasingly dynamic key industry which affects business, the labour market and technological policies – particularly in a region like the Ruhr Area, though also in Germany as a whole.*

*The world of politics, as most of you will have noticed, is very much rooted in the analogue world. This also concerns its interaction with different parts of industry, the political arena, culture and civil society. I therefore believe that it will do us good to receive ideas from you how we can make creative use of the transformation and non-simultaneity of the analogue and digital worlds and how we can arrive at a concept of progress again under the heading of democracy, with freedom and equality that is more than just technological progress. Thank you for your attention.*

The third keynote speech was given by **Prof. Heiner Goebbels**, musician, composer, author, film director and currently artistic director of the cultural festival Ruhrtriennale. Goebbels presented a passionate plea for the human imagination – a plea to the audience, not to "creative workers" on stage or on screen. The imagination of viewers and listeners, he said, is at risk, and this risk is clearly also posed by institutionalised art with its conventional understanding of culture as something "from above". Other elements are the "creative industry" (clearly placed in quotation marks by Goebbels) and ultimately also the tendency to "focus on economic potential, audience ratings and usability". Goebbels put a damper on any rash euphoria about the combination of culture and business, though also on the preponderance of established, heavyweight public

nicht zu verwechseln ist mit einem Grundrecht auf Download jeder geistigen Produktion. Fest steht für mich: Auch in der digitalen Gesellschaft bleibt der Schutz der Urheberrechte unverzichtbar, denn die Künstler, Autoren und Wissenschaftler, Ingenieure und sonstigen Kreativen müssen – ebenso wie die angesichts der Informationsflut wichtiger gewordenen Vermittler – von ihrer schöpferischen Arbeit leben können. Auch das ist Anerkennung kreativer Leistung und Wert von Arbeit.

Meine Hoffnung ist, dass Foren wie hier und an anderer Stelle uns helfen, dieser Herausforderung für Demokratie, für Freiheits-spielräume, für ökonomische Prozesse, für soziale Absicherungen und für den Schutz von Freiheits- und Urheberrechten besser zu begegnen, als wir das bisher tun. In diesem Sinne ist es natürlich gut, dass wir ein Forum d'Avignon Ruhr erleben, mit einem Zeichen der wechselseitigen Anerkennung von Politik, Kultur und Wirtschaft. Neben ihren kulturellen Werten ist die Kultur- und Kreativwirtschaft eben vor allen Dingen auch für eine Region wie das Ruhrgebiet, aber insgesamt für Deutschland, ein enormes Wachstums- und Beschäftigungspotenzial, eine wirtschafts-, arbeitsmarkt- und technologiepolitische Schlüsselbranche mit zunehmender Dynamik.

Die Politik ist, wie Sie vermutlich jedenfalls mehrheitlich bemerken, sehr stark verhaftet in der analogen Welt, auch im Umgang mit den unterschiedlichen Teilen von Wirtschaft, Politik, Kultur und Bürgergesellschaft. Deshalb, glaube ich, tut es uns ganz gut, wenn wir von Ihnen Anregungen bekommen, wie wir den Wechsel und die Ungleichzeitigkeit von analoger und digitaler Welt so kreativ nutzen, dass für Demokratie, Freiheit und Gleichheit wieder ein Fortschrittsbegriff entsteht, der mehr ist als nur technologischer Fortschritt. Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Die dritte Keynote lieferte Prof. Heiner Goebbels, Musiker, Komponist, Autor, Regisseur und derzeit Intendant des Kultur-festivals Ruhrtriennale. Goebbels bot ein leidenschaftliches Plädoyer für die Phantasie und Imagination – aber wohlge-merkt beim Publikum, nicht bei den „Kreativen“ auf Bühne oder Bildschirm. Die Imagination der Zuschauer und Zuhörer aber sei gefährdet, nicht zuletzt durch die institutionalisierte Kunst nach althergebrachtem Kulturverständnis „von oben herab“, ebenso aber durch die von Goebbels hörbar apostro-phierte „Kreativwirtschaft“ und nicht zuletzt das „Schielen nach dem ökonomischen Potenzial, der Zuschauerquote und der Verwertung“. Leichtfertiger Euphorie über die Kombination von Kultur und Wirtschaft versetzte Goebbels einen scharfen Dämpfer, ebenso aber der Vorherrschaft etablierter, schwe-gewichtiger öffentlicher Kulturinstitutionen. Gerade in Zeiten knapper Mittel sei es weniger wichtig, „die schwerfälligen Tanker zu retten“. Förderung hätten vielmehr „neue Produk-tionsweisen“ verdient, die sich als „Labore der Zukunft“ eige-neten, hochvernetzt und – auf Augenhöhe mit dem Zuschauer und seiner Imagination:

## PROF. HEINER GOEBBELS

Intendant der Ruhrtriennale

Ich möchte über eine andere Kreativität sprechen als mein Vorredner. Nicht über die Kreativität derer, die in der „creative industry“ als Wirtschaftsfaktor auftauchen, sondern über die Kreativität und Imagination der Städtebewohner, die als Konsumenten im Blick – um nicht zu sagen im Griff – der „Kreativwirt-schaft“ sind.

cultural institutions. Particularly at times when funds are scarce, it is less important to “rescue the most cumbersome tankers”. Instead, support should be given to “new forms of production” which are suitable as “laboratories of the future” and which are highly networked and on an equal footing with the audience and their imagination:

## PROF. HEINER GOEBBELS

Artistic Director of the Ruhrtriennale-Festival of the Arts

*I would like to focus on a different type of creativity than the previous speaker. Not the creativity of those who feature as economic factors in the “creative industry”, but on the creativity and imagination of the urban population who – as consumers – are at the focus of this industry, and indeed at its mercy.*

*As our cities, the media and the entertainment machinery are becoming increasingly pageant-like – something which is, however, being counteracted by the internet – we can easily lose sight of an important fact: both in art and in real life the ultimate purpose is not for creative workers to be as imaginative as possible on screen, on stage or on TV, but to ensure that their work will give room to the imagination of their viewers or listeners, sustain this space and create areas for the development of perception.*

*For example, in the theatre of the 21st century (which I am supposed to represent here) we can see a shift in the concept of drama: At least for the artists and theatre makers whom I would regard as contemporary, drama no longer necessarily takes place on stage (i.e. usually as psychological drama between the representative figures and roles). Instead, it has become a form of art where perception itself is at the focus and where an expressive actor no longer stands on the edge of the stage and tears open his shirt, but where something can be discovered. It is an art that takes our eyes and ears very seriously and which irritatingly focuses on our self-perception.*

*As viewers, we ourselves can create references to our reality and our worldview. We might say that it is “post-drama” and that it no longer traces other people’s ideas. Instead, it makes an essential contribution to the potential of our own creativity. This sounds complicated, but may in fact be highly entertaining.*

*It is a form of art that no longer attempts to teach or intimidate us and, above all, which does not try to “sell” us anything – not even a message. It no longer assumes to have answers that will provide an interpretation of the world, but it meets the audience on an equal footing. It owes its growing attractiveness to an independent and inquisitive audience – “the curious mind” as it was called earlier on – who are weary of all those sound bytes and video bytes which are continually hurled at them (also by the creative industry). It is an audience who, incidentally, should never be underestimated. I’m sure you understand that such a concept of the theatre is far more related to fine arts. This kind of viewing may well be more related to viewing a landscape by Poussin than to watching Goethe’s Faust.*

*But art has many natural enemies, especially when it tries to achieve change and when it attempts to engage in the “creative process” mentioned earlier.*

Mit dem zunehmenden Spektakelcharakter der Städte, der Medien und der Unterhaltungsmaschinerie – und das Internet ist dagegen auch eine Gegenwehr – sind wir nämlich dabei, eins aus dem Blick zu verlieren, dass es in der Kunst wie im wirklichen Leben letztlich nicht darum geht, wie viel Phantasie auf der Leinwand, auf der Bühne oder auf dem Bildschirm zu sehen ist – wie viel Phantasie also die Kreativen selbst haben –, sondern darum, ob ihre Arbeit dazu befähigt, Räume für die Phantasie der Zuschauer / der Zuhörer zu öffnen, offen zu halten und Räume für die Entfaltung der Wahrnehmung zu bauen.

So beginnt sich zum Beispiel im Theater des 21. Jahrhunderts (für das ich wohl hier stehen soll) der Begriff des Dramas zu verschieben: Das Drama findet – zumindest bei den Künstlern und Theatermachern, die ich für zeitgenössisch halte – nicht mehr unbedingt auf der Bühne statt (als zumeist psychologisches Drama zwischen repräsentativen Figuren und Rollen), sondern wird zu einer Kunstform, in dem die Wahrnehmung selbst zum Thema wird, bei der nicht mehr der expressive Schauspieler am Bühnenrand sich das Hemd aufreißt, sondern bei der es etwas zu entdecken gibt, eine Kunst, die unser Hören und Sehen sehr ernst nimmt – und unsere Selbstwahrnehmung irritierend thematisiert.

So können wir als Zuschauer selbst die Bezüge zu unserer Realität herstellen und zu unserem Weltbild. Es handelt sich um ein „Post-Drama“, könnte man sagen, das nicht mehr im Nachvollzug der Ideen anderer besteht, sondern das wesentlich zu den Möglichkeiten unserer eigenen Kreativität beiträgt. Das klingt kompliziert, kann aber durchaus sehr unterhaltsam sein.

Eine solche Kunstform, die uns nicht belehren und einschüchtern, die uns vor allem nichts „verkaufen“ will – auch keine Botschaft –, geht nicht mehr davon aus, Antworten für die Interpretation der Welt zu haben, sondern sieht das Publikum auf Augenhöhe. Und sie verdankt ihre wachsende Attraktivität einem neugierigen, souveränen Publikum – „the curious mind“, wie wir vorhin hörten – das der permanenten Beschallung und Bebilderung (auch durch die Kreativwirtschaft) überdrüssig ist. Ein Publikum, das man übrigens nie unterschätzen sollte. Es wird Ihnen einleuchten, dass ein solcher Theaterbegriff eine große Nähe zur bildenden Kunst hat. Vielleicht hat das Zuschauen hier tatsächlich mehr mit der Betrachtung eines Landschaftsbilds von Poussin zu tun als mit Goethes Faust.

Aber die Kunst hat viele natürliche Feinde. Insbesondere dann, wenn sie sich zu verändern sucht, wenn sie sozusagen den „creative process“ von dem hier die Rede war, in diesem beschriebenen Sinne, vollziehen möchte.

Einer der natürlichen Feinde ist zum Beispiel die Institutionalisierung. Die ist zwar unverzichtbar zur Präsentation der Künste, ist aber nicht produktiv für ihre experimentelle Entstehung. Von einem Museum würde man auch nicht erwarten, dass die Maler und Bildhauer dort arbeiten. Von einem Theater und Opernhaus tut man es – fälschlicherweise. Aber keine Institution, keine Struktur, keine Technik, auch keine digitale Technik, und keine Architektur ist neutral gegenüber dem, was in ihr entsteht. Gerade die selbstverständlich erscheinenden Konventionen, die uns quasi natürlich vorkommen, sind es, die unser Denken besonders einengen. So ist nicht zufällig der Tanz die zurzeit freieste, fortgeschrittenste Kunstform, genau weil es die am wenigsten institutionalisierte Kunstform unter den darstellenden Künsten ist.



HEINER GOEBBELS, INTENDANT DER RUHRTRIENNALE  
HEINER GOEBBELS, ARTISTIC DIRECTOR OF  
THE RUHRTRIENNALE – FESTIVAL OF THE ARTS

One of the natural enemies, for instance, is institutionalisation. Although it is indispensable for a presentation of art, it is not conducive towards any art that owes its existence to experimentation. In the same way, we would not expect painters or sculptors to do their work at an art gallery. However, these are precisely our expectations of a theatre or opera house – wrongly of course. Yet no institution, structure, technology – even a digital technology – or architecture is neutral towards the things that are created in it. Our thinking is restricted, in particular, by any conventions that we take for granted and which we consider to be natural. It is by no means coincidence that the freest and most progressive form of art is currently dancing. This is because it is the least institutionalised of the performing arts.

In his quest to define art, the German sociologist Niklas Luhmann has found a surprisingly non-emotive definition (which is generally typical of his style): He does not talk about aesthetic criteria, mastery craftsmanship, emotions, perception or even the amount of time spent on viewing a work of art. Instead, he sees the most characteristic feature of art as “the improbability of its creation”.



WELTERBE ZOLLVEREIN / ZOLLVEREIN WORLD HERITAGE SITE

Auf der Suche nach einer Definition für Kunst hat der deutsche Soziologe Niklas Luhmann eine – wie immer bei ihm – überraschend distanzierte Definition gefunden: Er spricht nicht von ästhetischen Kriterien, nicht von meisterhaftem Handwerk, von Empfindung, von Wahrnehmung oder Verweildauer, nein ... Das Charakteristikum von Kunst sei „die Unwahrscheinlichkeit ihrer Entstehung.“

Und wenn Sie selbst an starke künstlerische Erfahrungen denken, die in ihrem Leben Resonanz hatten, wird Ihnen diese kühle Behauptung Luhmanns vielleicht einleuchten. Ob Sie zum Beispiel einmal vor dem verhüllten Reichstag standen, oder – wie im vergangenen Jahr – in der Skulptur „Leviathan“ von Anish Kapoor im Pariser Grand Palais. Oder vielleicht vor einer verschwindend kleinen anmutigen Zeichnung im Museum Folkwang, zu der Sie sich herunterbeugen mussten.

Diese „Unwahrscheinlichkeit“ ist für den Betrachter eine Erfahrung von Freiheit. Es ist die Erfahrung der Freiheit von Rationalität, von Verwertbarkeit, von Sinn. Es ist die kreative Freiheit der eigenen Sinne, den Dingen einen eigenen Sinn zu geben, vielleicht die Erfahrung auch des Eigensinns.

And when you think of your own powerful artistic experiences that have resonated with you in your life, you will no doubt see the plausibility of Luhmann's matter-of-fact statement. For instance, you may have stood before the wrapped-up Reichstag building in Berlin or, last year, Anish Kapoor's Leviathan sculpture at the Grand Palais in Paris. Or it may have been a tiny, gracefully drawn sketch at the Museum Folkwang which was so low that you had to bend down.

This "improbability" is an experience of freedom for the viewer. It is an experience of freedom from rationality, from reusability and from meaning. It is the creative freedom of our own senses to add meaning to objects and it may also include our experience of self-will.

Institutionalisation in Germany and in its performing arts is globally unparalleled with its 80 opera houses and 150 theatres – a model that is very much worthy of protection but which is also grounded in a bourgeois intellectual concept of art that is 100 years old. Moreover, the things that are created at these institutions are anything but "improbable". We will be forced to rethink this petrified model of culture, because we will not have

Deutschland, und die Darstellende Kunst in Deutschland, hat mit der Institutionalisierung weltweit konkurrenzlos mit 80 Opern und 150 Theatern ein Modell geschaffen, das absolut schützenswert ist, aber dieses Modell ist auch einem hundertjährigen bildungsbürgerlichen Kunstbegriff verpflichtet, und was in diesen Institutionen entsteht, ist alles andere als "unwahrscheinlich". Wir werden nicht umhin kommen, dieses zu Stein gewordene Kulturmodell zu überdenken, weil uns das Geld fehlen wird und die Zuschauer ausbleiben. Deswegen die gelegentlichen Drohungen der Politik, man werde Theatern, Orchestern, Museen die Mittel kürzen oder werde sie gleich ganz schließen müssen.

Das ist genauso langweilig und verständlich und vorhersehbar wie das Unisono des Aufschreis der betroffenen Institutionen und Lobbys. Nichts muss so bleiben wie es ist. Nur müssen wir schneller sein, bevor die Häuser an die Wand fahren, und müssen einen drohenden Cut als einmalige Chance nutzen: nicht als Chance, die größten und schwerfälligsten Tanker zu retten, sondern als Chance, neue, andere, zeitgenössische Produktionsweisen modellhaft zu schaffen. Produktionsweisen, die keiner institutionellen Schwerkraft unterliegen, sondern sich als

the money to maintain it and because we are unlikely to have much of an audience. This is why politicians sometimes threaten to cut the funding of theatres, orchestras and museums or indeed to close them down altogether.

This is just as tedious, understandable and predictable as the unanimous outcry of the affected institutions and lobbies. Nothing needs to stay the way it is. But we need to be fast before the various establishments run aground completely. And if a cut is threatened, we need to see it as a unique opportunity: not as an opportunity to rescue the biggest and most cumbersome tankers, but as an opportunity to create new, different and contemporary methods of production with a model-like character. They need to be production methods that are not subject to any institutional form of gravity but which can serve as laboratories of the future. After all, they have existed for a long time: networked European-wide initiatives which have the required freedom and which are highly productive and amazingly charismatic. But we mustn't just tolerate these initiatives as "off-off". We must provide them with generous funding, so that they can be flexible and indeed operate at the same high level and in the same league as, for instance, a museum or an opera house.

Labor der Zukunft eignen. Es gibt sie ja längst, die europäisch vernetzten Initiativen, die frei arbeiten, hochproduktiv sind und große Ausstrahlung haben. Aber wir dürfen sie nicht nur als „off-off“ mitlaufen lassen, sondern müssen sie großzügig für ihre Flexibilität fördern auf einem so hohen Level, dass sie in derselben Liga spielen können wie zum Beispiel ein Museum oder ein Opernhaus.

Nur so kann man den herrschenden Kunstbegriff umkrempeln. Ob Museum, Theater oder Orchester – es muss nicht immer ein repräsentatives Haus sein. Es kann auch singulär und temporär sein (wie die Festivals in Avignon und die Ruhrtriennale) oder es kann (wie zum Beispiel die Projekte von Artangel in London) immer an anderer Stelle des urbanen Raumes mit starken künstlerischen Interventionen auftauchen. Und sie kann gerade dadurch deutlich machen, dass eine Gesellschaft, die ausschließlich auf Gewinn gegründet ist, mit ihrer medialen Ästhetik nur eines im Sinn hat: die Kontrolle über den Konsum zu totalisieren. Womit sie die Vielstimmigkeit ihrer Mitglieder aufs Spiel setzt. Die Erweiterung der bestehenden Monokultur um mindestens ein zeitgenössisches Labor für die zukunftsfähigen Künste stünde jedem Bundesland gut an.

II  
Ein weiterer Feind der Kunst ist ein Kulturbegriff, der grundsätzlich von einer Fallhöhe ausgeht: Wir Kulturschaffenden, wir Stiftungsvorsitzenden, und wir Geldgeber wissen, was Kunst ist und bringen sie gegebenenfalls anderen bei. Das führt in den Ausbildungsinstitutionen, wenn man den Studierenden nur zeigt, wie es geht und sie nicht an der Forschung beteiligt, zu einer Verfestigung der Ästhetik. Das ist gerade in den darstellenden Ausbildungsinstitutionen der Fall, und es führt zum Beispiel in den auf dem Mantra der Nachhaltigkeit beruhenden Education-Programmen manchmal zu entsetzlich aufgesetzten Dressuren: Kinder, die mythologische Inhalte in Reime fassen müssen und – noch schlimmer – rappen sollen, sind dafür ein nicht mal sonderlich übertriebenes Beispiel.

Die Enteignung ist dabei eine doppelte: Den Jugendlichen wird ihre eigene Sprache und Subkultur enteignet und zugleich ein Kulturbegriff aufgepfropft, der ihre Kreativität in definierte

*This is the only way that the predominant concept of art can be turned inside out. Whether it's a museum, a theatre or an orchestra – it doesn't always have to be anything highly prestigious. It can also be something totally unique or temporary (e.g. the Avignon Festivals or the Ruhrtriennale) or indeed something like the Artangel projects in London which keep popping up in different places in urban space, each time with powerful artistic intervention. In this way a project can show very clearly that a society which is completely profit-based is only focused on one thing in its media aesthetics: to gain total control over people's consumption patterns – although, by doing so, a project risks forfeiting the broad diversity of its members. It would do any of our federal states a lot of good to expand their existing monocultures so that they have at least one contemporary laboratory for forward-looking arts.*

II  
*Another enemy of art is a concept of culture that assumes the existence of only one height from which one might fall. As cultural workers, chairpersons of foundations and donors we know what art is and, whenever appropriate, we tell others. At educational institutions this leads to a perpetuation of aesthetics where students are merely shown what they are supposed to do and where they are not involved in research. This is particularly the case at performing arts institutions and in places where educational programmes are geared, for instance, towards the mantra of sustainability, resulting in dreadfully artificial and monotonous drilling at times: Take, for example, the case of children being asked to compose mythological content in rhymes or – worse still – as a rap. This isn't even an exaggeration.*

*The dispossession that takes place here is twofold: Firstly, young people are deprived of their own language and subculture, while being compelled to accept a concept of culture that forces their creativity into defined grooves and, secondly, they are belittled in their own experiences – coupled with bullying.*

*In his book The Ignorant Schoolmaster, the French philosopher Jacques Rancière recommended a counter model, based on his estimation that there is no knowledge gap between a teacher and a schoolchild, a lecturer and a university student or indeed*

*Bahnen sperrt und dabei – gepaart mit Einschüchterung – sie und ihre eigene Erfahrungswelt klein macht.*

*Der französische Philosoph Jaques Ranciere hat uns in seinem Buch vom ignoranten Schulmeister ein Gegenmodell empfohlen, das auf der Einschätzung beruht, dass zwischen Lehrer und Schüler, Dozent und Student, sogar Eltern und Kindern kein Gefälle besteht, dass wir nicht unbedingt mehr, sondern Anderes wissen. Bei diesem Modell, das auf Austausch beruht, sind beide Seiten die kreativen Gewinner. Gerade die Geschwindigkeit und Komplexität digitaler Kompetenz, über die hier schon gesprochen wurde, macht es so deutlich wie nie zuvor, wie viel wir von unseren Kindern und Jugendlichen lernen können. Und den Verdacht, wir wollten mit den „Education-Programmen“ nur sicherstellen, dass die Abonnenten in den Theatern, Konzert- und Opernhäusern nicht aussterben, könnten wir so ganz schnell ausräumen ...*

III  
*Zu den natürlichen Feinden der Kunst gehört aber auch das Schielen nach dem ökonomischen Potenzial, der Quote und der Verwertung. Denn dann, und damit komme ich zum Schluss, enden wir alle da, wo das Fernsehen heute schon ist.*

*Aber ich bin kein Kulturpessimist, sondern hoffe im Übrigen sehr darauf, dass jetzt, wo die Bildschirme so groß sind, dass ich die Programme durch das Wohnzimmerfenster meiner Nachbarn auf der gegenüberliegenden Straßenseite sehen kann, dass jetzt vielleicht auch eine neue visuelle Qualität des Bildes und des Sehens wieder möglich wird. Ich hoffe einfach, dass die Gewalt, die die schnellen Schnitte und die aufgeregten Stimmen in den kleinen Wohnungen mit den großen HD Screens ausüben, jedem auf- beziehungsweise auf den Wecker geht ...*

*Und ich hoffe darauf, dass wir auf diesen Screens bald Moderatoren sehen werden, die uns nicht mehr in Überlebensgröße anschreien, sondern ganz klein, weit weg, in einer betörend schönen Landschaft stehen und leise ihre Texte wieder von Zetteln ablesen, während sich unsere Aufmerksamkeit längst auf die hinter ihnen am Bildrand vorbeiziehenden Wolken verschoben hat. So könnte sich der Raum für unsere Imagination wieder öffnen – die doch das wertvollste ist, was wir haben.*

*between a parent and a child. What we know isn't necessarily more. It's just different. In this model, which is based on dialogue, both sides are creative winners.*

*It is precisely the speed and complexity of digital competence, mentioned earlier, that shows so clearly how much we can learn from our children and young people. This would enable us to dispel very quickly any suspicion that we only run educational programmes to prevent the demise of subscriptions to theatre programmes or to concerts and opera houses ...*

III  
*Another natural enemy of art is the tendency to focus on economic potential, audience ratings and usability. If this is our motivation – and I'd now like to come to a conclusion – we'll all end up in the same place where television is right now.*

*Nevertheless, I am not a cultural pessimist, and am hopeful that with our current size of television screens – so big in fact that I can watch TV programmes in my neighbours' sitting room on the other side of the road – it might be possible to gain a new visual quality of images and of viewing again. I simply hope that everyone will become acutely aware of the violence, fast cuts and excited voices on those big HD screens in those small sitting rooms and that they will, in fact, become aware or indeed tired of it ...*

*And I'm hopeful that the presenters we see on those screens will no longer be shouting at us as larger-than-life giants, but that they will be very small, a long way in the distance, standing among wonderfully enticing rural sceneries, quietly reading their scripts from pieces of paper, while our attention has long shifted towards the clouds that are floating behind them on the edge of the screen. This might open up room for our imagination again, which is, after all, the most valuable thing we have.*



# KULTUR UND WIRTSCHAFT GEMEINSAM DENKEN

SESSION 1

## CONSIDERING CULTURE AND ECONOMY IN ONE THOUGHT

SESSION 1



Auf diese in so unterschiedlicher Weise anregenden Keynotes folgte die erste Podiumsdiskussion unter der Überschrift „Kultur und Wirtschaft gemeinsam denken“.

Auf dem Podium fanden sich ein:

- **Edgar Berger**, Präsident und CEO International, Sony Music Entertainment
- **Bodo Hombach**, Medienmanager und Moderator des Initiativkreises Ruhr, eines Zusammenschlusses von Unternehmen, die sich für den (kulturellen) Wandel in der alten Industrieregion Ruhrgebiet engagieren
- **Robert Levine**, Autor des Buches „Free Ride. How the Internet is Destroying the Culture Business and How the Culture Business Can Fight Back“
- **Sascha Lobo**, deutscher Autor, Blogger und vielgefragter Experte, wenn es um das Leben mit und von dem Internet geht
- **Dr. Ulrich Schröder**, Vorstandsvorsitzender der KfW Bankengruppe, die als öffentlich-rechtliche Institution unter anderem für die Finanzierung öffentlicher Projekte und privatwirtschaftlicher Existenzgründungen zuständig ist
- **Anselm Weber**, Intendant des renommierten Schauspielhauses Bochum

These highly diverse and stimulating keynote speeches were followed by the first panel discussion entitled "Considering Culture and Economy in One Thought".

The platform was shared by:

- **Edgar Berger**, President and CEO International, Sony Music Entertainment
- **Bodo Hombach**, Media manager and presenter of Initiativkreis Ruhr (Ruhr Initiative Circle), a joint project between companies seeking to bring about a (cultural) transformation in the former industrial region of the Ruhr
- **Robert Levine**, Author of the book Free Ride. How the Internet is Destroying the Culture Business and How the Culture Business Can Fight Back
- **Sascha Lobo**, German author, blogger and highly popular expert on life with and on the internet
- **Dr. Ulrich Schröder**, Chairman of the Board of Management of the KfW banking group, an institution under public law that handles, among other things, the funding of public projects and private start-ups
- **Anselm Weber**, Director of the renowned theatre Schauspielhaus Bochum

RECHTS. EHEMALIGE KOHLENWÄSCHE  
RIGHT. FORMER COAL WASHING PLANT

UNTEN. MODERATOREN CHRISTIANE HOFFMANS  
UND JAN FLEISCHHAUER  
BELOW. PRESENTERS CHRISTIANE HOFFMANS  
AND JAN FLEISCHHAUER



Der Autor und Journalist **Jan Fleischhauer** moderierte die Runde.

**Edgar Berger** eröffnete die Runde mit dem ersten von zwei Statements. Das Internet, sagte er, sei eine mediale Revolution, der Erfindung des Buchdrucks ebenbürtig. Allerdings, so fügte er hinzu: 60 Prozent der in Deutschland aus dem Internet heruntergeladenen Bücher würden illegal bezogen. Derartige „unkontrollierte und unentgeltliche Verbreitung von geistigem Eigentum“ habe die Musikbranche schon mit zehn Jahren Vorsprung getroffen – und erschüttert. Und noch 2011 seien weltweit 40 Milliarden Songs illegal heruntergeladen, dagegen nur 3,6 Milliarden über das Internet legal erworben worden. Das seien, hochgerechnet, „95 Prozent Piraterie“. Gleichwohl habe es die Musikindustrie geschafft, mit neuen Geschäftsmodellen innerhalb dieser „Umsonst-Kultur“ wieder einen „fast stabilen Markt zu erzeugen“, und sie werde in wenigen Jahren zweifels ohne auch wieder wachsen. Mit Vehemenz forderte Berger ein neues, europäisches Urheberrecht, damit Werkschaffende, Produzenten und Vertrieber für ihre Arbeit angemessen vergütet werden könnten. Im Kampf gegen die Internetpiraterie forderte Berger staatliche Regelungen und Unterstützung durch Internetprovider, um „illegale Betreiber vom Geldfluss abzuschneiden“. „Das Internet“, so Berger, „muss frei sein, aber nicht umsonst.“

The presenter of the discussion was **Jan Fleischhauer**, author and journalist.

**Edgar Berger** opened the discussion with the first of two statements. The internet, he said, is a media revolution which is on the same level as the invention of the printing press. However, he added: 60 per cent of all books downloaded in Germany are obtained illegally. Such “uncontrolled and free propagation of intellectual property” already hit and shook up the music industry 10 years earlier. In 2011 some 40 billion songs were apparently downloaded illegally throughout the world, while only 3.6 billion were bought legally on the internet. This amounts to “95 per cent piracy”. At the same time, the music industry created new business models within the “free-ride culture”, “creating an almost stable market” which is set to grow again within the next few years. Berger emphatically pleaded for new European copyright regulations, so that creative artists, producers and distributors can receive adequate remuneration for their work. The battle against internet piracy, said Berger, must be backed up by state regulations and supported by internet providers, so that “illegal operators can be cut off from their cash flow”. “The internet”, said Berger, “must have freedom but without being available for free.”



BODO HOMBACH, MODERATOR DES INITIATIVKREISES RUHR  
BODO HOMBACH, MODERATOR OF THE RUHR INITIATIVE CIRCLE

Nach dieser pointierten Stellungnahme aus entschieden ökonomischer Sicht schlug Manager **Bodo Hombach** eher philosophische Töne an. Den vermeintlichen Gegensatz zwischen Wirtschaft und Kultur erklärte er für grundsätzlich überholt: „Solches Denken in Schubladen war schlechte Angewohnheit des neunzehnten Jahrhunderts.“ Beispiele für das neue Denken seien längst überall zu sehen. So habe das Ruhrgebiet durch „klug gestaltete Ereignisse“ sein altes Kohle-Image ein gutes Stück hinter sich gelassen. Die Ruhrfestspiele oder das Museum Folkwang seien frühe Beispiele dafür, wie wirtschaftliche Erfolge für Kultur genutzt wurden, wobei heute der Steuerzahler zum „wichtigsten Mäzen“ geworden sei. Das Internet, so fügte Hombach hinzu, schaffe in der Tat einen vergleichbaren Paradigmenwechsel – mit neuer Öffentlichkeit, aber auch neuer Anonymität. Die Debatte darüber komme spät, aber: „Schön, dass wir endlich mittendrin sind.“

In der Tat beherrschte das Thema Freiheit/Internet weitgehend die folgende Diskussion. Nur Theaterintendant **Anselm Weber** hielt sich verständlicherweise nicht allzu lange mit der Frage auf, ob die digitale Welt sein Leben verändert habe. Er reagierte vornehmlich auf die provokante Keynote Heiner Goebbels – gleichsam als Kapitän einer der von Goebbels so bezeichneten, schwerfälligen „Kultur-Tanker“. So verwies er auf die identitätsstiftende Funktion der Stadttheater in ihren jeweiligen Kommunen. Er räumte ein, dass es beim Thema Standortfaktor noch immer sehr um „Hochkultur“ gehe. Doch sei das bei Festivals nicht anders: „Auch da wird gefördert, was den Gattinnen der Wirtschaftsbosse gefällt.“ Nur Goebbels' Ruhrtriennale habe beim Entwickeln neuer Modelle „ein Privileg qua Definition“.



EDGAR BERGER, PRÄSIDENT UND CEO INTERNATIONAL, SONY MUSIC ENTERTAINMENT  
EDGAR BERGER, PRESIDENT AND CEO INTERNATIONAL, SONY MUSIC ENTERTAINMENT

This succinct presentation of a decidedly economic viewpoint was followed by a more philosophical focus, presented by the media manager **Bodo Hombach**. He said it was outmoded to regard business and culture as opposites: “Such pigeon-hole thinking was a bad habit, developed in the 19th century.” A new approach has been in evidence for a long time now. By holding a series of “wisely organised events”, the Ruhr Area left behind a good deal of its old coal-mining image. The Ruhrfestspiele (Ruhr Festival) and the Museum Folkwang were some good early examples of the way economic success was used for the benefit of culture, so that the taxpayer is now the “most important patron”. The internet, Hombach added, has indeed created a similar paradigmatic shift – with a new public, though also with a new form of anonymity. The debate is rather late, but: “I’m glad that we’re finally right in the midst of it.”

And the issue of freedom and the internet did indeed dominate much of the subsequent discussion. The only person who, understandably, did not spend much time on the question whether the digital world had changed his life was theatre director **Anselm Weber**. He responded primarily to the provocative keynote speech by Heiner Goebbels – in his role as a captain, so to speak, of one of those cumbersome “cultural tankers” as Goebbels had described them. He pointed out that a theatre in a given city has the function of providing identity. He admitted that the subject of locational factors still revolved very much around “advanced culture”. Yet it’s no different with festivals, “another area where sponsorships are given to projects that are enjoyed by the wives of business tycoons”. Only Goebbels’ Ruhrtriennale, he said, had “by definition a privilege” in the development of new models.

Die anderen waren sich insofern einig, dass die digitale Revolution tatsächlich wie einst der Buchdruck die Welt verändere. Sascha Lobo machte sich Charles Landrys Ausruf „place does matter“ zu eigen und zeigte sich fasziniert von der Möglichkeit, sich einen Ort auszuwählen und dann von dort aus zu arbeiten – natürlich mit Internetverbindung. Bodo Hombach sekundierte, setzte aber den Akzent ein wenig anders: „Raumlos geschieht am Ende nichts“, auch wenn kreatives Nachdenken im Stübchen geschehen könne. Einig waren sich beide, dass der Verlauf des digitalen Umbruchs noch nicht eindeutig sei und dass sich in einem komplizierten Prozess erst zeigen werde, wie diese neue Welt funktioniert.

Das Plädoyer des Sony-Chefs gegen die „Umsonst-Kultur“ des Internets fand bei Sascha Lobo wenig Gegenliebe. Er witterte darin vor allem „Lobby-Propaganda“ der Musikindustrie. Robert Levine nahm eine vermittelnde Position ein. Die Autorenrechte seien nach wie vor wichtig, sagte er, betonte aber dabei das Wort „Rechte“. Wenn man im Zusammenhang mit Urhebererschaft und Nutzung nicht mit dem statischen Begriff von „Eigentum“ operiere, ließen sich wohl leichter vernünftige Lösungen finden. Sascha Lobo prophezeite: Das prozessuale Element der digitalen Revolution werde auch Geschäftsmodelle verändern.

Die Diskussion zeigte, dass Gespräche über Internet und Digitalisierung im Jahr 2012 stets und unweigerlich sehr schnell um den kontroversen Begriff des Urheberrechts kreisen, ohne dass eine praktikable Verbindung von Freiheit und Bezahlmodi sich wirklich abzeichnet. Bodo Hombach allerdings führte die Debatte um „Freiheit im Internet“ dann doch mal auf eine inhaltliche Ebene. Er nahm die Andeutung aus seinem Eingangsstatement noch einmal auf und präzisierete: Im Kampf gegen brutale Diktaturen und ihre Zensur sei die viel gepriesene Anonymität im Internet zweifellos gut und wichtig. Als „Götze“ in freiheitlichen Staaten aber sei sie „zweifelhaft“: „In wessen Interesse ist dann diese Anonymität?“, fragte Hombach und fügte hinzu, dass die Qualität mancher anonymer Blogs an frühere „Klowand-Sprüche in der Uni“ erinnerten.

The others agreed that the Digital Revolution had indeed changed the world in the same way as the printing press at one time. Sascha Lobo picked up Charles Landry’s emphatic statement: “Place does matter” and expressed his fascination at being able to choose a place and then work there – with internet access, of course. Bodo Hombach supported Sascha Lobo in this, but with a slightly different focus: “Nothing occurs in a vacuum”, even though creative thought may take place in the comfort of one’s own home. Both agreed that the exact course of the digital transformation was not yet clear and that a complex process was required to show how this new world actually works.

Sascha Lobo had very little sympathy for the plea of the Sony boss against the “free-ride culture”. He suspected that it was mainly “lobbyist propaganda” of the music industry. Robert Levine assumed a conciliatory position. Copyright, he said, continues to be important, but he wanted to emphasise the word “rights”. If the static term “property” were to be dropped in conjunction with authorship and use, then it would probably be easier to find a reasonable solution. Sascha Lobo prophesied that the procedural element of the Digital Revolution would also change business models.

The discussion showed that any debate about the internet and about digitisation in 2012 very quickly and invariably centres around the controversial concept of copyright, yet without any genuine move towards a viable connection between freedom and modes of payment. Bodo Hombach, however, did take the debate about “freedom on the internet” to the content level. He picked up the thread from his initial statement and reformulated his idea: In the fight against brutal dictatorships and their censorship the widely acclaimed internet anonymity is undoubtedly good and important. If, however, it is elevated as an “idol” within a free democratic state, it is “dubious”, and Hombach therefore asked: “Whose interests does this anonymity serve anyway?” He added that the quality of many anonymous blogs is reminiscent of “toilet wall scribblings at uni” in days gone by.



# PLÄDOYER GEGEN DEN PESSIMISMUS

STATEMENT

## A PLEA AGAINST PESSIMISM

STATEMENT

Vor der Mittagspause ergriff noch einmal **Nicolas Seydoux** das Wort, der Präsident des Forum d'Avignon. Die Treffen in Avignon, sagte er, und das Treffen in Essen dienten vor allem einem Zweck: dem Kampf gegen allgegenwärtigen Pessimismus. Gewiss hätten viele Menschen auf der Welt individuell Anlass zu Pessimismus. „Aber nicht Menschen wie die hier in diesem Raum. Nicht Leute, die Verantwortung tragen.“ Wenn die dennoch pessimistisch seien, dann nur, weil sie nicht mehr an Kreativität, an Ideen in der Wirtschaft glauben. Da aber könne man von Kunst und Kultur lernen, denn Kreativität sei die Essenz der Kunst. In sanften Worten nahm Seydoux durchaus pointiert Stellung zur Diskussion um Freiheit im Internet. Sollen gesellschaftliche Werte verändert werden wegen einer neuen Technologie, fragte Seydoux. Und in Demokratien nach europäischen Standards gehe es wesentlich um die Freiheit für jedermann, seine Meinung zu sagen: „Das ist Demokratie. Demokratie ist nicht anonym. Und Demokratie bedeutet nicht stehlen.“

### NICOLAS SEYDOUX Präsident des Forum d'Avignon

*Warum haben Seine Hoheit der Aga Khan, Präsident Nicolas Sarkozy, Philosophen, Architekten, Geschäftsleute und CEOs in den letzten vier Jahren allesamt Avignon besucht? Und warum sind Sie heute hier? Ich kann es Ihnen sagen. Um dem Pessimismus entgegenzuwirken. Pessimismus ist allgegenwärtig. Die Menschen beschäftigen sich nicht mehr mit ihren eigenen Problemen, sondern mit jenen anderer. Heute spricht man allerorts nur noch über die griechische Schuldenkrise. Viele Menschen weltweit haben allen Grund, pessimistisch zu sein: Obdachlose, Arbeitslose, Kranke – doch niemand hier in diesem Raum. Nicht diejenigen, die die Verantwortung tragen. Doch warum sind wir derart pessimistisch? Weil viele von uns nicht mehr an Kreativität und Innovation in der Geschäftswelt und der Industrie glauben. Doch wo liegt der Unterschied zwischen Kreativität im Dienstleistungssektor und Kreativität in der Kunst? Der Unterschied ist grundlegend. Die Industrie und die Dienstleistungsbranche versuchen, dieselbe Sache täglich ein bisschen besser zu machen. Echte Innovationen sind rar gesät. Kleine Verbesserungen finden hingegen regelmäßig statt, weil Industrie gleichbedeutend ist mit Massenproduktion,*

*Nicolas Seydoux, the President of the Forum d'Avignon, spoke again before the lunch break. The meetings in Avignon and Essen, he said, served above all one purpose: to combat ubiquitous pessimism. Although many people in the world have specific reasons for being pessimistic, "this is not the case for anyone in this room – not for those who bear responsibilities." If they are pessimistic, then this is only because they have stopped believing in creativity and in business ideas. Yet this is something where we can learn from art and culture, because creativity is the very essence of art. Seydoux gently but emphatically commented on the discussion about freedom on the internet. He asked if social values should be changed to accommodate the new technology. The European standard of democracy largely focuses on giving everyone the freedom to express their views: "This is democracy. Democracy is not anonymous. And democracy does not mean theft."*

### NICOLAS SEYDOUX Chairman of the Forum d'Avignon

*Why did His Highness the Aga Khan, President Nicolas Sarkozy, philosophers, architects, businessmen and CEOs all travel to Avignon over the last four years? Why are you here? Let me tell you. To fight pessimism. Pessimism is everywhere. People are no longer looking at their own plates, they are looking at other people's plates. The only subject that is currently being talked about is the Greek debt crisis. Many people in the world have plenty of reasons to be pessimistic: the homeless, the jobless, the sick – but no one in this room. Not the people who are responsible. And why are we so pessimistic? Because many of us no longer believe in creativity and innovation through business and industry. But what is the difference between creativity in the service sector and in art? The difference is a matter of essence. Industry and the service sector are trying to do the same thing better every day. Great innovations are very rare. Small improvements are made on a regular basis because industry means mass production, while art is unique. A painting, a sculpture, a movie is unique, and so is culture. Creativity, therefore, is the essence of art.*

*wohingegen Kunst für Einzigartigkeit steht. Ein Gemälde, eine Skulptur, ein Film ist einzigartig, und Gleiches gilt für die Kultur. Kreativität ist daher das Wesen der Kunst.*

*Ich habe heute allen Rednern sehr genau zugehört. Wir sprechen über neue Technologien. Doch hat irgendeine Technologie dieser Welt je die allgemein geltenden Werte in Frage gestellt – die Werte der griechischen Philosophen, der Renaissance, des 18. Jahrhunderts? Werden wir diese Werte verändern, weil sich die Technologie weiterentwickelt?*

*In was für einer Welt leben wir? Es ist eine pessimistische Welt, eine Welt, die nicht mehr an ihre eigenen Werte, ihre eigene Philosophie glaubt. Doch was genau verändert sich? Die Natur verändert sich nicht. Wir sind hier in Nordrhein-Westfalen, einem Teil von Deutschland, einem Teil von Europa, einem Teil der Welt. Das ist der Grund. Um auf internationaler Ebene zu sprechen, müssen wir international zusammenkommen. Doch was bedeutet das? Bedeutet es, dass die Welt für alle gleich sein wird? Dass die kulturelle Vielfalt verloren geht? Dass Französisch und Deutsch als Sprachen verschwinden, nur weil jeder im Internet Englisch spricht? Ich glaube, dass es genau das Gegenteil bedeutet: Dass wir als Europäer im Zentrum dessen sind, was eine globale und diversifizierte Welt sein könnte und keine uniforme Welt. In der englischen Sprache gibt es nur ein Wort – „globalisation“ – und es wird im Gegensatz zum Französischen kein Unterschied gemacht zwischen „globalisation“ und „mondialisation“.*

*Die Globalisierung gibt den Menschen das Gefühl, dass ihre eigenen Politiker nichts für sie tun können. Sie haben das Gefühl, über einen Kamm geschert zu werden mit dem Rest der Welt und glauben, dass die Banker das Sagen haben: Ein guter Banker ist letztendlich immer auf der Suche nach einer Investitionsrendite. Doch wie gestaltet sich die Rendite von Investitionen in Kultur? Schauen Sie sich den Ort an, an dem wir uns hier befinden. Die Menschen in dieser Region sind stolz auf ihre Vergangenheit, ihre Geschichte und ihre Kultur. Sie sind stolz darauf, dass ihre Region interessant ist für andere Menschen aus den Nachbarstaaten und dem Rest der Welt. Sie sind stolz, Besucher empfangen zu dürfen und zu wissen, dass die Menschen so mehr über sie erfahren. Was hier also passiert, ist ein kultureller Austausch, ist die Weitergabe von Kultur. Unsere Kultur gehört uns nicht mehr nur, sondern wir teilen sie mit anderen.*

*Warum gibt es das Forum d'Avignon Ruhr? Und warum gibt es das Forum d'Avignon? Weil die Menschen in diesem Raum von seiner Wichtigkeit überzeugt sind? Andere zu überzeugen, ist nicht das Problem. Vielmehr liegt das Problem darin, dass wir uns ein bisschen einsam dabei fühlen. Wir müssen Politiker überzeugen, wir müssen die Menschen in unseren Heimatländern überzeugen und wir müssen die Verantwortlichen bei der Europäischen Kommission überzeugen. Was heute ein Autor zum Urheberrecht in Europa gesagt hat – und er hat es sicher sehr viel besser formuliert als ich es je gekonnt hätte – beschreibt kein urheberrechtliches, sondern ein moralisches Problem. Die Moral bildet einen Teil unseres Wertekatalogs. Und damit diese Werte gemeinsam respektiert und gelebt werden, müssen wir Brüssel davon überzeugen, dass die Freiheit in einer Demokratie – und in Europa leben wir ja in demokratischen Systemen – nicht in der Anonymität besteht,*

*Today I have listened very carefully to everything that was said. We are talking about new technology. But has any technology in the world ever changed the prevailing values – the values of the Greek philosophers, the values of the Renaissance, the values of the 18th century? Are we going to change those values because technology is evolving?*

*What kind of a world do we live in? It's a pessimistic world, a world which no longer believes in its own values, in its own philosophy. So what exactly is changing? It's not nature that is changing. Here we are in North Rhine-Westphalia which is a part of Germany, which is a part of Europe, which is a part of the world. This is the reason. And to talk on an international level, we have to gather internationally. But what does it mean? Does it mean that the world will be the same for everybody? That cultural diversity will disappear? That French and German will disappear as languages simply because everybody speaks English on the Internet? I think it means the exact opposite: that we, as Europeans, are at the heart of what could be a global and diversified world, not a uniform world. There is only one word in English – "globalisation" – with no option of distinguishing between "globalisation" and "mondialisation".*

*Globalisation gives people the feeling that their politicians can do nothing for them. They feel that they are blended together and that they need to listen very carefully to the bankers: after all, good bankers need a return on investment. But what is the return on a cultural investment? Look at the place where we are. People in this region are proud, proud of their past, their history and their culture. They take pride in the fact that their region attracts people from elsewhere, both their neighbours and the rest of the world. They are proud to attract people and proud to know that people are going to know more about them. So what is happening is an exchange and indeed a transmission of culture. We no longer just own our own culture. We share culture.*

*Why does the Forum d'Avignon Ruhr exist? Why does the Forum d'Avignon exist? Because people in this room are convinced? Convincing each other is not the issue. The problem is that we feel a little lonely. We need to convince politicians, we need to convince people in our own countries, and we need to convince people at the European Commission. What was said earlier about copyright in Europe by an author – and he obviously said it much better than I might have done – is not a copyright issue, it's a moral issue. What are moral rights? Moral rights are everywhere. Morality is part of our values. And to be sure that those rights are shared, we need to convince Brussels that freedom in a democracy – and in Europe we live in democracies – is not anonymity, but it is the right to express one's own views and everybody else's right to say the exact opposite – as claimed by Voltaire: "I am going to fight for your right to say the opposite of what I am saying." That's democracy. Democracy is not anonymity. Democracy is not theft.*

*In a globalized and diversified world, our main challenge is to work together. While we celebrate the fiftieth anniversary of the Elysée Treaty which symbolically sealed Franco-German reconciliation, creating a genuine friendship between the two peoples, and especially their youth, we suggest a new foundation of the Treaty where culture would be the heart of this 'building of a united Europe, which is the goal of both peoples', as was written by Maurice Schumann and Konrad Adenauer, the founding fathers. We must work together, convince people of our*



UTE SCHÄFER, MINISTERIN FÜR FAMILIE, KULTUR, JUGEND, KULTUR UND SPORT DES LANDES NÖRDRHEIN-WESTFALEN / UTE SCHÄFER, MINISTER FOR FAMILY, CHILDREN, YOUTH, CULTURE AND SPORT OF THE STATE OF NORTH RHINE-WESTPHALIA



JOCHEN GERZ, KÜNSTLER / JOCHEN GERZ, ARTIST

*sondern in dem Recht, die eigene Meinung zu äußern, sowie in dem Recht aller anderen, genau das Gegenteil zu sagen. Wie Voltaire bereits sagte: „Ich mag verdammen, was du sagst, aber ich werde mein Leben dafür einsetzen, dass du es sagen darfst.“ Das genau ist Demokratie. Und Demokratie bedeutet weder Anonymität noch Diebstahl.*

*In einer globalisierten und diversifizierten Welt besteht die zentrale Herausforderung in der Zusammenarbeit. Wenn wir den 50. Jahrestag des Elysée-Vertrags feiern, der die Versöhnung zwischen Frankreich und Deutschland offiziell besiegelte und echte Freundschaft zwischen den Völkern und insbesondere der Jugend bewirkte, schlugen wir eine neue Grundlage für den Vertrag vor, bei dem die Kultur „einen unerlässlichen Schritt auf dem Wege zu dem vereinigten Europa bedeutet, welches das Ziel beider Völker ist“, wie die Gründungsväter Maurice Schumann und Konrad Adenauer es formulierten. Wir müssen zusammenarbeiten, die Menschen unserer beiden Nationen im Rahmen der Agenda 2020 überzeugen und Brüssel unaufhörlich darauf hinweisen, dass unser nachhaltiger Fußabdruck kultureller Natur sein muss, da er anderenfalls nicht vorhanden sein wird.*

*Als Bundeskanzler Adenauer und General de Gaulle den Elysée-Vertrag unterzeichneten, war Kultur zwar wichtig, fand im Vertragstext jedoch keine Erwähnung. Ich hoffe, dass wir diesen Vertrag in wenigen Monaten, im Januar 2013, erneuern werden. Warum? Weil die internationale Zusammenarbeit nur funktioniert, wenn sie einen Motor hat. Internationale Zusammenarbeit ist weit mehr als die Anzahl der Waggons eines Zuges. Wenn die Lokomotive fehlt, wird er sich nicht bewegen. Europa hat nur dann funktioniert, wenn Frankreich und Deutschland dieselbe Richtung einschlugen. Dies bedeutet, dass viel gesprochen und diskutiert werden muss – um die richtigen Ideen zu erarbeiten und all unsere Partner von der Richtigkeit dieser Ideen zu überzeugen. Was ich meine, ist, dass wir letztendlich alle in der Lage sein sollten, die Menschen im Ruhrgebiet, in Deutschland und in Frankreich davon zu überzeugen, dass ein neuer Vertrag erforderlich ist, der die Kultur ins Zentrum rückt, dabei unsere Werte nicht in Vergessenheit geraten lässt und gleichzeitig auf die Zukunft und das Wohl aller ausgerichtet ist. Vielen Dank.*

*two nations, within the framework of Agenda 2020, and we must incessantly plead in Brussels that the sustainable footprint will be either cultural or it will not exist.*

*When Chancellor Adenauer and General de Gaulle signed this treaty, it was very important, yet culture was ignored at the time. I am hopeful that in a few months from now, in January 2013, we are going to renew this treaty. Why? Because international cooperation only works if it has an engine. International cooperation is more than the number of wagons. If it has no engine, it will not work. Europe has worked only when France and Germany were on the same track. This means discussing, discussing and discussing – finding the right ideas and convincing all our partners that those ideas are right. So what I am suggesting is that when we come to the end of it, we should all be able to convince people on the Ruhr, in Germany and in France that a new treaty is needed between France and Germany, a treaty with culture at the core and where we will never forget our values but always look to the future for everybody's best. Thank you.*



NICOLAS SEYDOUX

# DIE KUNST DES KREATIVEN WANDELS

SESSION 2

## THE ART OF CREATIVE CHANGE

SESSION 2

Zur zweiten Diskussionsrunde unter der Überschrift „Die Kunst des kreativen Wandels“ versammelten sich nach der Mittagspause auf dem Podium:

- **Ute Schäfer**, Ministerin für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen
- **Reinhard Krämer**, Abteilung Kultur im Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen
- **Prof. Jochen Gerz**, Künstler
- **Deborah Carter**, Direktorin für Sponsoring und Partnerschaften bei der Amsterdamer Kreativitäts-Plattform PICNIC
- **Udo Kittelmann**, Direktor der Nationalgalerie, Staatliche Museen zu Berlin
- **Prof. Kurt Mehnert**, Rektor der Essener Folkwang Universität der Künste
- **Hermann Vaske**, Regisseur, Autor, Produzent und Erfinder der Aktion „Why are you creative?“

Die Runde wurde geleitet von der Autorin und Journalistin **Dr. Christiane Hoffmans**.

**Ute Schäfer** und **Jochen Gerz** leiteten die Runde mit zwei Statements ein.

Die gesellschaftspolitischen Probleme und Herausforderungen seien in vielen Städten groß, sagte Ministerin **Ute Schäfer**. Dennoch wolle sie nicht in Pessimismus verfallen, „das würde Monsieur Seydoux nicht wollen“. Es gelte, Raum zu schaffen für Kreativität, Optimismus, interdisziplinäre Ansätze. Das werde im Land Nordrhein-Westfalen mit verschiedenen künstlerischen Projekten und mit namhaften Fördersummen auch schon praktiziert – etwa im Ruhrgebiet, und nicht nur im Kulturhauptstadtjahr 2010. Schäfer ist überzeugt: „Künstlerische Interventionen im urbanen Raum können erhebliche Impulse für kreative und innovative Lösungsansätze in unserer Stadtgesellschaft geben. Und die Künste leisten einen bislang unterschätzten Beitrag

The second panel met after lunch to discuss “The Art of Creative Change”:

- **Ute Schäfer**, Minister of Family, Children, Youth, Culture and Sport of the State of North Rhine-Westphalia
- **Reinhard Krämer**, Cultural Affairs Department in the Ministry of Family, Children, Youth, Culture and Sport of the State of North Rhine-Westphalia
- **Prof. Jochen Gerz**, Artist
- **Deborah Carter**, Director of Sponsorships and Partnerships on the Amsterdam creativity platform PICNIC
- **Udo Kittelmann**, Director of the National Gallery, National Museums in Berlin
- **Prof. Kurt Mehnert**, President of the Folkwang University of Arts in Essen
- **Hermann Vaske**, Film director, author, producer and originator of the campaign “Why Are You Creative?“

The discussion was led by the author and journalist **Dr. Christiane Hoffmans**.

**Ute Schäfer** and **Jochen Gerz** initiated the discussion with two statements.

**Ute Schäfer** started by saying that many cities are facing enormous sociopolitical issues and challenges. Nevertheless, she refused to be pessimistic, as “Monsieur Seydoux would not like it”. It is important to create space for creativity, optimism and interdisciplinary activities. In North Rhine-Westphalia this is already being practised in a variety of art projects that are receiving substantial subsidies – for instance in the Ruhr Area, and in fact not just in 2010, when it was a Capital of Culture. Schäfer was convinced that “artistic interventions in urban space can deliver substantial stimuli for creative, innovative solutions in our urban communities. Moreover, the arts are making a hitherto underestimated contribution to social innovations and social cohesion.” It is an aspect, she said,

für soziale Innovationen und den gesellschaftlichen Zusammenhalt.“ Diesen Aspekt müsse die noch immer allzu sehr auf technologische Lösungen fixierte Politik besser zur Kenntnis nehmen. Dafür wiederum brauche man mehr „Kunstabore“, besonders an „den Schnittstellen von Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft“.

Als Beispiel für eine künstlerische Intervention im urbanen Raum erläuterte der Künstler **Jochen Gerz** sein Projekt „2-3 Straßen“. Die Idee: Kreative Menschen aus aller Welt ins Ruhrgebiet einzuladen, die dort ein Jahr lang kostenlos in leerstehenden und für den Aufenthalt frisch renovierten Wohnungen leben. Diese Wohnungen sollten in eher problematischen Vierteln liegen, wo es ohnehin Leerstand und Renovierungsbedarf gab. „Es ging nicht darum, eine Künstlerkolonie zu gründen“, erklärte Gerz, „es waren einfach Leute, die gesagt hatten: Ich bin kreativ.“ 78 solcher Menschen aus 20 Nationen waren es schließlich, die 2010 für ein Jahr ins Ruhrgebiet kamen, nach Duisburg, Mülheim und Dortmund. Ein Ziel, sagt Gerz: „Wir wollten die Straßen verändern.“ Die Anwesenheit der Gäste, ihr Tun und ihr Umgang mit den Nachbarn sollten etwas ändern. Das Ganze habe er bewusst eine „Ausstellung“ genannt – eben eine, bei der nicht die Leute ins Museum gingen, sondern in ihrer eigenen Umgebung Teil der Kunst wurden. Das Wirken der Kunst sollte nicht übers Atelier, die Wand oder das Museum geschehen, sondern direkt auf der Straße.

Als Gegenleistung für ein Jahr mietfreies Wohnen hatte Gerz von allen Besuchern Mitarbeit an einem gemeinsamen Text erbeten: Jeden Tag schrieben sie auf Laptops eine Art Logbuch. Nach spätestens acht Minuten wurde der Text automatisch an einen zentralen Server verschickt, unwiederbringlich. Da die Teilnehmer auch Nachbarn zum Schreiben animierten, waren schließlich 800 Menschen beteiligt. Aus ihren aneinandergereihten Texten entstand ein 3000 Seiten starkes Buch. Später in der Diskussion sagte Gerz, seine Idealvorstellung bei dieser Art partizipativer Kunst sei ein Verhältnis von 80.000 Mitspielern – und 22 Zuschauern. Ein Konzept, das zweifellos nah an dem liegt, was Heiner Goebbels in seiner Keynote angeregt hatte. „Die ganze Gesellschaft muss kreativ werden“, sagte Gerz.

Die Podiumsdiskussion leitete Christiane Hoffmans mit einer Frage an **Udo Kittelmann** ein: Berlin nenne sich gern „arm aber sexy“ – aber sei nicht die Kultur immer zuerst Leidtragende, wenn Städte sparen müssen? Museumschef Kittelmann sah das durchaus gelassen: Es gebe da einen Wettbewerb unter den kulturellen Einrichtungen; manches werde dann einfach nicht zukunftstauglich sein. Wie Heiner Goebbels hielt er gar nichts von Saturiertheit: „Berlin lebt von einer kreativen Form der Unsicherheit.“ **Deborah Carter** von PICNIC sagte voraus, dass die Städte auch und gerade auf kulturellem Gebiet zunehmend miteinander konkurrieren werden. Es werde zunehmend einen „flow of talents“ geben – ausgerichtet an Projekten, die in den Städten initiiert werden.

**Reinhard Krämer** vom nordrhein-westfälischen Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport nannte praktische Beispiele für solche anziehenden Initiativen: Kunst im öffentlichen Raum, die den Umbau eines alten Abwasser-Fluss-systems begleitet, namhafte Künstler zur Arbeit in der Region lockt und auf große Sympathie bei der Bevölkerung stößt. „Kreativquartiere“, die junge Leute ins Ruhrgebiet ziehen

which needs to be far more at the focus of politicians who still tend to concentrate more on technological solutions. This, in turn, would require more “art laboratories” especially at the “interfaces of business, academia and the community”.

**Jochen Gerz** then gave an example of an artistic intervention within urban space, using his project “2-3 Streets”. The idea was to invite creative people from around the world to the Ruhr Area where they then spent a year living for free in flats that had problems attracting tenants and which had been freshly redecored for their stay. These flats were situated in areas which were considered problematic, with a large number of empty properties and in need of refurbishment. “The purpose was not to set up an artists’ colony,” said Gerz, “it’s just that there were some people who said: I am creative.” They eventually numbered 78, coming from 20 different nations in 2010, and spent a year in the Ruhr Area – in Duisburg, Mülheim and Dortmund. One aim, said Gerz, was to “change the streets”. The presence of the guests, their activities and their interaction with neighbours was intended to change things. He said he deliberately called it an “exhibition” – not an exhibition that is visited by people in a museum but where the people themselves become part of art within their own environment. The impact of art was not through a studio, a wall or a museum, but directly in the street.

In return for a year of rent-free residence, Gerz asked all visitors to help with the work on a joint project: Each day they made an entry into some kind of logbook on their laptops. After no more than eight minutes this text was automatically and irrevocably sent off to a central server. As the participants also encouraged neighbours to write in, the project eventually involved the participation of 800 people. The resulting output, back-to-back, added up to a 3,000-page book. Later in the discussion Gerz added that his ideal goal for this kind of participatory art was a ratio of 80,000 participants – and 22 spectators. This idea is undoubtedly very close to what Heiner Goebbels suggested in his keynote speech. “The whole of society must become creative,” said Gerz.

The panel discussion was started by Christiane Hoffmans with a question for **Udo Kittelmann**: Berlin apparently enjoys calling itself “poor and sexy” – but isn’t culture always the first victim whenever a city needs to save? Kittelmann, the museum director, was relaxed about it: he said there was competition among cultural establishments, and some are simply not fit for the future. Like Heiner Goebbels, he thought very little of saturation: “Berlin thrives on creative insecurity.” **Deborah Carter** (PICNIC) predicted that cities would increasingly be in competition with each other, partly and especially also in the cultural sphere. There would be an increasing “flow of talents” with a focus on projects initiated in the cities.

**Reinhard Krämer** from the North Rhine-Westphalian Ministry of Family, Children, Youth, Culture and Sport, gave some practical examples of such magnetic initiatives: art in a public space, executed in conjunction with the reconstruction of an old wastewater system where sewage was discharged directly into the river, attracted several renowned artists to come and work in the region, where they were welcomed warmly. Such “creative quarters” attract young people to the Ruhr Area who are then encouraged to stay through the

und durch Förderung zum Bleiben veranlassen. Dass solche „Nachhilfe“ in der Tat noch nötig ist, unterstrich Folkwang-Rektor **Kurt Mehnert**: Der raue Charme des Ruhrgebiets sei zwar da, aber keineswegs offensichtlich. Auch bei auswärtigen Folkwang-Studenten habe man die Erfahrung gemacht, dass man ihnen helfen muss, die Vorzüge und das kreative Potential der Region zu entdecken und geeignete Arbeitsbedingungen für sich zu finden. Dieser Fokus auf Orte und Arbeitsbedingungen allerdings ließ bei **Hermann Vaske** ein wenig die Alarmglocken schrillen. Vorsichtig mahnte er, bei solchen Überlegungen das aus seiner Sicht Wesentliche nicht zu vergessen: „Im Zentrum steht immer die Idee – egal wo“. Damit waren beide Seiten der Medaille prägnant beschrieben: Ideen brauchen kreative Orte zur Entfaltung, doch die schönsten Kreativquartiere sind leer ohne Ideen.

Überraschend vehement unterstützte ausgerechnet der Berliner Museumsleiter Kittelmann die provozierende These Heiner Goebbels: Basis für die kulturelle Zukunft sei die sogenannte Subkultur. Eine Picasso-Ausstellung brauche längst keine Förderung mehr, „sondern das, was nachwächst“. Als Deborah Carter von einer interessanten Kooperation mit einem großen Automobilhersteller berichtete, fragte Moderatorin Hoffmans, ob Kunst dabei nicht Gefahr laufe, Mittel zum Zweck zu werden, zur „Bespaßung“ des Publikums. Auch an dieser Stelle erwies sich Kittelmann als besonders streitbar: Die Autonomie der Kunst sei durch Zusammenarbeit mit der Wirtschaft keineswegs gefährdet. Solche Kooperation sei längst selbstverständlich, und jeder könne sich schließlich seine Partner sorgfältig aussuchen.

Jochen Gerz’ utopisch klingende Forderung, die ganze Gesellschaft müsse kreativ werden, stieß auf Sympathie bei Reinhard Krämer, in ganz praktischem Sinn: Angesichts des Wandels zu einer Ideen-Gesellschaft müsse auch die Ausbildung der Kinder und Jugendlichen verändert werden: „Wir müssen Kreativität als solche lehren“.

provision of funds. The need for such “special assistance” was underlined by **Kurt Mehnert**, Vice Chancellor of the Folkwang University: The rough charm of the Ruhr Area, he said, is by no means obvious. Even with Folkwang students from outside the area, experience has shown that they need to be helped to discover the benefits and the creative potential of this region and to find suitable working conditions for themselves. This focus on specific places and working conditions, however, rather rang an alarm bell with **Hermann Vaske**. He cautiously urged that such considerations should never lose sight of the most central points: “Everything always centres around an idea – no matter where.” This very aptly describes both sides of the coin: Ideas need creative places where they can develop, but even the most beautiful creative districts remain empty without ideas.

Surprisingly, the provocative statement by Heiner Goebbels was supported particularly strongly by the Berlin museum director Kittelmann: Culturally, he said, the future is based on so-called subcultures. It has long been the case that a Picasso exhibition can do without sponsorship, whereas this is clearly a necessity for “anything that is still growing”. When Deborah Carter reported on an interesting joint venture with a major automotive manufacturer, the presenter Hoffmans asked if this might not pose a risk to art, as it could become a means to an end, to “provide entertainment” for the audience. In his reply Kittelmann was quite adamant: The autonomy of art, he said, was by no means at risk from collaboration with business. Such collaboration has long been taken for granted, and everyone is free to choose their partners very carefully.

Jochen Gerz’s utopian-sounding plea that the whole of society should become creative was welcomed by Reinhard Krämer in a very practical sense: Considering that society is becoming transformed into a society of ideas, this should also lead to changes in primary and secondary education: “We must teach creativity as such.”



# ERFOLGSMODELLE KOPIEREN & EINFÜGEN

SESSION 3

## COPY & PASTE SUCCESSFUL MODELS

SESSION 3

Der Wandel durch Kultur und Kreativität wird nun schon seit einigen Jahren in vielen Städten der Welt erprobt – mit mehr oder weniger Intensität, mit mehr oder weniger Erfolg. Städte und Regionen, die sich im Wettbewerb unter den "kreativen Orten" neu positionieren oder nach frischen Impulsen suchen, müssen nicht immer das Rad ganz neu erfinden. Es schadet nichts, wenn man nach Beispielen schaut, wenn man aus Fehlern Anderer lernt und sich zu eigen macht, was Erfolg hat. Modern gesprochen: „copy and paste“ bei der Entwicklung von Konzepten. Und durchaus erfolgversprechend, sofern man die gefundenen Ideen sinnvoll adaptiert und sorgfältig auf das eigene Umfeld abstimmt. Am Nachmittag der Essener Tagung wurden deshalb zwei Studien vorgestellt – eine im Auftrag des Forum d'Avignon und eine im Auftrag von RUHR.2010/ecce, die untersuchten, wie ausgewählte Städte erfolgreich kulturelle Projekte initiierten und als Motoren für einen positiven Wandel nutzten. Gutachten wie diese zeigen, dass beide Foren sich den wichtigen Zukunftsfragen auf faktenorientierter, wissenschaftlicher Grundlage widmen.

### EINE FRAGE DER VERBINDUNG

Den Anfang machte Städteforscher **Charles Landry**. Er hatte die Städte Lille, Bologna, Liverpool, Bilbao, Krakau sowie die Ruhrregion noch einmal betrachtet, und zwar unter der Überschrift: „A Question of Interconnection“. Es gehe nämlich beim kulturellen Wandel durch Kreativität nicht um isolierte Phänomene und Projekte. Gerade bei der Kunst und Kreativität seien Verbindungen – und Verwicklungen – weit komplexer und interessanter, als man auf den ersten Blick meinen könnte. So fänden sich in scheinbar nüchternen Bereichen wie elektronischem

Transformation through culture and creativity has been tried and tested in many cities for many years now – with varying levels of intensity and with varying degrees of success. Cities and regions that are repositioning themselves in the market of creative venues or which are looking for fresh stimuli no longer need to keep reinventing the wheel. There is no harm in looking for good examples, learning from the mistakes of others and taking on board whatever has been successful. To put it in modern parlance, it is good to "copy and paste" ideas that have been developed. And it is indeed a very promising method as long as ideas are sensibly adapted and carefully adjusted to suit each specific environment. In the afternoon of the Essen conference two studies were therefore presented, one on behalf of the Forum d'Avignon and another on behalf of RUHR.2010/ecce, showing how selected cities had successfully initiated cultural projects which they then used as engines of positive transformation. Reports of this kind show that both forums focus on important future issues while being based on a factual, scholarly foundation.

### A QUESTION OF INTERCONNECTION

The first one to speak of was **Charles Landry**. He had taken a look at the cities of Lille, Bologna, Liverpool, Bilbao, Cracow, and also the Ruhr Area under the heading: "A Question of Interconnection". After all, cultural transformation through creativity is not a matter of isolated phenomena and projects. Especially in art and creativity the interconnections – and complications – are far more involved and more interesting than might appear at first sight. Seemingly dry areas such as electronic commerce, order tracking and supply chain



Handel, Warenverfolgung und Logistik nicht bloß mathematische Kalkulation und IT-Expertise, sondern auch künstlerische Impulse: Visualisierungen, Klang, Design „haben erheblichen Einfluss auf die Wirtschaft und die ganze Gesellschaft“. In der Stadt Lille, die beim Wandel stark auf e-commerce setzt, habe er daher festgestellt: Selbst bei einer solchen Spezialisierung braucht man Kreative aus allen künstlerischen Sparten.

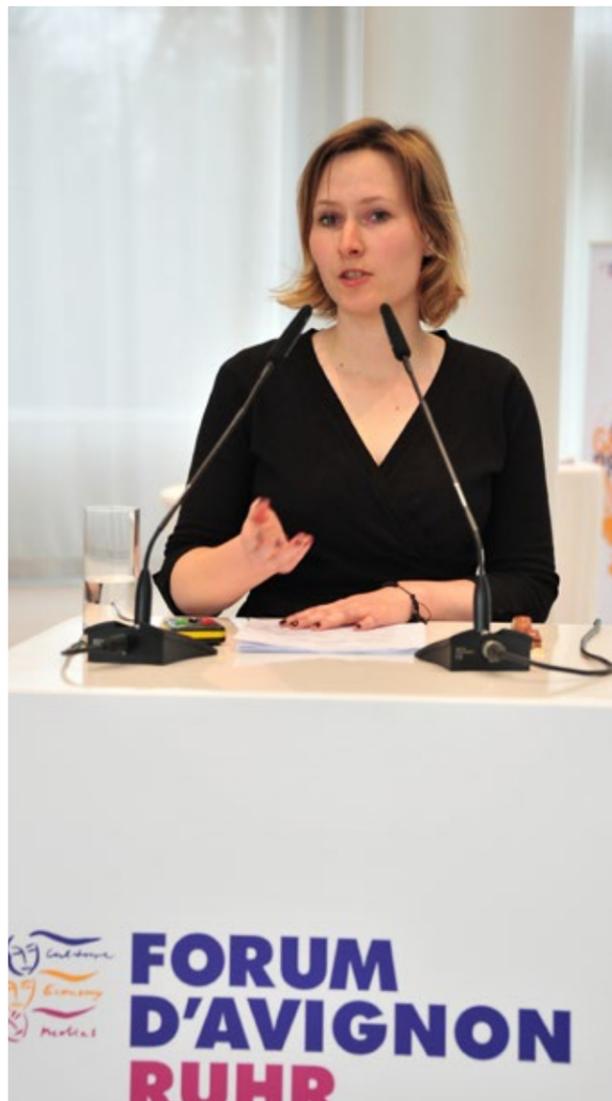
Eine ähnliche Beobachtung machte Landry im Blick auf Stadtplanung: Alle sechs Städte hätten sich von der nicht seltenen Fokussierung auf Gebäude und Infrastruktur gelöst und verstanden: Über das Technische und Funktionale hinaus geht es um Inhalte und um sinnliche Faktoren, um atmosphärischen Raum für Ideen. Dies um so mehr, als dass die Tendenz eindeutig von zentralen Strukturen weg und zu dezentralen Verknüpfungen gehe: viele Ideen aus verschiedenen Quellen, viele Beteiligte und Produzenten. Das funktioniere nur, wenn eben ein für alle inspirierendes Umfeld geschaffen wird.

Das Vernetzen von Menschen aus ganz verschiedenen Feldern sieht Charles Landry in allen sich wandelnden Städten als entscheidenden Faktor. Dass es dabei ein chaotisches Element geben kann, räumt er ein. Es sei daher wichtig, dass sich die Handelnden im Allgemeinen auf eine gemeinsame Strategie einigen, ohne dass Übereinstimmung in Details herrschen müsse. Eindeutig von Vorteil sei es, wenn sich dabei „leadership“ bemerkbar macht. Dieser Prozess, so Landry, sei grundsätzlich in kleineren Städten leichter zu steuern als in den Megacities. Städte aus der zweiten, dritten, ja aus der vierten und fünften Reihe hätten vergleichsweise gute Chancen, sich auf diese Weise als lebenswerte Orte zu profilieren.

management are not just a matter of mathematical calculations and IT expertise, but they can also provide artistic stimuli: Visualisations, sound and design "have a considerable impact on industry and on society as a whole". In Lille, where the transformation is very much geared towards e-commerce, he noticed that even this kind of specialisation requires creative talents from all artistic disciplines.

Landry said he had observed something similar in urban planning: All six cities had moved away from the frequent focus on buildings and the infrastructure, because they had understood that there is more to it all than technology and functionalism, that it is a matter of content, of appealing to the senses and of providing the right atmosphere and space for ideas. This is all the more true as there is a distinct tendency to move away from centralised structures towards decentralised interconnections, based on lots of ideas from many different sources and involving numerous participants and producers. However, this will only work if an environment is created that inspires everyone.

What Charles Landry sees as the decisive factor in all the cities which have transformed themselves is a network of people from totally different spheres. He admits that this may involve an element of chaos, and it is therefore important that the protagonists should generally agree on a joint strategy even if they may not all agree on the same details. It is clearly of benefit if there is some kind of "leadership" in all this. This process, said Landry, is much easier to control in relatively small cities than in megacities. Cities that come second, third or even fourth or fifth have apparently relatively good chances



ANNE MAGNUS, KURT SALMON UNTERNEHMENSBERATUNG  
ANNE MAGNUS, KURT SALMON ASSOCIATES

of gaining profiles as worthwhile places in this way. Good chances for a comeback, according to Landry, can be expected from cities which are "small enough to make it, yet big enough to be taken seriously".

There are several elements which Landry sees as indispensable for a successful transformation: being rooted in one's own identity and history while also being open to new things. Good networking both internally and externally. Room for learning and for self-realisation. Inspiration. Quite often, it is a matter of striking the right balance between extremes: Education and entertainment. Buildings and contents. Mainstream and fringe. City centre and suburbs. Tradition and new things. So there are lots of opportunities that need to be explored in an exchange between very different and creative people.

### HOW CULTURE PAYS OFF

The results of a further study were presented by **Jean Pascal Vendeville** and **Anne Magnus** from Kurt Salmon Consultants. Acting for the Forum d'Avignon, they interviewed decision-makers in 47 cities throughout the world, asking them how and for what reasons they invested in culture.

The authors identified four main types of cultural investment: (1) Traditional investment in buildings and in the restoration of monument-like arrangements, (2) traditional sponsorships of festivals, concerts, works of art and collections, (3) highly contemporary forms of direct investment in creative business, and (4) the relatively new method of investing in an attractive environment that will draw creative business.

Such investments can pay off simply and immediately, as shown in Bilbao where 132 million euros were spent on the Guggenheim Museum. Within a very brief period of time this investment was recovered as the museum attracted large numbers of visitors from all over the world and has since then developed into a steady source of revenue. Moreover, the repeatable character of this "Bilbao effect" has been demonstrated by the French city of Metz with its new art gallery, the Centre Pompidou. Here, too, streams of visitors from France and neighbouring countries are apparently bringing in a good deal of cash.

The study found a slightly different emphasis at the well-known opera festival in Aix-en-Provence – a mixture of cultural events, training initiatives and charity programmes. Here it has been repeatedly possible to obtain not only state subsidies but also large amounts from private investors throughout the world.

The authors of the study were particularly impressed by a four-year programme (2009 to 2012), entitled Dutch Design Fashion Architecture as an up-to-date example of cultural investment. The programme assists Dutch companies from those three sectors in finding contacts in four selected countries – China, India, Turkey and Germany – and in becoming established in those countries, which also helps to strengthen the creative industry in the Netherlands. Another worthwhile initiative was identified in Belgium where the Ministry of Economics worked with IBM on the digitisation of the country's Royal National Library. The long-term goal was to offer the resulting know-how as a service.

Besonders Städten, die „klein genug sind, es zu schaffen, und groß genug, um ernst genommen zu werden“, sagt Landry gute Chancen für ein Comeback voraus.

Mehrere Elemente sieht Landry als unerlässlich für den erfolgreichen Wandel an: die Verwurzelung in der eigenen Identität und Geschichte, gleichzeitig die Offenheit für Neues. Gute Vernetzung intern und extern. Raum fürs Lernen, für Selbstverwirklichung. Inspiration. Oft komme es entscheidend auf die richtige Balance zwischen Extremen an: Aufklärung und Unterhaltung. Gebäude und Inhalt. Mainstream und Fringe. Stadtzentrum und Vororte. Überliefertes und Neues. Lauter Möglichkeiten, die es im Austausch ganz verschiedener, kreativer Menschen auszuloten gelte.

### WIE KULTUR SICH BEZAHLT MACHT

Ergebnisse einer weiteren Studie stellten **Jean Pascal Vendeville** und **Anne Magnus** von der Kurt Salmon Unternehmensberatung vor. Sie hatten im Auftrag des Forum d'Avignon mit Entscheidern aus 47 Städten in aller Welt darüber gesprochen, wie und aus welchen Gründen sie in Kultur investierten.

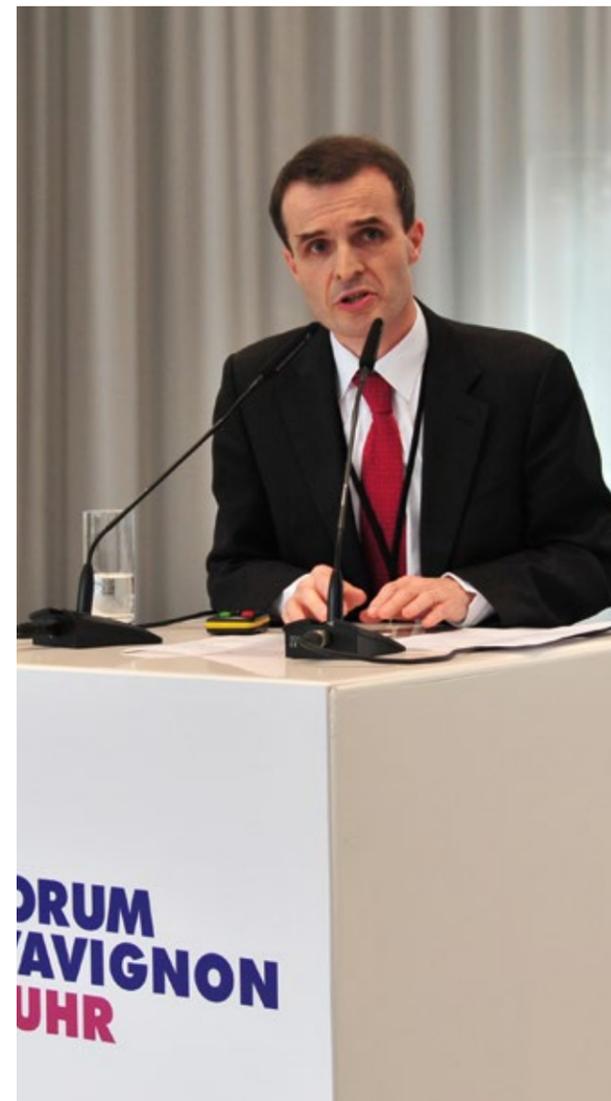
Die Studie fand vier Hauptarten des kulturellen Investments: 1. die gewissermaßen klassische Investition in Gebäude oder die Wiederherstellung denkmalwerter Ensembles, 2. die ebenfalls klassische Förderung von Festivals, Konzerten, Kunstwerken und Sammlungen, 3. die hochaktuelle direkte Investition in kreative Wirtschaft und 4. den noch neuen Weg, in ein attraktives Umfeld für anzusiedelnde Kreativwirtschaft zu investieren.

Solche Investitionen könnten sich auf ganz einfache Weise unmittelbar bezahlt machen, wie in Bilbao, wo sich die 132 Millionen Euro, die das Guggenheim Museum kostete, in kürzester Zeit durch den Besucherstrom aus aller Welt amortisiert hätten. Dass dieser „Bilbao-Effekt“ wiederholbar ist, habe die französische Stadt Metz mit ihrem neuen Kunstmuseum Centre Pompidou gezeigt: Auch dort brächten Besucherströme aus Frankreich und den Nachbarstaaten gutes Geld herein.

Einen etwas anderen Akzent fand die Studie beim bekannten Opernfestival in Aix-en-Provence. Dort mischt man kulturelle Ereignisse mit Initiativen zur Ausbildung und mit wohlthätigen Programmen. Dabei gelinge es immer wieder, über die staatlichen Zuwendungen hinaus hohe Geldbeträge von privaten Investoren aus aller Welt einzuwerben.

Sehr gelungen fand die Studie das vierjährige (2009 bis 2012) Programm „Dutch Design Fashion Architecture“ als Beispiel für die jüngste Art, in Kultur zu investieren. Es hilft niederländischen Unternehmen aus den drei genannten Sparten, in vier ausgewählten Ländern – China, Indien, Türkei, Deutschland – Kontakte zu knüpfen, Fuß zu fassen und damit die Kreativwirtschaft im eigenen Land zu stärken. Ebenfalls bemerkenswert erschien den Forschern eine Initiative des belgischen Wissenschaftsministeriums: Der Staat tat sich mit dem Unternehmen IBM zusammen, um die Bestände der Königlichen Nationalbibliothek digitalisieren zu lassen – mit dem langfristigen Ziel, das dabei erworbene Know-how künftig als Dienstleistung anbieten zu können.

An vielen Stellen fanden die Autoren vielversprechende Initiativen, um Kultur- und Kreativwirtschaft zu stärken. Doch bei vielen Kreativunternehmen fanden sie ein Manko: Es fehlen ihnen oft grundlegende Managementkenntnisse: Wie erstelle ich einen Businessplan? Wie etabliere ich meinen Marktwert? Wie finde ich Investoren? An dieser Stelle gebe es noch viel zu tun.



JEAN-PASCAL VENDEVILLE, KURT SALMON UNTERNEHMENSBERATUNG  
JEAN-PASCAL VENDEVILLE, KURT SALMON ASSOCIATES

The authors found numerous promising initiatives in many places – initiatives that were designed to strengthen the cultural and creative industry. At the same time, however, they also identified an important deficit in many creative businesses which apparently often lack the most basic management skills: How do you create a business plan? How do you establish your market value? How do you find investors? This is an area with considerable room for improvement.

# AUSBLICK AUF EIN DA CAPO

SCHLUSSWORTE

## OUTLOOK OF A DA CAPO

CLOSING DIALOGUE



DIETER GORNY MIT PAUL OWENS, BOP CONSULTING / DIETER GORNY WITH PAUL OWENS, BOP CONSULTING

Am Ende des arbeitsreichen Tages in Essen bat Moderator **Paul Owens** noch einmal **Dieter Gorny** auf die Bühne, Geschäftsführer von ecce und gewissermaßen deutscher Vater des internationalen Kindes Forum d'Avignon Ruhr. In einem kleinen Schlussdialog zogen die beiden ein Resümee des Tages.

Ein sehr wichtiges Thema, so Owens, sei wohl die Bedeutung von Offenheit und Zusammenarbeit gewesen: dass jeder aus seiner Nische hervorkommen muss. Absolut richtig, antwortete Gorny: „Das war für mich so etwas wie der rote Faden des Tages“. Nur mit Offenheit und dem Überschreiten fachlicher Grenzen sei es möglich, im Sinne Heiner Goebbels' kreative Zukunftslabore zu schaffen. Immerhin sei auch sehr deutlich geworden, dass „Kultur und Wirtschaft längst keine Gegner mehr sind“; da sei die Voraussetzung also schon geschaffen, gemeinsam etwas Neues zu beginnen.

Und dann, sagt Owens, sei ihm das „L-Wort“ aufgefallen: Leadership. Nur einmal sei es gefallen an diesem Tag, im Vortrag von Charles Landry. Und doch scheine es ihm sehr wichtig zu sein angesichts der Herausforderung: „Mir scheint, dass wir Führung brauchen in diesem kreativen Prozess, Leadership aus allen Sparten.“ Gorny stimmte zu: Natürlich gehe es um die Zusammenarbeit einer Vielzahl von Individuen.

At the conclusion of this intensive day in Essen, **Paul Owens**, the presenter, asked **Dieter Gorny** to come back on the platform. Dieter Gorny is the Managing Director of ecce and, in a way, the German father of the international child Forum d'Avignon Ruhr. In their brief final dialogue the two men presented a summary of the day.

One important topic, said Owens, was undoubtedly the importance of openness and collaboration: everyone needs to come out of their niche. Gorny agreed: "Absolutely true, for me this was something like the central theme of the day." Creative future laboratories – as envisaged by Heiner Goebbels – can only be set up if there is openness and if borders are broken down between professional disciplines. After all, it had become very clear that "culture and business are no longer enemies", so that the conditions are already in place to start working on new things and to do so together.

Owens added that he had noticed the L-word: leadership. It had only occurred once throughout the day, in Charles Landry's talk. And yet he felt it was an important one in view of the present challenge: "It seems to me that we need leadership in this creative process – leadership from all disciplines." Gorny agreed: Obviously a large number of



Doch auch wenn es modisch sei: Dass die Lösung sich irgendwie in der Schwarmintelligenz ergebe, glaube er nicht. „Wir brauchen individuelle Führung auf verschiedenen Ebenen, und wir sollten diese Art von Führung organisieren. Das wird ein Schlüssel des Prozesses sein.“

Schließlich, sagte Owens, wolle er noch den Optimismus ansprechen. Nicolas Seydoux habe ihn erwähnt. Man habe sich sehr an Pessimismus und Gedrücktheit gewöhnt. Aber gebe es in Europa nicht tatsächlich genug Anlass zu Optimismus? „Unsere Talente, unsere Geschichte – die Möglichkeiten sind doch grenzenlos, oder?“ Das alles sei in der Tat ein großes Pfund, mit dem Europa wuchern könne, sagte Dieter Gorny. Und in Deutschland gebe es tatsächlich eine hervorragende kulturelle Infrastruktur, auf die man mit Neuem aufbauen könne. Die Diskussion darüber könne man daher mit Optimismus führen – und mit Leidenschaft. Die sei bei alledem unerlässlich.

Um ein Schlusswort zur ersten Tagung des Forum d'Avignon Ruhr gebeten, sagte Dieter Gorny: „Wäre ich ein Musiker, würde ich es so zeichnen: eine doppelte Linie mit zwei Punkten. Was bedeutet: Wir können das wiederholen.“

individuals will need to work together. And although it may be fashionable, he did not believe that the solution could somehow be found in swarm intelligence. "We need individual leadership at a variety of levels, and we would do well to organise this kind of leadership. In fact, it will be key to this process."

Finally, said Owens, he wanted to add a few words about optimism. Nicolas Seydoux had already mentioned it. Everybody had apparently got used to all the gloom and doom. But surely, there are lots of reasons for optimism in Europe. "Our talents, our history – the opportunities are endless, aren't they?" All this, said Dieter Gorny, is something to be proud of and to be exploited in Europe. And Germany does indeed have an excellent cultural infrastructure which clearly allows new developments. The debate on this point can therefore be conducted with optimism – and with passion. In fact, passion is indispensable in all this.

When asked for a closing statement on this first conference of the Forum d'Avignon Ruhr, Dieter Gorny said: "if I were a musician, I would now draw two parallel vertical lines with two dots, meaning: Let's repeat it."

# WHY ARE YOU CREATIVE?

EINE AUSSTELLUNG VON HERMANN VASKE

# WHY ARE YOU CREATIVE?

AN EXHIBITION BY HERMANN VASKE



AUSSTELLUNGSMACHER HERMANN VASKE  
EXHIBITION ORGANISER HERMANN VASKE

Hermann Vaske ist Filmemacher, Autor, Werbetreibender – und gehört somit ganz sicher zu den kreativen Menschen, weil gleich mehrere gängige Definitionen eines „Kreativen“ auf ihn zutreffen und sich in seiner Vita überschneiden. Die Frage, warum jemand kreativ ist, treibt Vaske schon seit vielen Jahren um. Irgendwann entschloss er sich, die scheinbar simple Frage zu stellen, immer wieder, in der ganzen Welt, im Gespräch mit bekannten, auf ganz unterschiedliche Art kreativen Menschen: „Why are you creative?“ Es antworteten etwa 400 Menschen, darunter Berühmtheiten wie Christo, Helmut Newton, Günter Grass, Michail Gorbatschow und der Dalai Lama.

Aus den Antworten – im Videointerview und in Form kleiner Botschaften auf Papier – entstanden eine TV-Serie im deutsch-französischen Kultursender arte und ein Buch. Für beides wurde Vaske schon 2002 auf dem Filmfestival Cannes ausgezeichnet. Bei dieser Gelegenheit gab es auch schon eine Ausstellung mit Videos und mit einigen der phantasievoll geschriebenen, gezeichneten oder collagierten Selbstauskünfte.

Dass auch zur Tagung des Forum d'Avignon Ruhr eine Ausstellung mit ausgewählten Antworten auf die Frage aller Fragen im SANAA-Gebäude eröffnet wurde, ist natürlich kein Zufall und hat eine mehrjährige Vorgeschichte.

Hermann Vaske is a film maker, author and advertiser and therefore undoubtedly a creative worker. After all, he fits several standard definitions of a "creative worker", all of which are reflected in his life. The question as to why someone should be creative has interested Vaske for a number of years now. There came a point when he began to ask a question that appeared to be very simple – again and again, throughout the world, in his conversations with well-known people who were all creative in very different ways: "Why are you creative?" About 400 people answered, including celebrities such as Christo, Helmut Newton, Günter Grass, Mikhail Gorbachev and the Dalai Lama.

The answers – in the form of video interviews and short messages on paper – led to a TV series (shown by the German-French cultural channel arte) and also a book. Both achievements earned Vaske an award at the Cannes Film Festival as early as 2002. On this occasion an exhibition was presented, showing videos and people's messages about themselves that had been imaginatively written, drawn or compiled into collages.

It is by no means a coincidence that an exhibition of selected answers to this question of all questions was shown at the



Wandel durch Kultur im Allgemeinen und die wachsende Rolle der Kreativwirtschaft waren entscheidende Themen des Kulturhauptstadtjahrs RUHR.2010. Und deshalb wurde im Rahmen des Kulturhauptstadtjahrs auch ecce gegründet, das europäische Zentrum für die Kreativwirtschaft.

Ein Kind von ecce wiederum ist LABKULTUR.TV, ein Webmagazin, das sich ganz auf das Thema „Wandel durch Kultur“ spezialisiert. Und dieser Webchannel hat seit 2010 Hermann Vaske's Videos zur Frage „Why are You Creative?“ im Programm.

Längst stellt Hermann Vaske die Frage nicht mehr nur ausgewiesenen Künstlern und Prominenten. Er sucht mit seinem „Emotional Network“ nach den Quellen des Kreativen in Jedermann. Denn, so sagte er im März 2012 zur Eröffnung der Ausstellung beim Forum d'Avignon Ruhr: „Dass Künstler ein Monopol auf Ideen hätten, ist Mumpitz.“ Genau diese Feststellung, wenngleich in etwas akademischerer Form, wurde auch mehrfach im Verlauf des Forums gemacht.

SANAA-Building on the occasion of the Forum d'Avignon Ruhr conference – and it has its own specific history, dating back several years. During the year as a "Capital of Culture", RUHR.2010, there was a focus on two central themes: change through culture in general and the growing role of the creative industry in particular. This is also why ecce was founded during that year – the European Centre for Creative Economy.

ecce, in turn, gave birth to LABKULTUR.TV, an innovative web channel that specialises entirely in "change through culture". Since 2010 this web channel has also included Hermann Vaske's videos on the question: "Why Are You Creative?"

Quite a while ago Hermann Vaske stopped restricting this question to established artists and celebrities. He set up an Emotional Network that seeks to identify sources of creativity in everyone. When he spoke at the opening of the exhibition for the Forum d'Avignon Ruhr in March 2012, he said: "It's complete balderdash that artists should have a monopoly on ideas." This statement, albeit formulated in somewhat more scholarly words, was also made several times in the course of the Forum.

# SO KREATIV FRAGEN STUDENTEN

ESSAYS

## SOME CREATIVE QUESTIONS ASKED BY STUDENTS

ESSAYS

Es gehört seit jeher zu den Prinzipien des Forum d'Avignon, dass Fachleute ganz verschiedener Richtungen miteinander ins Gespräch kommen. Natürlich gilt dieser Grundsatz auch für den deutschen Ableger dieser Diskussionsplattform, das Forum d'Avignon Ruhr. Bei den Vorbereitungen zum Essener Kongress entstand die Idee, diese Öffnung auf Menschen auszudehnen, die sich zwar schon einer Disziplin verschrieben haben, aber noch nicht als Fachleute etabliert sind: Studenten, junge Menschen also, die in wenigen Jahren zu den Trägern eben jenes Wandlungsprozesses gehören können, der im Forum vorangetrieben werden soll.

Die Einladung richtete sich vornehmlich an Studenten des Kultur- und Medienmanagements, der Kommunikationswissenschaften, der Raum- und Stadtplanung, der Kultur- und Wirtschaftswissenschaften. Aber auch Studenten anderer Fächer waren willkommen. Das Forum konnte Städteforscher Charles Landry dafür gewinnen, den Studenten im Rahmen eines Workshops nicht nur grundlegende Thesen über kreative Orte vorzustellen, sondern auch Einblick in seine Arbeitsweise zu bieten. Als „Eintrittskarte“ zum Workshop sollten Essays dienen, mit denen sich die Interessierten bewarben. Titel: "Fortschritt gestalten – Strategische Partnerschaften für Kultur und Wirtschaft in einer digital vernetzten Gesellschaft".

Siebzehn Studenten aus mehreren Ländern, von verschiedenen deutschen Hochschulen, versammelten sich schließlich einen Tag vor Beginn des Kongresses in einem Seminarraum des SANAA-Gebäudes in Essen. Sie hörten eine – wie stets unterhaltsame – Einführung ins Thema von Charles Landry und konnten anschließend in Arbeitsgruppen Fragen dazu entwickeln. Zum Beispiel: Nach welchen Kriterien bewertet Landry das

It has always been one of the principles of the Forum d'Avignon that experts from a variety of disciplines should get to talk to one another. Needless to say, this principle also applies to the German branch of the discussion platform, the Forum d'Avignon Ruhr. When the convention was being prepared in Essen, the idea arose that this open approach should be extended to include people who specialised in certain disciplines but who had not yet become established as experts: in other words, students and young people who, in a few years' time, may well be part of that transformation which is being promoted by the Forum.

The invitation was primarily directed at students of cultural and media management, communication sciences, urban planning and development, cultural studies and economics. However, students from other disciplines were equally welcome. The Forum succeeded in winning urban researcher Charles Landry for a workshop where students were shown some basic hypotheses about creative cities and also some insights into the way he worked. The "admission ticket" to the workshop was to be an essay written by each of the interested students as part of their application. The title was: "Creating Progress – Strategic Partnerships for Culture and Business in a Digitally Networked Society".

Finally, one day before the convention, 17 students from several different countries and from various German universities gathered in a seminar room of the SANAA-Building in Essen. They were given an introduction by Charles Landry to his subject area – presented, as usual, in a very entertaining style – and were then asked to formulate questions in several workgroups. For instance: What are Landry's criteria for



kreative Potenzial untersuchter Städte? Welches sind brauchbare Indikatoren? Geht es nur um Dinge, die bereits als „kreativ“ markiert sind? Woher kommt überhaupt der Begriff „Kreativwirtschaft“? Wie offen sind untersuchte Städte, wenn er angebliche Vorzüge näher untersuchen will? Gibt es nicht oft Diskrepanzen zwischen behaupteter Kreativität und der Realität? Was sind bei der Stadtentwicklung Alternativen zum Konzept der Kreativwirtschaft? Gibt es Städte ganz ohne Potenzial? Wie ist es mit der Rolle der Subkultur, fernab glitzernder Schauprojekte? Wie kann man den angestrebten Wandel mit ökologischer Nachhaltigkeit verbinden? Welche Rolle kann ich als junger Stadtplaner übernehmen? Wie kann ich die Menschen zur Mitwirkung animieren? Wie die Starrheit der Bürokratie überwinden oder verändern?

Natürlich kamen die Studenten nicht ohne Vorwissen in diesen Workshop. Das zeigte sich in den Bewerbungsesays, die sich als hochinteressantes Material erwiesen. Da finden sich kleine, wissenschaftliche Ausarbeitungen mit unterschiedlichen Ansätzen bis hin zur scharfen Kapitalismuskritik, Schilderungen von positiven Fallbeispielen in so unterschiedlichen Städten wie Stuttgart, Abu Dhabi, Peking und Lviv, aber auch die satirische Polemik über eine Stadt, in der die kreative Neuerung schiefe gegangen sei. Auffallend ist die Besorgnis mehrerer Autoren, dass Konzepte und Prozesse des kreativen Wandels ohne ausreichende Beteiligung der „einfachen“ Bevölkerung laufen könnten. Diese Warnung könnte man durchaus als einen Appell der Studenten an die Tagenden des Forums und darüber hinaus auffassen – wobei sie sich in auffallender Weise treffen mit einer ähnlichen Bemerkung des Essener Oberbürgermeisters Reinhard Paß zu Beginn der Tagung. Wir geben die Aufsätze der Studenten hier ungekürzt und in alphabetischer Reihenfolge wieder.

assessing the creative potential of a city? What are useful indicators? Does this only concern things which have already been specified as "creative"? Where does the concept of a "creative industry" actually come from? How open are the relevant cities when Landry attempts to study their supposed benefits? Aren't there often discrepancies between the creativity that is claimed and the actual reality? What are the alternatives in urban development to the idea of a creative industry? Are there cities without any potential whatsoever? What about the role of a subculture, far away from all the glamorous show projects? How can the envisaged transformation be combined with environmental sustainability? What might be my role as a young urban developer? How can I encourage people to take part? How can we overcome or change the rigidity of red tape?

Obviously, students did not come to this workshop without previous knowledge. This was reflected in the application essays which turned out to be highly interesting material. They ranged from short academic papers with a variety of approaches to a scathing critique of capitalism, while others presented positive case studies of very different cities such as Stuttgart, Abu Dhabi, Beijing, Lviv and also a satirical article about a city where creative reinvention went completely wrong. Several authors expressed noticeable concern that the ideas and processes of creative transformation might be developed without any adequate participation of "simple" citizens. This warning might indeed be understood as an appeal of the students to conference delegates and beyond. Interestingly, it coincided with a similar comment made by the Mayor of Essen, Reinhard Paß, at the beginning of the conference. The students' essays have been published here in unabridged form and in alphabetical order.

## DEBORAH BRINKSCHULTE, UNIVERSITÄT STUTTGART

Der positive Einfluss interdisziplinärer Ansätze und sektorenübergreifender Kooperationen auf den (kulturellen) Transformationsprozess einer Stadt

Dem Vorbild anderer Städte folgend hat der Gemeinderat Stuttgarts sich entschlossen, kulturelle Leitlinien für die Stadt zu erstellen. Das vom Medien- und Kulturausschuss initiierte offene Forum "Kultur im Dialog" ermöglicht interessierten Kulturschaffenden und Bürgern die Partizipation bei der Entwicklung eines Katalogs mit Empfehlungen für diese Leitlinien. Sechs Arbeitsgruppen mit verschiedenen Schwerpunkten decken dabei die eine große thematische Bandbreite ab.

Im Gegenzug profitiert der Gemeinderat von einem umfassenden Einblick in Erfahrungen und Wünsche engagierter Bürger und Kulturschaffender sowie deren Kompetenzen. Das Spektrum der kulturschaffenden Teilnehmer deckt dabei alle Bereiche vom freischaffenden Künstler über Angehörige von Kultur- und Bildungseinrichtungen bis hin zu Architekten und Stadtplanern ab. Gemeinderats- und Ausschussmitglieder begleiten und moderieren die Veranstaltungen gemeinsam mit der Bürgerstiftung Stuttgart. Wechselnde Experten ergänzen die Runden, berichten als Impulsgeber aus eigenen Erfahrungen oder Fachbereichen und schaffen damit eine gemeinsame Diskussionsgrundlage.

Das Zusammenwirken der Teilnehmer – teilweise sind sie auch Kulturschaffende, Bürger und/oder Experten in Personalunion – führt zu vielfältigen und zugleich fundierten Vorschlägen. Die besondere Vielfalt resultiert dabei nicht aus einer Sammlung der Vorschläge aus den Reihen der vielschichtigen Teilnehmerschaft, sondern ist vor allem die Folge einer offenen, fachübergreifenden Diskussion und gemeinsamen (Weiter-)Entwicklung der vorhandenen Ideen hin zu teilweise unkonventionellen und dadurch authentisch-individuellen Konzepten. Der Abgleich mit dem Expertenwissen macht diese zu sachkundigen Vorschlägen für – in diesem Fall – den Empfehlungskatalog.

Neben diesen auch allgemein zu beobachtenden Phänomenen interdisziplinärer Ansätze wird in diesem durch Bestandssituation, Teilnehmerkreis und Organisations- und Ablaufkonzept spezifischen Fall mittels der Einbeziehung direkt Betroffener – anstelle einer Diskussion über die möglichen Wünsche derselben – eine hohe Motivation der Teilnehmer erreicht, was zu einer besonderen Identifikation mit dem Ergebnis und dadurch zu weiterem Engagement und einer Form der "Qualitätskontrolle" führen kann. Die Vernetzung von Ideen und Wünschen einerseits und gebündelten Potenzialen, Kenntnissen und Fähigkeiten andererseits kann die Grundlage für neue konstruktive Initiativen oder Projekte bilden, die mit einem anderen Blick und Verständnis als dem der Gemeinde weitere Impulse für die kulturelle Entwicklung der eigenen Stadt liefern.

Beachtenswert ist, dass die heterogene Gruppenzusammensetzung ein Bewusstsein für die kulturellen Alternativen und (lokalen) Potenziale schafft und damit maßgeblich zum Erhalt bzw. Ausbau der kulturellen Vielfalt einer Stadt beiträgt, deren Schwerpunkt sonst eher auf Hochkultur – wie den renommierten Staatstheatern und einer internationalen anerkannten Museumslandschaft sowie wissenschaftlicher Hochschulbildung – liegt. Darüber hinaus kann die Zusammenarbeit und der Austausch mit kulturferneren Teilnehmern zur Entwicklung von Konzepten

## DEBORAH BRINKSCHULTE, UNIVERSITY OF STUTTGART

The positive impact of interdisciplinary approaches and cross-sectoral joint ventures on (cultural) transformation processes in a city

Following the example of other cities, Stuttgart City Council decided to set up cultural guidelines for itself. Thanks to the forum Kultur im Dialog, which was initiated by the city's Media and Culture Committee, it is possible for anyone who is interested – culturally creative individuals and other citizens – to help in the development of a catalogue of recommendations for these guidelines. The vast thematic breadth is covered by six work groups, each of them focusing on a different area.

In return, the City Council benefits from comprehensive insights into the experiences, wishes and expertise of committed citizens and culturally creative individuals. The spectrum of culturally creative participants covers the full range, from freelance artists through members of cultural and educational establishments to architects and urban planners. Meetings are facilitated and chaired by members of the City Council and its committees, together with the Stuttgart Citizens' Foundation. The quality of the sessions is further enhanced by inviting different experts to specific meetings, acting as sources of inspiration with reports on their own experiences or disciplines and creating a good basis for discussion.

Interaction between participants – of whom some are culturally creative individuals, citizens and/or experts at the same time – ensures that proposals are both diversified and sound. The special diversity is not the outcome of a collection of proposals from among the wide range of participants, but it is mainly due to an open, cross-disciplinary discussion and joint (further) developments of existing ideas, including quite a few models that are unconventional and thus both authentic and unique. By fine-tuning these results on the basis of expert knowledge, each proposal is of a professional standard by the time it enters the catalogue of recommendations.

In this specific case the situation itself, the group of participants, the organisational model and the general procedure ensure that the interdisciplinary approach (which can also be observed on a general scale) and especially the involvement of direct stakeholders lead to a high level of motivation, so that they can identify particularly closely with the results. This encourages them to continue their involvement and ensures some form of "quality control". By networking together ideas and wishes, on the one hand, and bundling people's potential, knowledge and skills, on the other, it is possible to obtain a good basis for new constructive initiatives and projects. These, in turn, can deliver further stimuli for the cultural developments of one's own city, and indeed from a different angle and with a different understanding than the City Council's.

It is particularly worth noting that the heterogeneous composition of the group creates an awareness of cultural alternatives and (local) potential. This contributes substantially to the preservation and/or expansion of cultural diversity within a city where the emphasis would otherwise tend to be on sophisticated cultural institutions such as

contributing, the low-threshold access to and/or a awareness for culture.

Schlussendlich beeinflusst der soziale Aspekt des durch den Austausch erhöhten Verständnisses von und für Kultur sowie das Anerkennen ihrer Relevanz den kulturellen Wandel und kann längerfristig zu einem Umdenken in Großbetrieben und/oder der Stadtverwaltung führen, die sich dadurch möglicherweise ihrer Verantwortung für die Stadt (wieder) bewusst werden und kulturelle Initiativen eher unterstützen. Eine durch vielfältige Teilnehmer hohe Präsenz des Themas in der Gesellschaft fördert diese Entwicklung.

## JAN BUNSE, TECHNISCHE UNIVERSITÄT DORTMUND

Fortschritt gestalten – der Bedarf an miteinander verbundenen Milieus

Top-down-Ansätze zur Förderung der Kreativwirtschaft im Ruhrgebiet – wie die Europäische Kulturhauptstadt und die daraus resultierenden Organisationen (ecce usw.) – haben sich als bedeutende Schritte hin zu einer besseren Vorbereitung auf zukünftige Herausforderungen erwiesen. Ein gemeinsames Bewusstsein für die Bedeutung von Kultur und Erfindergeist wurde geschaffen, indem erhebliche finanzielle Ressourcen für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung gestellt wurden. Nach den Feierlichkeiten im Jahr 2010 war ein merklicher Anstieg der künstlerischen Aktivität und Kooperation sowie der Zahl der Jugendkulturprojekte zu verzeichnen, mit denen Ideen zur Schaffung innovativer Orte umgesetzt werden sollen – wie in den anlässlich der Jahrtausendwende von Richard Florida oder Charles Landry veröffentlichten Werken gefordert. Doch es gibt auch Hindernisse.

In Westfalen wird Kreativität zuweilen immer noch mit brotloser Kunst, exzentrischem Lebenswandel, Faulheit und Mittellosigkeit gleichgesetzt. Man spürt nach wie vor einen gewissen Unwillen vonseiten der in traditionellen Denkmustern verhafteten Akteure und Entscheidungsträger. Wenn man sich Orte der Flexibilität und Offenheit wie Wellington (Neuseeland), Amsterdam (Niederlande) und Köln (Deutschland) anschaut, könnte man argumentieren, dass diese Städte als Orte abenteuerlicher Entdeckung, kollektiven Interesses an Innovation und funktionsfähiger Ideenmärkte ihre diesbezüglichen Eigenschaften bewusst pflegen. Gegenseitige Inspiration wird hier geschätzt und belohnt.

Gute Ideen – ob in Gesellschaft oder Wirtschaft – brauchen Zeit, um zu reifen. Zudem brauchen sie Feedback-Netzwerke, bevor sie sich zu Konzepten entwickeln können. Zusätzlich sind leistungsstarke Strukturen erforderlich, um eine praktische Umsetzung zu ermöglichen. In einem Umfeld, in dem die Arbeitszeit der Mitarbeiter unter dem Druck der internationalen Märkte steht, wird der Entwicklung ganzheitlicher Lösungen leider nur wenig Wert beigemessen. Der Schwerpunkt liegt allzu oft auf rein finanziellen Messgrößen. Bedauerlicherweise wird die Entwicklung einer gemeinsamen Identität in Bereichen, in denen der experimentelle Dialog aufgrund von Zweckbindung und ängstlich verteidigten Positionen nicht möglich ist, oft durch Individualismus und Isolationismus verhindert. Institutionen und Entscheidungsträgern fehlt es zudem häufig an Vorstellungskraft für komplexe kreative Strukturen, sodass häufig simplen, langweiligen Lösungen der Vorzug gegeben wird.

renowned state theatres, an internationally recognised museum landscape and the provision of higher education. Furthermore, collaboration and an exchange of ideas with less culturally focused participants can help to develop models which encourage greater cultural awareness and the lowering of access barriers.

By increasing an understanding for and of culture through such dialogue, an important social dimension is created. This dimension and the recognition of its relevance have an impact on cultural change. In the long term, this can lead to a new attitude at big companies and local authorities who may perhaps even become aware of their responsibility for the city and start supporting cultural initiatives (again). This development is boosted by a broad diversity of participants, so that the issue is widely represented within the community.

## JAN BUNSE, TU DORTMUND UNIVERSITY Creating Progress – the Need for Interconnected Milieus

The realisation of top-down approaches to nurturing creativity in the Ruhr Area – such as the European Capital of Culture and the resulting intermediate organisations (ecce, etc.) – has been a significant step towards a better preparation for future challenges. A shared sense of the importance of culture and inventiveness was created by spending large budgets on marketing and public relations. In the wake of the 2010 celebrations there was a noticeable increase in artists' initiatives, co-operation and cultural youth projects which are set to generate ideas for innovative place-making – as claimed in literature by Richard Florida or Charles Landry, published on the occasion of the millennium. Yet there are obstacles.

In Westphalia the word creativity still sometimes carries connotations of non-expedient artistry, an incoherent lifestyle, laziness and lack of funds. One can still sense a certain reluctance on the part of traditionally driven stakeholders and decision-makers. When we look at spots of flexible open-mindedness in places such as Wellington (New Zealand), Amsterdam (Netherlands) and Cologne (Germany), one might argue that if they are places of adventurous journeys, of collective interest in innovation and of well-functioning markets of ideas, then these are qualities which they have formed through habit. Mutual inspiration is appreciated and rewarded.

Good ideas – whether in the social or economic spheres – need time to mature, but they invariably require networks of feedback before they can develop into conceptual ideas, and they clearly need power structures so that they can be put into practice. Unfortunately, in spheres where the employees' working time is haunted by the pressure of international markets, not much value is placed on time taken for the development of holistic solutions. The focus tends to be on purely financial deliverables. Regrettably, in areas where experimental dialogue is impossible because of ring-fenced domains and anxiously defended positions, the rise of any common identity is often rendered impossible by individualism and isolationism. Sadly, institutions and officials often lack any creative imagination for complexities and therefore tend to favour plain and dull answers.

Es gibt jedoch ambitionierte Menschen, die bereit und in der Lage sind, prozessinhärente Widersprüche aufzuspüren und organisatorische Verbesserungen zu entwickeln. Derartige Personen finden sich naturgemäß in der wissenschaftlichen und kulturellen Elite und übernehmen eine Vordenkerrolle. Sie können auch in der öffentlichen Verwaltung, in privatwirtschaftlichen Unternehmen mit kulturellem Engagement, in neu entstehenden politischen Parteien und Freiwilligenorganisationen zu finden sein.

Meines Erachtens wurden bislang nicht genug ehrgeizige und kreative Talente entdeckt und gefördert. Die derzeit verfügbaren Optionen für kreatives Bürgerengagement sind enttäuschend. Zudem sind viele Bürger einfach nicht daran gewöhnt, kreativ zu sein. Sie treffen viel zu selten auf Inspiration und sind selten aufgefordert, ihre Kreativität zu zeigen. Auch wenn in Dortmund eine Menge helle Köpfe wohnen, wird das Stadtbild weitgehend als eher hässlich wahrgenommen. Nichtsdestotrotz werden derzeit ganze Wohnquartiere in Pastellfarben gestrichen, ohne dass zuvor eine Beratung in Fragen der Ästhetik eingeholt wurde.

Letztendlich geht es darum, innovative Konzepte zu entwickeln und umzusetzen. Für eben diese Umsetzung braucht es meistens finanzielle Mittel. In diesem Zusammenhang wäre ein größerer Markt für bezahlte Konzepte hilfreich. Nichtsdestotrotz meine ich, dass eine grundsätzliche Offenheit für innovative Konzepte, die zunächst keine Kosten verursachen, vonnöten ist. Wenn ein Akteur sich dann für eine Investition entscheidet, würde ich mir wünschen, dass es ihm nicht nur darum geht, sein eigenes Profil zu stärken oder eine Immobilie zum Luxusobjekt zu sanieren, sondern ein Signal für die Förderung einer kontinuierlichen und zuverlässigen Zusammenarbeit zu setzen. Die kreative Kapazität der Städte ist von wesentlicher Bedeutung für ihren nachhaltigen sozialen und wirtschaftlichen Erfolg – nicht nur im Hinblick auf die Produktion privater Güter und die Anhäufung von Kapital, sondern auch zur Schaffung einer inspirierenden Atmosphäre, die letztendlich einen positiven Beitrag zum Wohlergehen aller leistet.

## HILLA FRANKEN, HOCHSCHULE FÜR MUSIK UND THEATER HAMBURG

„Die Kulturindustrie leistet einen wertvollen Beitrag zur Wirtschaft und Wettbewerbsfähigkeit Europas. Kreativität ist die Grundlage sozialer und technologischer Innovationen und eine wichtige Antriebskraft für Wachstum und Arbeitsplätze in der EU.“

So lautet es auf der Internetseite der Europäischen Kommission bezüglich einer der drei Zielbereiche der Agenda für Kultur, welche im Dezember 2007 vom Europäischen Rat verabschiedet wurde. In diesem Punkt macht es sich die Kommission zur Aufgabe, die Kultur als „Katalysator der Kreativität (...), der Wirtschaft und des Wachstums der Beschäftigung“ innerhalb Europas zu fördern. Die Kulturindustrie trage nicht nur zur Wirtschaft, sondern auch wesentlich zur Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Staaten bei. Trotz dieser stolzen und zukunftsorientierten Erklärung gelten Kultur und Wirtschaft auch heute oft noch als nicht miteinander vereinbar. Ganz im Gegenteil - im Selbstverständnis vieler Kulturschaffender könnten diese beiden Bereiche nicht weiter voneinander entfernt liegen.

However, there are ambitious people who are willing and able to identify procedural contradictions and formulate organisational improvements. They can be found naturally among the academic and cultural elite who are intellectual pioneers. They might be found in public administration, in commercial companies with cultural engagement, in emerging political parties and in voluntary citizens' associations.

As I see it, not enough ambitious and creative talents have been discovered yet. The current options for creative civic engagement are poor. Although many citizens are simply not used to being creative, too little inspiration is reaching them, and they are rarely invited to show creativity. Although Dortmund is full of bright minds, its physical appearance is widely perceived as rather ugly. Nonetheless, entire housing estates are now being painted in pastel colours, without having invited anyone to provide aesthetic advice.

At the end of the day, innovative ideas need to be imagined and implemented. Quite often, however, implementation requires funds. It would therefore be expedient if we had a larger market for paid ideas. Nevertheless, I do believe that there needs to be a general open-mindedness towards innovative ideas that initially cost nothing. If stakeholders decide to invest, I would wish that they do so not for the sake of boosting their own profiles or to gentrify a given property, but as a signal to encourage ongoing, reliable cooperation. The creative capacity of cities is of tremendous importance to its sustained social and economic success – not only in the production of private goods and in the accumulation of capital, but also for the emergence of an empowering atmosphere that will eventually lead to common welfare.

## HILLA FRANKEN, HAMBURG UNIVERSITY OF MUSIC AND THEATRE

“The cultural sector makes a valuable contribution to Europe's industry and competitiveness. Creativity is the basis for social and technological innovation, and therefore an important driver of growth, competitiveness and jobs in the EU.”

These are the words on the website of the European Commission concerning the three focal areas of the Agenda for Culture, passed by the European Council in December 2007. The Commission has set itself the task of promoting culture as a “catalyst for creativity (...) for growth and jobs” in business within Europe. In this way the cultural sector not only makes a contribution to the economy, but it also helps to provide a major boost to the competitiveness of European states. Yet despite this proud, forward-looking declaration, culture and business are still seen as incompatible. On the contrary, many culturally active individuals would say that the two areas could not be further apart.

However, I do believe that virtually no cultural establishment can afford to ignore the business aspect today. This is why a cultural institution is no longer just headed by an artistic director, but also by a commercial manager. An economically healthy and well managed cultural enterprise can be an important factor in a local economy. Its presence can, for instance, create jobs which, in turn, will have a positive impact on the national economy and social system.

Ich bin jedoch der Meinung, dass kaum ein Kulturunternehmen es sich heute noch leisten kann, nicht wirtschaftlich zu denken. So sitzt an der Spitze einer Kulturinstitution heutzutage nicht mehr nur der Intendant oder der Direktor, sondern auch der kaufmännische Leiter. Ein wirtschaftlich gesunder und gut geführter Kulturbetrieb kann ein wichtiger Faktor für die lokale Wirtschaft sein. So schafft seine Präsenz z.B. Arbeitsplätze und Beschäftigungen, welche sich wiederum positiv auf das nationale Wirtschafts- und Sozialsystem auswirken.

Eine gesunde lokale Kulturlandschaft hat außerdem positive Einflüsse auf den immer beliebter werdenden Kulturtourismus. So kann ein großes Opernhaus eine nicht unmittelbar in der Stadt lebende Bevölkerung anziehen, welche die Strapazen einer mehrstündigen Autofahrt gerne auf sich nimmt, um sich ein bestimmtes, erfolgreiches Stück anzusehen. Ein großes, durch seine Architektur, seine Sammlung und seine weltweit renommierten Ausstellungen bekanntes und auffallendes Museum (oder noch besser mehrere Museen innerhalb einer Stadt) kann es sogar schaffen, ein internationales Publikum für mehrere Tage zu begeistern. Dabei muss man bedenken, dass die Angereisten nicht nur kultur- bzw. kunstbegeistert sind, sondern auch verpflegt, verköstigt und komfortabel untergebracht sein möchten. Außerdem kann es gut sein, dass, sollte am Ende noch ein wenig Geld übrig sein, den Daheimgebliebenen das ein oder andere Souvenir aus dem Museum oder der Stadt mitgebracht wird. So kann ein einziges Museum den Tourismus und somit die Wirtschaft einer ganzen Stadt ankurbeln.

Das beste Beispiel hierfür ist wohl das 1997 durch Frank O. Gehry gebaute Guggenheim Museum in Bilbao, welches für den heute unter dem Begriff bekannten „Bilbao-Effekt“ verantwortlich ist. Dieses Phänomen beschreibt die gezielte infrastrukturelle, touristische und wirtschaftliche Aufwertung von Orten durch spektakuläre und provokative Bauten von sogenannten Stararchitekten.

Doch nicht nur der Kulturtourismus trägt zum potenziellen Wirtschaftsaufschwung bei. Eine kulturell interessante Infrastruktur ist auch für die Bewohner einer Stadt von großem Wert. Nicht nur auf der Ebene der Arbeitsplätze, sondern auch bezüglich der Bereitschaft Kulturgüter zu nutzen. Die Möglichkeit, sich in seiner Freizeit kulturell zu vergnügen, trägt nachweislich zur Verbesserung der Arbeitsproduktivität bei, was wiederum langfristig positiv zur allgemeinen Wirtschaftslage beiträgt. Ein kulturell interessanter Standort ist zudem ein wichtiger Faktor in der Wahl des Wohnsitzes und Arbeitsplatzes. Dieser potenzielle Zuwachs an Einwohnern ermöglicht nicht nur den geographischen, sondern auch den wirtschaftlichen Ausbau der Stadt. Eine höhere Zahl an Bürgern bedeutet in diesem Fall eine höhere Zahl an Verbrauchern – zugunsten einer gut funktionierenden lokalen Wirtschaft. Die Bedeutsamkeit der Stadt innerhalb der Region wird somit deutlich erhöht. Die auf 1985 zurückgehende Initiative der Kulturhauptstadt Europas kann den Anreiz an eine Stadt darstellen, seinen Bürgern eine möglichst interessante Kulturlandschaft zu bieten und auf einem sehr effizienten Weg für seine Stadt zu werben und eventuell neue Einwohner anzulocken.

Diese Argumente zeigen, dass Kultur und Wirtschaft keinesfalls auf ewig voneinander getrennt behandelt werden sollten, sondern dass die kreative Verbindung zwischen den beiden Fachgebieten zu einem positiven Ergebnis sowohl für die Kultur als auch für die Wirtschaft führen kann. Je früher Städte Kultur

A healthy local cultural landscape can also have a positive influence on an increasingly popular cultural tourism. For instance, a large opera house can attract those who do not live directly within the city but who will gladly accept the inconvenience of travelling several hours by car if it means that they can watch some highly successful performance. A renowned museum which is well-known for its size, architecture, collections and world-famous exhibitions (or better still several museums within the city) can even attract an international audience for several days. Moreover, those who come will not just be interested in culture and art, but they will also require food, drinks and comfortable lodgings. And of course, if there is a bit of money left at the end of their visit, they may well want to buy one or two souvenirs for their near and dear ones, either at the museum or in the city centre. Even a single museum can help to boost tourism and business in an entire city.

The best example is probably the Guggenheim Museum in Bilbao, built by Frank O. Gehry in 1997, which created what we now know as the “Bilbao effect”. This phenomenon describes the targeted infrastructural upgrading of places for tourism and business purposes through spectacular and provocative buildings by so-called star architects.

But it is not just cultural tourism that can contribute to a potential economic boom. A culturally attractive infrastructure is also of great value to a city's population. This concerns not only the creation of jobs but also the willingness of citizens to make use of their cultural heritage. It has been proved that if people have opportunities for cultural enjoyment in their spare time, they work far more productively. This, in turn, has a long-term positive effect on the general economic situation. A culturally attractive location is also an important factor in choosing one's place of residence and employment. The potential growth in population then allows the city to expand not only geographically, but also economically. A larger number of citizens means more consumers, which then benefits local businesses and the city's economy. This leads to a significant boost of the city's importance within the wider region. The initiative of the European Capital of Culture, launched in 1985, can encourage a city to offer its citizens a highly attractive cultural landscape and is therefore a very efficient way to advertise for itself and to attract new residents.

These arguments show that culture and business should by no means be treated as miles apart. Rather, a creative connection between the two can deliver positive results for both culture and business. The sooner a city incorporates culture and creativity into its economic policies, the sooner it will realise what an important contribution these elements can make to economic progress. And one thing is sure: To master the current European financial crisis, we will need a great deal of creativity.

und Kreativität in ihre Wirtschaftspolitik mit einbeziehen, desto schneller werden sie merken, welch einen wichtigen Beitrag sie für den wirtschaftlichen Fortschritt leisten können. Und eines ist sicher: Um die aktuelle europäische Finanzkrise zu bewältigen, wird es eine große Portion an Kreativität benötigen.

## SILVAN HAGENBROCK, BAUHAUS-UNIVERSITÄT WEIMAR

### Fortschritt gestalten

„Alle Städte haben eine entscheidende Ressource: Die besonderen Befähigungen der Menschen, die in ihr leben.“ – Charles Landry.

Was wäre eine Stadt ohne Kultur, ohne kreativen Input der Bürger – ob als Künstler, Musiker, Student, Architekt oder Designer? Sie wäre eine schmucklose Landschaft. Kultur bildet, Kultur gestaltet eine Stadt, Kultur macht die Stadt erst einmal lebendig und dadurch attraktiver für Menschen.

Als Dortmunder Abiturient bin ich für ein Jahr nach Peking gezogen. Vom Ruhrpott in den Hotpot. China ist das Land mit der ältesten Zivilisation, mit einer tief verwurzelten Tradition und Kultur. Im Zentrum der Stadt ist der Kaiserpalast, die „Verbotene Stadt“. Ringsherum findet man das alte China mit seinen Hof- und Teehäusern – und anschließend daran modernste Architektur von internationalen Architekturbüros. Manchmal ist es Architektur, die nach Diskussion schreit: ein UFO-artiges Gebäude als Nationaltheater, unweit des Kaiserpalastes, ein schiefer Turm von China, welcher der Sitz des CCTV ist.

Kreative Menschen haben sich in Peking niedergelassen, weil es Raum für Veränderung gibt, Raum zur Umgestaltung und Raum zum „sich entfalten“. Bietet eine Stadt solche Möglichkeiten, basierend auf einem geschichtlichen Hintergrund, dann haben diese Faktoren ein enormes Anziehungspotenzial, und es trägt zur Entwicklung der Stadt bei. Neben modernster Architektur findet man im Pekinger 798 Künstler-Viertel Bauhaus Stilelemente des 20. Jahrhunderts. Aus einem alten Fabrikgelände, entworfen von Architekten der ehemaligen DDR, wurde heute das kulturell-kreative Zentrum der Stadt. Künstler, Designer, Kleinunternehmer haben hier ihre Galerie, ihr Café oder ihr Büro – ja sogar ihr kleines Wohnquartier eingerichtet. Mit internationalen Kunstausstellungen, Fashion-Shows und Creative-Festivals hat Peking es geschafft einen neuen regionalen Markt zu erstellen, der weltweites Interesse lockt und gleichzeitig den Tourismus mit einer neuen Attraktion ankurbelt. Außerdem werden in diesem Quartier Netzwerke aufgebaut, in denen chinesische Künstler mit Deutschen zusammenarbeiten und Veranstaltungen in beiden Ländern organisieren. Dieses Beispiel zeigt, wie wichtig Kunst- und Kulturquartiere sind. Es zeigt ebenfalls, dass die Menschen ständig auf der Suche nach solchen besonderen Orten sind, auf der Suche nach regionalen Produkten und einem kulturellen Austausch.

Auf Charles Landrys Skala würde dieser Punkt unter „Innovativer Wandel“ fallen, also die Umnutzung alter Gebäudestrukturen. Vergleichbar damit ist in Deutschland die Industriekultur: Aus alten „Maloche“-Stätten der Montanindustrie wird heute eine Kulturlandschaft geschaffen. Was noch vor einigen Jahrzehnten die Wirtschaft ankurbelte, soll heute die Kulturarbeit übernehmen. Mit dem Umbau der ehemaligen Union-Brauerei Dortmund in ein Kreativzentrum ist ein solcher Schritt vollzogen worden.

## SILVAN HAGENBROCK, BAUHAUS UNIVERSITY, WEIMAR

### Creating Progress

“All cities have one key resource: the special abilities of the people who live in them.” - Charles Landry.

What would a city be without culture and without creative input from its citizens – whether from artists, musicians, students, architects or designers? It would be rather a drab place. Culture educates, shapes and injects life into a city, and this is what makes a city attractive to people.

After I finished school in Dortmund, I spent a year in Beijing. From the Ruhrpott, as it is often referred to in German, to Chinese hotpot. China is the country with the oldest civilisation and with deep roots in its culture and traditions. The city is built around the Emperor's Palace, the “Forbidden City”. All around you will find ancient China with its courtyard houses and tea houses, yet next to ultra-modern buildings designed by international architectural offices. This kind of architecture sometimes provokes discussion – e.g. a UFO-like building that functions as the National Theatre, not far from the Emperor's Palace, and a Leaning Tower of China which is the headquarters of Chinese Television (CCTV).

The reason why creative people have moved to Beijing is because it has room for change, room for redesign and room for people to “develop”. If a city offers such opportunities, based on its historical background, then those factors have enormous potential to attract people and thus to contribute to the development of the city. Situated alongside the latest architecture, Beijing's district no. 798 – the artists' quarter – has elements of the 20th-century Bauhaus style. Today's cultural and creative centre of Beijing was built on an old industrial estate, designed by architects from former East Germany. This is where artists, designers and small business owners have their galleries, cafés and offices – and even a small residential area. By running international art exhibitions, fashion shows and creative festivals, Beijing has succeeded in setting up a new regional market that meets with global interest while at the same time providing a major new attraction for its tourists. Also, networks are emerging in this district where Chinese artists work with German artists and organise events in both countries. This example shows the importance of art and culture districts. It also shows that people are continually looking for such special places and indeed for regional products and for opportunities for cultural exchange.

Using Charles Landry's scale, this point might be listed under “Innovative Change”, i.e. the reuse of old architectural structures. We can compare the situation with the industrial culture in Germany where old factories that existed during the area's coal and steel industry are now being transformed into a cultural landscape. In fact, a region which, several decades ago, was still an engine of Germany's economy is now being transformed into a venue for cultural activities. One step in this direction has already been completed with the conversion of the former Union Brewery in Dortmund into a creativity centre. Moreover, the U-Tower is to be far more than a more attractive place for creative talents. It is intended to be a further tourist attraction in the city of Dortmund. The important initial stage

Und das U soll eben nicht nur den Standort für Kreative attraktiver gestalten, sondern auch eine weitere touristische Attraktion für die Stadt darstellen. Wichtig dabei ist zunächst Förderung des Bundes, wie z.B. für die IBA Emscherpark oder die RUHR.2010. Sie ist der Wegbereiter für den Fortschritt im Bereich Kultur und Kreativität. Sie dient den Städteplanern, Designern, Künstlern als Motivation und gibt Möglichkeiten, ihre Projekte zu realisieren.

Kultur bildet, Kultur gestaltet, Kultur macht die Stadt erst lebendig und ist eine sehr gute Lösung für den wirtschaftlichen Fortschritt der Städte.

## ANJA HAMMADI, HOCHSCHULE FÜR MUSIK UND THEATER HAMBURG

### Fortschritt gestalten

Grundsätzlich sollte Stadtplanung nicht abstrakt behandelt werden. Man sollte damit beginnen, von sich selbst auszugehen: Was erwarte ich von einer Stadt? Was beeindruckt mich an einer Stadt? Was fasziniert mich? Was ist suboptimal? Es werden einem viele Parameter einfallen, um diese und weitere Fragen zu beantworten und mit einer Planung zu beginnen. Zuerst eine kurze Begriffsdefinition: „Fortschritt“ kann als eine – zumeist im positiven Sinne verstandene – Änderung eines Zustandes begriffen werden. Stadtentwicklung bezeichnet die räumliche, historische sowie strukturelle Gesamtentwicklung einer Stadt. Um beides – Fortschritt und Stadtentwicklung – zusammen zu bringen, kann Stadtentwicklung als Ziel begriffen werden, einen Standort langfristig attraktiver zu gestalten und somit die Anziehungskraft auf diesen zu verstärken.

Es ist dafür unerlässlich, die Ansprüche des Bürgers von Beginn an mit einzubeziehen und nicht um den Bürger herum zu planen. Er ist der zentrale Punkt – ohne den Bürger braucht eine Stadt nicht entwickelt zu werden. Es wird des Öfteren in der Literatur davon gesprochen, dass Kultur und Kreativität Einfluss auf die Stadt haben müssen. An dieser Stelle soll eindeutiger auf den Kulturbegriff eingegangen werden, da dieser nicht selten ausschließlich mit Kunst in Zusammenhang gebracht und somit seiner tieferen Bedeutung, Auslegungs- und Gestaltungsmöglichkeit beraubt wird. Die UNESCO definiert Kultur wie folgt: „Die Kultur kann in ihrem weitesten Sinne als die Gesamtheit der einzigartigen geistigen, materiellen, intellektuellen und emotionalen Aspekte angesehen werden, die eine Gesellschaft oder eine soziale Gruppe kennzeichnen. Dies schließt nicht nur Kunst und Literatur ein, sondern auch Lebensformen, die Grundrechte des Menschen, Wertsysteme, Traditionen und Glaubensrichtungen.“<sup>1</sup>

Anhand dieser Definition erkennt man die Mannigfaltigkeit und Weite des Begriffes und damit auch die Möglichkeiten und Handlungsspielräume der Stadtentwicklung. Dazu gehört die Planung einer langfristigen Attraktivität als Wirtschaftsstandort und darüber hinaus die strukturelle Anpassung an die Wirtschaft. Des Weiteren sind die Wohnungssituation, die Arbeitsplatzsituation, die Bildungsmöglichkeiten, die Historie einer Stadt, die Kultur, der Tourismus und die Infrastruktur sowie der Verkehr zu nennen. Wichtig ist, dass all diese Parameter ein Grundgerüst darstellen, um Stadtentwicklung als Gesamtgebilde erfolgreich möglich zu machen.

is the receipt of central government funds, e.g. for the IBA Emscherpark or for RUHR.2010. This is the basis for progress in culture and creativity. It motivates urban planners, designers and artists, and it enables them to realise their projects.

Culture educates, shapes and injects life into a city, and culture is therefore an excellent way to ensure the economic progress of a city.

## ANJA HAMMADI, HAMBURG UNIVERSITY OF MUSIC AND THEATRE

### Creating progress

Urban planning should not generally be treated in abstract terms. But we should start with ourselves: What are our expectations of the city? What do we find impressive about it? What fascinates us? What is less than ideal? – We will undoubtedly think of quite a few parameters that are needed in order to answer these and other questions and which are important for the planning process. To start with, here's a short definition: “Progress” can be understood as the change of a state, usually in a positive sense. Urban development is the overall spatial, historical and structural development of a city. To bring both of them together – progress, on the one hand, and urban development, on the other – we can look at the latter as a goal. This goal is to ensure that the city will develop greater long-term appeal and thus attractiveness.

To do so, it is vital to incorporate the demands of the population and to do so right from the beginning, rather than to plan around it. In fact, the population is central, and it would be impossible to develop a city without it. In urban planning literature it is often said that a city should be impacted by culture and creativity. So I would like to comment in more detail on the concept of culture, as this word is often associated exclusively with art, so that it no longer carries its deeper meaning, interpretation and creative potential. UNESCO defines culture as follows: “In its widest sense, culture may now be said to be the whole complex of distinctive spiritual, material, intellectual and emotional features that characterise a society or social group. It includes not only the arts and letters, but also modes of life, the fundamental rights of the human being, value systems, traditions and beliefs.”<sup>1</sup>

This definition helps us to see the wide diversity and coverage of this term and thus also the many different options and the broad scope that is available to urban developers. It includes planning a city's long-term attractiveness as a business location as well as adjusting it to suit the needs of business. Other factors are the housing situation, the job situation, educational facilities, the city's history and also its culture, tourism, infrastructure and transport. What matters is that all these parameters should form a basic framework that will make urban development in its entirety as successful as possible.

Take for instance the Ruhr Area in Germany where an attempt was made to harmonise a wide variety of very different conditions and totally new key factors. A structural transformation took place in which decommissioned industrial estates were given new functions. The entire region changed from its traditional coal industry and mining into a cultural

Man schaue sich das Beispiel des Ruhrgebietes in Deutschland an: Hier wurde versucht, unterschiedlichste Voraussetzungen und neuartige Bedingungen miteinander in Einklang zu bringen. Im Zuge des Strukturwandels wurden stillgelegte Industriegelände umfunktioniert. Das Gebiet wurde von der alten Kohleindustrie und dem Bergbau hin zu einer Kulturindustrie und Dienstleistungsgesellschaft verändert. An dieser Stelle kann unterstrichen werden, dass es während eines Strukturwandels grundsätzlich zu Veränderungen der Tätigkeit- und Berufsstrukturen in und zwischen den unterschiedlichen Wirtschaftssektoren kommt<sup>2</sup> – während neue Sektoren aufsteigen, kommt es zum Bedeutungsverlust älterer Branchen. Neue Sektoren werden erschlossen, neue Arbeitsplätze damit geschaffen. Hier liegt eine besondere Herausforderung im Thema Stadtentwicklung.

Das Ruhrgebiet hat es darüber hinaus geschafft, im Jahre 2010 Kulturhauptstadt zu werden und sich international einen Namen zu machen und damit Touristen anzuziehen. Ein Konzept, das sich hervorragend entwickelt hat und Fortschritt – wie im oben genannten Sinne – bedeutet.

Des Weiteren wurde die Geschichte des „Reviere“ aktiv in den Umgestaltungsprozess mit einbezogen. Dies kann positive Auswirkungen haben. Zum einen kann es das Selbstbewusstsein der Einwohner, ihren Stolz auf ihr Wohngebiet fördern und zum anderen jedem Besucher die Geschichte des Gebiets näher bringen. Geschichte kann somit als Alleinstellungsmerkmal betrachtet werden, welches sich eine Stadt zunutze machen kann – und sollte. Die Stadtentwicklung im Ruhrgebiet kann noch nicht als vollendet betrachtet werden, sondern stellt eher einen immer fortlaufenden Prozess dar, der sich an ständig verändernde Bedingungen anpasst bzw. angepasst wird. Es ist daher grundsätzlich wichtig – wie oben bereits erwähnt – umfassende Parameter in den Gedankenprozess für Stadtentwicklung einzubeziehen und sich in diesem Zusammenhang den Kulturbegriff, wie die UNESCO ihn definiert, zu eigen zu machen.

1 <http://www.bak.admin.ch/themen/kulturpolitik/00449/index.html?lang=de>

2 Man unterscheidet in der Wirtschaft drei Sektoren: den primären, sekundären und tertiären Sektor. Zum primären Sektor gehören die Land- und Forstwirtschaft, die Fischerei sowie der Bergbau. Unter dem sekundären Sektor werden das produzierende Gewerbe und die Industrie zusammengefasst. Der tertiäre Sektor umfasst alle Dienstleistungen.

#### Quellen:

- Charles Landry, <http://www.charleslandry.com/>
- Colin Mercer, Cultural Planning for Urban Development and Creative Cities, 2006. [http://www.culturalplanningoresund.net/PDF\\_activities/maj06/Shanghai\\_cultural\\_planning\\_paper.pdf](http://www.culturalplanningoresund.net/PDF_activities/maj06/Shanghai_cultural_planning_paper.pdf)
- Kulturdefinition UNESCO, 02.01.2012 <http://www.bak.admin.ch/themen/kulturpolitik/00449/index.html?lang=de>
- TERRA Geschichte Erdkunde Politik – Online, 02.01.2012 [http://www2.klett.de/sixcms/list.php?page=infothek\\_artikel&extra=TERRA%20Geschichte%20Erdkunde%20Politik-Online&artikel\\_id=90629&inhalt=kss\\_klett01.c.218056.de](http://www2.klett.de/sixcms/list.php?page=infothek_artikel&extra=TERRA%20Geschichte%20Erdkunde%20Politik-Online&artikel_id=90629&inhalt=kss_klett01.c.218056.de)
- Jamie Peck, Struggling with the Creative Class, In: International Journal of Urban and Regional Research, Volume 29.4 December 2005 740–70. <http://www.brynmawr.edu/socialwork/GSSW/schram/peck.pdf>

industry and service society. It should be emphasised at this point that while a structural transformation is in progress, this always impacts the structures of activities and the job market within and between the various sectors of industry<sup>2</sup>. New sectors emerge while older sectors lose their significance. These new sectors are subsequently developed, so that new jobs are created, and this presents a special challenge to urban developers.

Moreover, the Ruhr Area succeeded in becoming the capital of culture in 2010, thus gaining an international name for itself and attracting tourists. It is a model that has developed extremely well and has made excellent progress within the meaning of “progress” defined above.

Also, the history of the Ruhr Area was actively integrated into the general transformation process. This can have a positive impact. On the one hand, it can boost the self-confidence of the people on the Ruhr and their local pride, and, on the other hand, it can encourage visitors to learn more about the history of this region. As a result, history can become a distinctive feature which can – and should – be used by a city as a unique selling point. Nevertheless, urban development on the Ruhr is by no means complete. Rather, it is an ongoing process which continually adapts or is adapted to changing conditions. It is therefore very important – as we saw above – to include some comprehensive parameters when thinking about urban development and to take on board the concept of culture as defined by UNESCO.

1 <http://www.bak.admin.ch/themen/kulturpolitik/00449/index.html?lang=de>

2 We distinguish between three different sectors in business: primary, secondary and tertiary. The primary sector covers agriculture, forestry, fisheries and mining. The secondary sector is the manufacturing trade and industry. And the tertiary sector is the service industry.

#### Sources:

- Charles Landry, <http://www.charleslandry.com/>
- Colin Mercer, Cultural Planning for Urban Development and Creative Cities, 2006. [http://www.culturalplanningoresund.net/PDF\\_activities/maj06/Shanghai\\_cultural\\_planning\\_paper.pdf](http://www.culturalplanningoresund.net/PDF_activities/maj06/Shanghai_cultural_planning_paper.pdf)
- UNESCO, definition of culture: [http://portal.unesco.org/culture/en/files/12762/11295421661mexico\\_en.pdf/mexico\\_en.pdf](http://portal.unesco.org/culture/en/files/12762/11295421661mexico_en.pdf/mexico_en.pdf)
- TERRA Geschichte Erdkunde Politik – Online, 02.01.2012 [http://www2.klett.de/sixcms/list.php?page=infothek\\_artikel&extra=TERRA%20Geschichte%20Erdkunde%20Politik-Online&artikel\\_id=90629&inhalt=kss\\_klett01.c.218056.de](http://www2.klett.de/sixcms/list.php?page=infothek_artikel&extra=TERRA%20Geschichte%20Erdkunde%20Politik-Online&artikel_id=90629&inhalt=kss_klett01.c.218056.de)
- Jamie Peck, Struggling with the Creative Class, In: International Journal of Urban and Regional Research, Volume 29.4 December 2005 740–70. <http://www.brynmawr.edu/socialwork/GSSW/schram/peck.pdf>

## LEONIE HINTZ, HAMBURG UNIVERSITY OF MUSIC AND THEATRE

### Creating progress ... in Abu Dhabi

The Louvre and the Guggenheim Museum will soon be neighbours! Yet the two will be meeting neither in Paris nor in New York, but in Abu Dhabi, the city which only reached our modern age in the 1970s.

## LEONIE HINTZ, HOCHSCHULE FÜR MUSIK UND THEATER HAMBURG

### Fortschritt gestalten ... in Abu Dhabi

Der Louvre und das Guggenheim Museum werden bald Nachbarn! Aber die beiden treffen weder in Paris noch in New York aufeinander, sondern in der erst seit den 70er Jahren in der Neuzeit angekommenen Stadt Abu Dhabi.

Dass Erdölreserven endlich sind, ist nicht neu. Dass Tourismus ein attraktiver Wirtschaftszweig ist, auch nicht. Um letzteren zu fördern, besinnt man sich in Abu Dhabi auf Kultur und Kunst. Während man sich andernorts, beispielsweise in vielen deutschen Städten, in einem solchen Fall auf die eigene Geschichte und, sofern noch vorhanden, den eigenen alten Stadtkern konzentriert, um für Touristen attraktiv zu werden, geht man im Emirat Abu Dhabi ganz andere Wege – man importiert.

Die neuen Filialen der Museen werden sich im zukünftigen Kulturbezirk der Stadt befinden, auf der extra zu diesem Zweck vergrößerten und befestigten Insel Saadiyat. Während der Louvre vorerst nur für eine Laufzeit von 30 Jahren seinen Namen und einen wechselnden Teil seiner Kunstwerke verleiht, wird die Guggenheim Foundation, die schon länger mit einem Franchise-Konzept arbeitet, sich langfristig an dem neuen Standort engagieren. Doch nicht nur das importierte Innenleben und die geliehenen Namen sollen die kulturinteressierte Masse nach Abu Dhabi ziehen, auch die Bauten an sich versprechen architektonische Kunstwerke zu werden. Des Weiteren sollen dort nebst einem Campus der New York University auch ein „Performing Arts Centre“, ein Nationalmuseum und ein Ausstellungspavillon für moderne Kunst entstehen; auch diese jeweils von namhaften Architekten entworfen.

Um diesen neuen Touristenmagneten auch in vollem Umfang nutzbar zu machen, wird um den Kulturbezirk die entsprechende Infrastruktur aufgebaut: neben Luxus-Hotels, Restaurants und ausreichenden Einkaufsmöglichkeiten wird auch ein 9 km langer Sandstrand sowie ein Yachthafen mit mehr als 1000 Liegeplätzen geschaffen. Außerdem wird Saadiyat durch eine 10-spurige Autobahn sowohl mit dem Flughafen als auch mit dem Stadtzentrum von Abu Dhabi verbunden sein.

Es bleibt abzuwarten, ob die in die kulturelle Weiterentwicklung gesetzten Erwartungen erfüllt werden können. Das Ziel der nationalen Tourismusedwicklungsgesellschaft Abu Dhabis, ihre Stadt zu "einem Reiseziel zu machen, das so attraktiv sein soll, dass es jeder Kunst- und Kulturinteressierte in Zukunft zumindest einmal im Jahr, wenn nicht gar häufiger, aufsuchen wird", ist sehr hoch gesteckt. Es mag ja sein, dass Abu Dhabi Kunst und Kultur aus Weltstädten wie New York und Paris beherbergt, aber ob das reicht, um mit ihnen auf Augenhöhe zu kommen, steht noch in den Sternen.

## CHRISTINA HÜLSKEN, UNIVERSITÄT DUISBURG-ESSEN

### Die Stadt als komplexes System

Stadtplaner stehen bei der Umsetzung ihrer Konzepte oft einer Vielzahl von Schwierigkeiten gegenüber. Ihre Projekte sind häufig nicht mit den Visionen, Wünschen und Vorlieben der Bürger kompatibel. Die Stadt ist ein komplexes System mit

We all know that oil reserves are finite – and we are equally aware that tourism is an attractive business sector. To promote this sector, Abu Dhabi is now turning to culture and art. While in other places, for instance in many German cities, planners are focusing on their city's own history and – where available – on their own ancient centres in order to attract tourists, the Emirate of Abu Dhabi has chosen a completely different path: import.

The new branches of museums will be located in the planned cultural district of the city, the island of Saadiyat, which has been specially enlarged and fortified for this purpose. The Louvre will initially lend its name and differing sections of its collection for a period of only 30 years, while the Guggenheim Foundation will commit itself to the new location for the long-term. The foundation has been working with franchisees for quite a while already. However, Abu Dhabi wants to attract masses of culturally interested tourists not only with the imported exhibits and the two famous names; the actual buildings themselves are promising to be architectural works of art. Also, the city is planning to set up a New York University campus and, next to it, a Performing Arts Centre, a National Museum and an exhibition pavilion of modern art. These, too, are being shaped by renowned architects.

To make full use of this new tourist magnet, a suitable network of facilities will be built around the cultural district: luxury hotels, restaurants, a good number of shopping facilities, a 9 km sandy beach and a yacht harbour with over 1,000 berths. In addition, Saadiyat will have a ten-lane motorway which will connect it with the airport and the centre of Abu Dhabi.

It remains to be seen if this new cultural development can meet the expectations that are placed in it. The aim of Abu Dhabi's national tourist development company is to turn the city into "a tourist destination which will be so attractive that anyone with an interest in art or culture wants to visit it at least once a year, if not more often". This is of course very ambitious. Although it is great that Abu Dhabi should give a home to art and culture from world cities such as New York and Paris, it is in the balance whether this is sufficient for it to be on an equal footing with them.

## CHRISTINA HÜLSKEN, UNIVERSITY OF DUISBURG-ESSEN

### The City as a Complex System

City planners face a range of difficulties concerning the success of their planning results. Quite often urban planners develop projects which are incompatible with the citizens' visions, wishes and preferences. The city is a complex system which has a wide range of factors that impact people's quality of life. These factors are always subjective, such as good access to one's workplace and home, but also access to leisure facilities and cultural amenities.

As citizens often have a fairly good idea about the innovations and ideas that are best for their city, they need to be involved in the actual planning processes. Top-down structures and bottom-up approaches must complement one another. Citizens and politicians need to work hand in hand. Motivating citizens to get involved is a challenge because most planning processes are not transparent enough. One way to create motivation may be to encourage participation through greater identification. If

einer großen Bandbreite an Faktoren, die Einfluss auf die Lebensqualität der Einwohner nehmen. Diese Einflussfaktoren sind stets subjektiv, wie beispielsweise die gute Erreichbarkeit von Arbeitsplatz und Wohnung oder der Zugang zu Freizeitangeboten und kulturellen Einrichtungen.

Da die Bürger oft recht gut wissen, welche Innovationen und Ideen für ihre Stadt am besten wären, ist ihre Einbindung in den Planungsprozess sehr wichtig. Top-down-Strukturen und Bottom-up-Ansätze müssen sich dabei wechselseitig ergänzen, Bürger und Politiker müssen Hand in Hand arbeiten. Die Bürger für eine aktive Beteiligung zu motivieren, ist eine echte Herausforderung, da es den meisten Planungsverfahren an Transparenz mangelt. Eine Möglichkeit, eine solche Motivation zu erzeugen, ist die Förderung der Beteiligung durch stärkere Identifikation. Wenn die Bürger die Chance erhalten, Verantwortung für bestimmte Prozesse im Planungsverfahren zu übernehmen, steigt die Motivation. Menschen unterschiedlicher Nationalitäten, Altersgruppen und sozialer Herkunft können kreative Gemeinschaften bilden und so zu einer Verbesserung der Lebensqualität in ihrem Nahbereich beitragen.

Wenn Planer beispielsweise mit dem Problem eines unattraktiven öffentlichen Raums konfrontiert sind, können sie sich entweder auf ihre eigenen Ideen zur Umgestaltung konzentrieren – beispielsweise einen Spielplatz anlegen – oder die Anwohner befragen, die dann möglicherweise sagen werden, dass ein Spielplatz nicht wirklich benötigt wird, wohl aber ein Platz für urbane Kunst, an dem sich die Menschen treffen, begegnen und austauschen können. Kultur und Kunst sind zwei zentrale Instrumente, über die die Bürger sich ausdrücken können. Eine Stadt, die sich durch aktive, verantwortliche und kreative Bürger auszeichnet, kann die eigene Wirtschaftskraft stärken und eine Vorbildfunktion für andere Städte übernehmen, wodurch Besucherzahlen und Tourismus gefördert werden können.

Dies ist in der heutigen Zeit von besonderer Bedeutung, da die Städte einen Umbruch der gesellschaftlichen Werte erleben und Kommunikation einen immer höheren Stellenwert einnimmt. Klimawandel, demografischer Wandel, Ressourcenknappheit und Globalisierung stellen die Bürger vor neue Herausforderungen. Eines der Kernelemente in diesem Zusammenhang ist die Schaffung einer gut entwickelten Infrastruktur mit einem Fokus auf erneuerbaren Energiequellen. Die wichtigsten Leitgedanken – wie wirtschaftliche, ökologische und soziale Nachhaltigkeit – können nur umgesetzt werden, wenn Bürger und Kommunen zusammenarbeiten. Nur so ist Fortschritt möglich.

## BERNADETTE KÖSSL, ABSOLVENTIN DER FACHHOCHSCHULE KUFSTEIN

### Fortschritt gestalten

Der Kultursektor unterliegt aktuellen, wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Veränderungen. Gegenwärtig müssen Kulturbetriebe beispielsweise auf stagnierende öffentliche Fördermittel reagieren. Dies hat zur Folge, dass sich der Druck auf die Generierung von alternativen Finanzierungen und Eigeneinnahmen oder auch auf die eigene Effizienz erhöht.<sup>1</sup>

Weiters steigt das Angebot von Kulturveranstaltungen konstant an. In weiterer Folge steigt somit auch der Konkurrenzdruck zwischen den einzelnen Veranstaltungen. Die Schaffung

citizens are enabled to take responsibility for certain processes within the planning process, they will feel more motivated. People from different nationalities, ages or social backgrounds can form creative communities, which will help to improve the quality of life within their area.

If, for example, planners face the problem of an unattractive public space, they can either decide to focus on their own ideas – such as building a playground – or they can ask the residents who might argue that a playground is not really needed, but perhaps rather a place for urban art where people can meet, interact and exchange ideas. Culture and art are two main instruments for citizens to express themselves. A city which distinguishes itself through active, responsible and creative citizens can improve its economic strength and can become a role model for other cities, which will help, for instance, to increase tourism.

This is particularly relevant today, at a time when cities are facing a change of attitudes within society and when communication is so important. Climate change, demographic change, scarcity of resources and globalisation are posing challenges to citizens. One topical issue is the creation of a well-developed infrastructure with a focus on renewable energy sources. The most important ideas, such as ensuring sustainability in the economic, ecological and social fields – can only be realised if the community and government work together. This is the only way to create progress.

## BERNADETTE KÖSSL, GRADUATE OF THE UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES KUFSTEIN

### Creating progress

The cultural sector is subject to ongoing economic, political and social change. At the moment, for example, cultural institutions are having to respond to stagnation in public funding. This has led to increased pressure to generate alternative funding, to raise one's own funds or indeed to increase efficiency.<sup>1</sup>

Moreover, there has been a steady increase in the number of cultural events. However, this is also causing greater competitive pressure between those events. To survive in the events market, there is a growing need to create unique selling points. Take, for instance, the Bregenz Festival with its stage setting for the opera Aida.

This has led to a considerable change in demands on cultural managers over the last few years. It is now important to ensure a professional form of management that meets financial and tourism targets, while also affecting the local population and boosting the quality of programme content.<sup>2</sup> Another area that is vital concerns the complex impact of cultural events on people's emotive perception. Any attendance of a cultural event produces emotive responses. Mandel sums up cultural management as follows (quoting Klein, Mandel and Tröndle):

*“Cultural management differs substantially from the management of other products, due to the special features of art and of cultural processes. Such processes are characterised by their symbolic value within society, their freedom from utilitarian purposes, their unpredictability, their process character, their interactivity and*

von Alleinstellungsmerkmalen, wie im Falle der Bregenzer Festschauspiele das Bühnenbild zur Oper Aida, wird zu einem immer stärker werdenden Faktor, um am Veranstaltungsmarkt bestehen zu können.

Somit haben sich auch die Anforderungen an die Kulturmanagerin und den Kulturmanager in den letzten Jahren stark gewandelt. Es wird ein professionelles Management gefordert, das touristische und wirtschaftliche Zielsetzungen erfüllt, eine entsprechende Innenwirkung auf die ortsansässige Bevölkerung ausübt sowie die Qualität der Inhalte steigert.<sup>2</sup> Weiters sind die komplexen Wirkungsebenen von kulturellen Veranstaltungen in Bezug auf die Gefühlsebenen des Menschen zu berücksichtigen. Die Konsumption von Kulturveranstaltungen ist immer mit der Entstehung von Emotionen verbunden.

Mandel fasst Kulturmanagement wie folgt zusammen, dabei zitiert sie Klein, Mandel und Tröndle:

*„Kulturmanagement unterscheidet sich wesentlich vom Management für andere Produkte durch die Besonderheiten von Kunst und von kulturellen Prozessen. Diese zeichnen sich durch ihren gesellschaftlichen Symbolwert, durch Zweckfreiheit, Unberechenbarkeit, Prozesshaftigkeit, ihren dialogischen Charakter sowie die Notwendigkeit einer aktiven inneren Beteiligung der Rezipienten aus. Kulturmanagement agiert im Spannungsfeld zwischen der Offenheit von Kunst und der Strukturiertheit und Normierung von Organisation und Management.“<sup>3</sup>*

Kultur kann als Motor beziehungsweise als Triebfelder für gesellschaftliche Entwicklungen dienen. Ein gutes Beispiel hierzu ist die Veranstaltung „Visualisierte Linzer Klangwolke 2010 – Baby Jet“. Bei diesem Projekt stand nicht nur der künstlerische Wert im Vordergrund, sondern auch eine mögliche Umsetzung in die Realität. Es handelte von einem Industrieprojekt eines Überschallzuges, der zusammen mit Partnern der Bahnindustrie, dem Ars Electronica Futurelab und dem Linz Center of Mechatronics als Produkt entwickelt wurde.<sup>4</sup> Die Veranstaltung „Klangwolke“ inszenierte die Vorstellung des Produkts an die breite Öffentlichkeit. Die Spannung lag darin, dass sich aus der Idee einer Kulturveranstaltung ein Forschungskonzept entwickelt hatte. Die Sponsoren agierten als Partner und konnten ihr Know-how in die Umsetzung einfließen lassen.

Die Pflege der Partnerschaften von Wirtschaft und Institutionen ist dabei ein wichtiger Faktor. Mit dem Management von Kultur geht einher, dass man viele Interessengruppen bedienen muss. Hier gilt es, ebenfalls Komplexität zu reduzieren und klare Strukturen zu schaffen. Es ist von Wichtigkeit, kulturelle Ziele und Strategien vor politische und persönliche Interessen zu stellen. In diesem Satz liegt vielleicht die schwierigste Aufgabe des Kulturmanagements. Oft findet man enge persönliche und politische Verflechtungen bei den Entscheidungsträgern vor. Diese Situation und das Durchsetzen von strategischen Entscheidungen ist die eigentliche Kunst des Gewerbes. Ein Ziel ist es auch, die Partner auch für die Kultur „arbeiten“ zu lassen. Die Wirtschaft eignet sich hervorragend als Multiplikator, um neue Themen voranzutreiben. Der respektvolle Umgang auf gleicher Augenhöhe erlaubt eine Weiterentwicklung der gemeinsamen Gesprächsplattform. Nur mit Hilfe aller Beteiligten und unter vollen Einsatz ist produktives Arbeiten möglich und es können die gesetzten Ziele erreicht werden.

*the need to ensure the active inner involvement of recipients. Cultural management moves within a field of tension between the openness of art, on the one hand, and the structures and standards of organisations and management, on the other.”<sup>3</sup>*

Culture can serve as an engine or driving force of social developments. A good example is the event “Visualised Linz Cloud of Sound 2010 – Baby Jet”. In this project the emphasis was not just on the artistic value, but also on a possible implementation in real life. It was an industrial project that involved a supersonic train, developed as a product with partners in the railway industry, Ars Electronica Futurelab and the Linz Center of Mechatronics.<sup>4</sup> Sound Cloud was a stage-managed way of presenting this product to the general public. The exciting element was that this idea for a cultural event led to the development of a research project. The sponsors acted as partners and contributed their expertise to the implementation of the project.

One major factor is the cultivation of partnerships between business and public institutions. Cultural management involves serving a large number of interest groups. Here, too, it is important to reduce complexities and to create clear structures. Moreover, cultural goals and strategies need to be prioritised over political and personal interests. This may well be the most difficult challenge in cultural management. After all, decision-makers often have close personal and political ties. The real art of the trade is to deal with this situation and to assert strategic decisions. Another goal is to ensure that one's partners will “work” for culture. Business is an ideal multiplier for the promotion of new content. Respectful interaction on an equal footing makes it possible to develop a shared discussion platform. It is only possible to work productively and to reach one's goals if all stakeholders are fully involved and committed.

<sup>1</sup> See Pröbstle, 2010, p. 241

<sup>2</sup> See Freyer, 2000, p. 242

<sup>3</sup> Mandel, 2009, p. 16

<sup>4</sup> See Klangwolke, 2010; p. 2

### Sources:

- FREYER, Walter (2000) "Event-Management im Tourismus, Kulturveranstaltungen und Festivals als touristische Leistungsangebote". in: DREYER, Axel (2010) Kulturtourismus, p. 211-242, Munich
- MANDEL, Birgit (2009) "Kulturmanagementforschung, Ziele, Fragestellungen, Forschungsstrategien", in: BEKMEIER-FEUERHAHN, Sigrid, VAN DEN BERG, Karen, HÖHNE, Steffen, KELLER, Rolf, KOCH, Angela, MANDEL, Birgit, TRÖNDLE, Martin ZEMBYLAS, Tasos (2009) Forschen im Kulturmanagement, Bielefeld
- PRÖBSTLE, Yvonne (2010) "Kulturtourismus, Soll- Istzustand aus Perspektive der empirischen Kulturforschung", in: GLOGNER, Patrick, FÖHL, Patrick, (2010) Kulturpublikum, Fragestellungen und Befunde der empirischen Forschung, p. 239 – 278, Wiesbaden
- Visualisierte Linzer Klangwolke 2010 – Baby Jet (press folder)

1 Vgl. Pröbstle, 2010, S. 241

2 Vgl. Freyer, 2000, S. 242

3 Mandel, 2009, S. 16

4 Vgl. Pressemappe Klangwolke, 2010; S. 2

#### Quellen:

- FREYER, Walter (2000) Event-Management im Tourismus, Kulturveranstaltungen und Festivals als touristische Leistungsangebote. In: DREYER, Axel (2010) Kulturtourismus, S 211–242, München
- MANDEL, Birgit (2009) Kulturmanagementforschung, Ziele, Fragestellungen, Forschungsstrategien, In: BEKMEIER-FEUEERHANN, Sigrid, VAN DEN BERG, Karen, HÖHNE, Steffen, KELLER, Rolf, KOCH, Angela, MANDEL, Birgit, TRÖNDLE, Martin ZEMBYLAS, Tasos (2009) Forschen im Kulturmanagement, Bielefeld
- PRÖBSTLE, Yvonne (2010) Kulturtourismus, Soll- Istzustand aus Perspektive der empirischen Kulturforschung. In: GLOGNER, Patrick, FÖHL, Patrick, (2010) Kulturpublikum, Fragestellungen und Befunde der empirischen Forschung, S. 239 – 278, Wiesbaden
- Pressemappe, Visualisierte Linzer Klangwolke 2010 – Baby Jet

## MARTINA MATUSCHIK, UNIVERSITÄT ZU KÖLN

### Fortschritt gestalten

Betrachtet man den Stadtplan einer beliebigen Großstadt, so wird man mit hoher Wahrscheinlichkeit feststellen, dass sich im Stadtzentrum folgende Einrichtungen finden: ein Bahnhof, eine Einkaufsstraße, ein Theater. Das ist kein Zufall, sondern schlicht naheliegend, denn diese Einrichtungen sind die zentralen Anlaufpunkte, die eine Stadt als urbane Gesellschaft verbinden, weil man sie miteinander teilt. Sie stehen hier symbolisch für die Schlagworte Infrastruktur, Wirtschaft und Kultur.

Kulturelle Einrichtungen generell finden sich meist im Stadtzentrum; daneben finden sich dort häufig auch die hervorstechendsten Beispiele architektonischer Mitgestaltung eines Stadtbildes, nicht selten beherbergen architektonische Meisterwerke eine solche kulturelle Einrichtung. Die verschiedenen Künste miteinander in Verbindung zu bringen, sie sich quasi gegenseitig „promoten“ zu lassen, ist nur ein sehr naheliegender Weg zu einem kulturell blühenden Stadtleben. Architektur, bildende Kunst und performende Künste verfolgen ja meist das selbe Ziel: das Schöne und das Wahre. Die Künste lassen sich verbinden, z.B. durch wechselnde Themenausstellungen in Theaterfoyers. Ebenso kann es von enormem Vorteil für die Einrichtungen und letzten Endes auch für die Stadt und ihre Bewohner sein, wenn die kulturellen Institutionen sich untereinander vernetzen und so in der Öffentlichkeit als Verbund auftreten und für sich werben. Wie Produkte und Dienstleistungen brauchen auch Kunst und Kultur die öffentliche Aufmerksamkeit; Reaktion, ob nun positiv oder negativ, ist die Währung, mit der in der Kunst gehandelt wird.

Ohnehin tendieren Branchen, so auch die Kulturbranche, zur Agglomeration. Wo Medien zu finden sind, ziehen sie Medienzulieferer an sowie Firmen, die medienrelevante Dienstleistungen anbieten. So sind in mehreren deutschen Städten schon regelrechte „Medien-Hubs“ entstanden, wie z.B. in Köln und München für den Bereich TV, in Hamburg für den Print-

## MARTINA MATUSCHIK, UNIVERSITY OF COLOGNE

### Creating Progress

When we look at the map of any big city, we are very likely to find the following facilities within the centre: a railway station, a shopping street and a theatre. This is no coincidence but in fact rather obvious, as those facilities are central points of contact that hold together the city as an urban community and which are shared between its citizens. They can be taken as symbolic representations of three keywords: infrastructure, business and culture. Generally speaking, cultural facilities mostly occur within a city centre, often side by side with outstanding examples of a joint effort in the architectural design of a cityscape. Moreover, architectural masterpieces quite often provide homes for such cultural facilities.

To create a culturally thriving city life, it seems fairly obvious to connect the various forms of art, as this will result, as it were, in their mutual promotion. After all, architecture, fine arts and the performing arts pursue the same goal: beauty and truth. The arts can be combined, for instance, through changing themed exhibition in theatre foyers. Moreover, it can be of enormous benefit to each of the establishments and ultimately also to the city and its residents if cultural institutions are networked among each other and if they approach the public and advertise for themselves as an association. Just like products and services, art and culture need public attention; the currency in which art is traded is the responses it receives, whether positive or negative. Just like business sectors, the cultural sector, too, tends towards agglomeration anyway.

Wherever there are media, they attract media suppliers and also companies offering media-related services. This has led to the rise of quite a few "media hubs" in several German cities, for instance for TV in Cologne and Munich, for the print industry in Hamburg, and for advertising and media agencies in Düsseldorf. In Cologne there is now even an entire district, called Media Park, and in Düsseldorf the old, by now disused commercial harbour has been transformed into a so-called Media Harbour. In fact, it is a good example of contemporary urban planning: Although the Media Harbour has the lowest population density in Düsseldorf, it is a popular destination for many residents wanting to spend an evening out. When it comes to business, culture, office space, the media, the arts, entertainment and architecture, the Media Harbour is far more than a meeting place for these elements; it is a venue where they interact and support one another. In view of its historic component as Düsseldorf's former commercial harbour, the Media Harbour also illustrates how the challenge of "industrial transformation" through creative design can in fact become an opportunity.

Cities which promote culture have a magnetic effect on the cultural elite. Creativity can and should be acted out in the arts; however, innovative creative input is just as much a requirement in other spheres of a contemporary urban community. And, of course, people don't just live in a city, they are the city. If a city has attractive facilities and diversified opportunities for creative and culturally engaged individuals, then the response of those individuals will reinforce this effect. By providing the right input, it is possible to launch an activity spiral in a certain direction, which can then develop into an

Bereich, sowie in Düsseldorf für Werbe- und Mediaagenturen. In Köln ist daraus ein eigener Stadtteil erwachsen, der „Mediapark“, und in Düsseldorf ist ein alter, inzwischen ungenutzter Handelshafen zum sogenannten „Medienhafen“ umgestaltet worden. Das ist ein Beispiel für zeitgemäße Stadtplanung: Obgleich der Medienhafen der Stadtteil mit der geringsten Einwohnerdichte Düsseldorfs ist, ist er ein beliebtes Ziel vieler Bewohner für die Abendgestaltung. Hier treffen Wirtschaft, Kultur, Büros, Medien, Kunst, Entertainment und Architektur nicht nur aufeinander, sondern sie greifen ineinander und unterstützen sich gegenseitig. Mit seiner historischen Komponente als ehemaliger Handelshafen ist der Düsseldorfer Medienhafen auch ein Beispiel dafür, wie die Herausforderung „Industrieller Wandel“ durch kreative Gestaltung zu einer Gelegenheit werden kann.

Kulturfördernde Städte wirken anziehend auf die kulturelle Elite. Kreativität kann und darf in den Künsten ausgelebt werden; kreativer Input für Innovationen wird aber auch in anderen Sphären des modernen urbanen Zusammenlebens benötigt. Und nicht zuletzt leben Menschen nicht bloß in Städten. Sie sind die Stadt. Bietet eine Stadt attraktive Angebote und vielfältige Möglichkeiten für kreative oder kulturell engagierte Menschen, dann wird sich dieser Effekt durch die Reaktion dieser Menschen verstärken. Durch den richtigen Input kann so eine Aktions-Spirale in eine bestimmte Richtung gestartet werden und sich zu einer ganzen Bewegung ausweiten, möglicherweise mit Auswirkungen über die Stadtgrenzen hinaus. Das Ganze wird im Optimalfall unterstützt von den Medien.

Wir haben die Kanäle; was wir brauchen, sind neue Botschaften. Was wir dafür brauchen, ist kreative Freiheit.

## MAŁGORZATA NIEDŹWIECKA, HOCHSCHULE FÜR MUSIK UND THEATER HAMBURG

### Fortschritt gestalten. Gedanken zum Konzept „Creative City“ am Beispiel der Stadt Łódź, Polen

Es war einmal, im 19. Jahrhundert, hinter den Bergen, hinter den Wäldern – in der Mitte Polens – eine Stadt, die Łódź hieß. Damals ein gelobtes Land (so der Titel des bekannten Films von Andrzej Wajda aus dem Jahr 1975), der wichtigste Standort der Textilindustrie, doch ereilte es das gleiche Schicksal wie viele andere Industriestädte: wirtschaftliche Not, Arbeitslosigkeit und zerstörtes Stadtgewebe. Nach sehr teuren, neunmonatigen Überlegungen einer (übrigens in Krakau ansässigen) Agentur ist ein Stadtmarketingkonzept entstanden ... Łódź soll sich als Zentrum der kreativen Industrie positionieren.

Das im Frühjahr 2011 veröffentlichte Konzept wurde vom Vizepräsidenten der Stadt, Marek Cieślak, mit dem Kommentar begrüßt: „Es zwingt nicht in die Knie, ist aber kein Mistding“. Warum war die Reaktion des Vizepräsidenten so skeptisch? Ein paar Monate zuvor war die Stadt am Kampf um den Titel der Europäischen Kulturhauptstadt 2016 gescheitert. Das Stichwort der damaligen Kampagne war „Łódź. Revolution der Vorstellungskraft“. Das „R“ in „Revolution“ wurde durch das Copyrightzeichen ersetzt, um die Entstehung neuer, kreativer Ideen zu betonen. Łódź sollte sich zu einer kreativen, europäischen Metropole, in der eine Revolution der Vorstellungskraft stattfindet, entwickeln. Plan A folgend, sollte Łódź die Kulturhauptstadt werden. Es gab keinen Plan B.

entire movement that may even have its impact beyond the city itself. As a best-case scenario, this development has the support of the media.

The channels are in place already; what we need is new messages – and this, in turn, requires creative freedom.

## MAŁGORZATA NIEDŹWIECKA, HAMBURG UNIVERSITY OF MUSIC AND THEATRE

### Creating progress. Thoughts on the Creative City model, with the example of Łódź in Poland

Once upon a time, in the 19th century, beyond the hills and beyond the woods – at the very heart of Poland – there was a city called Łódź. This erstwhile "promised land" (according to the title of a well-known film by Andrzej Wajda in 1975) and most important location for the textile industry has suffered the same fate as other industrial cities: economic hardship, unemployment and the destruction of its fabric. After nine months of highly expensive deliberations a city marketing plan was finally drawn up for Łódź by an agency (which, incidentally, was based in Cracow) ... Łódź was to position itself as a centre of the creative industry.

The model, which was published in the spring of 2011, was welcomed by the city's vice president Marek Cieślak with the following comment: "It doesn't actually force us to our knees, but it's not a load of rubbish either." Why was the vice president so sceptical? A few months earlier Łódź had failed to make it as the European Capital of Culture 2016. The motto of the campaign had been: "Łódź – Revolution of the Imagination". The "R" in "revolution" had been replaced by the copyright character to emphasise the production of new, creative ideas. Łódź was to develop into a creative European metropolis where there would be a revolution of the imagination. According to plan A, Łódź was to become a European Capital of Culture. There was no plan B.

All this had already cost approximately PLN 3.5m (about EUR 900,000), and in the absence of a plan B the City Council had to persist with the realisation of the idea. The situation was similar to a poster campaign in the 1950s when Łódź wanted its population to understand that they lived in a creative place. The gap between reality and the city's branding strategy is now widening and is leading to a certain schizophrenia. Measured against Richard Florida's three qualities of a creative city, Łódź doesn't really do all that well. Its talents are disappearing: Young graduates are finding no job prospects and are therefore moving away from Łódź after university. According to forecasts, the population is set to decline 20% by 2030. Also, it is doubtful whether there is really so much tolerance in Łódź: A walk around the city reveals that there are virtually no housing estates without anti-Semitic slogans sprayed onto walls. Łódź does of course have the required technology as a hardware base for a creative industry, if we count the three big factories that belong to Foxconn, Gilette and Bosch. However, it only has production facilities, not development.

So why can't such a city have a plan B? Is the creative sector the only possible way forward? To what extent should a city's marketing plan deviate from reality? Well, if it's beyond the hills and beyond the woods, then why not indeed? Nevertheless, Łódź did receive some fresh impetus: In a ranking of cities

Ungefähr 3,5 Mio. PLN (ca. 900.000 EUR) hat dies gekostet. Mangels Plan B musste die Stadt das Konzept weiter realisieren. Ähnlich wie schon in den 50er Jahren zahlreiche Poster entstanden sind, um den Bewohnern der Stadt zu vermitteln, dass sie sich in einem kreativen Ort befinden. Die Kluft zwischen Realität und Stadtmarke wird immer größer und führt zu einer gewissen Schizophrenie. Im Hinblick auf Richard Floridas drei Merkmale der kreativen Stadt fällt die Bilanz für Łódź eher schlecht aus. Das Talent verschwindet: Die jungen Absolventen ziehen wegen fehlender Arbeitsperspektiven nach dem Studium aus der Stadt weg. Laut Prognosen soll die Anzahl der Einwohner bis zum Jahr 2030 um 20% sinken. Auch der Aspekt der Toleranz ist sehr zweifelhaft: Bei einem Spaziergang stellt man fest, dass es kaum Stadtteile gibt, in denen keine antisemitischen Sprüche gesprüht werden. Die Technologie als Hardware für kreative Industrie besteht zwar, wenn man als solche die drei großen Fabriken von Foxconn, Gilette und Bosch zählt. In Łódź wird allerdings nur produziert und nicht entwickelt.

Warum darf so eine Stadt keinen Plan B haben? Ist die kreative Industrie der einzige denkbare Weg? In wie weit darf ein Stadtmarketingkonzept von der Realität abweichen? Hinter den Bergen, hinter den Wäldern schon. Nun bekam Łódź neuen Schwung: In einem Ranking besuchenswerter Städte der „New York Times“ kam die Stadt auf Platz 43. Von 45. Als Standortfaktoren wurden unter anderem das Filmstudio von David Lynch und die Architekturpläne von Frank Gehry erwähnt. Dass die Pläne leider nicht mehr aktuell sind, stört Łódź nicht. Illusion ist Merkmal der Stadt.

## KATERYNA OLENSKA, HOCHSCHULE FÜR MUSIK UND THEATER HAMBURG

### Fortschritt gestalten

Die Zeit des Wettbewerbes und der Globalisierung, wenn die Grenzen sich öffnen und die nationale und kulturelle Vielfalt in einem Staat zunimmt, ist für die Städte die „Zeit des Wandels“. Genauer gesagt ist es eine Zeit, in der die Stadt auf der Suche nach neuen Perspektiven und Entwicklungsstrategien ihre eigene Identität ändern und wiedererkennen soll. Ein gutes Beispiel dafür, wie Kultur die Stadtentwicklung beeinflussen kann, ist Lviv – eine der größten Städte der Ukraine und die erste, die sich Erfolge der kreativen Metropolen Europas als Vorbild nahm, um eigene Wirtschaft mithilfe der Kultur zu entwickeln.

Die Initiative wurde im Jahr 2008 von dem Lviver Stadtrat in der Kooperation mit „Foundation For Effective Governance“ (Ukraine) und „Monitor Group“ (USA) begonnen. Auf Grund der von Monitor Group durchgeführten Analyse wurde 2010 Tourismus als eine der zwei Wege festgesetzt, auf denen die wirtschaftliche Wettbewerbsfähigkeit von Lviv gesteigert und stabile Gewinne gesichert werden können.<sup>1</sup> Allerdings: Um die Stadt international touristisch attraktiv positionieren zu können, muss ein Angebot da sein, das sowohl für die Aus- als auch für Inländer anziehend und interessant sein wird. Dazu gehört ein attraktives kulturelles Angebot.

Dank eigener Geschichte und der geographischen Lage existieren solche Angebote in Lviv natürlicherweise wie selbstgeschaffen. Zum einen kommen die Touristen hierher, um die wunderschöne Architektur der mittelalterlichen Stadt zu sehen. Zum anderen aber ist Lviv schon lange auch als Zentrum der Literatur, Musik,

worth visiting, published by the New York Times, Łódź achieved 43rd place – up 2 from the 45th position. The locational factors that were mentioned included David Lynch's film studio and Frank Gehry's architectural plans. Łódź it is not too worried that these plans are now no longer relevant. Illusions are very much part of this city.

## KATERYNA OLENSKA, HAMBURG UNIVERSITY OF MUSIC AND THEATRE

### Creating progress

The age of competition and globalisation has been accompanied by the opening of national borders and an increase in national and cultural diversity within a state. For cities this makes it an “age of transformation”. To be precise, we live in an age when a city can only find new perspectives and development strategies if it is prepared to change and recognise its own identity. A good example of the impact of culture on urban development is Lviv, one of the biggest cities in Ukraine and the first city which has successfully emulated the creative big cities of Europe in the development of its own economy through culture.

The initiative started in 2008, when Lviv formed a joint venture with the Foundation for Effective Governance (Ukraine) and the Monitor Group (USA). Based on an analysis conducted by the Monitor Group in 2010, tourism was identified as one of two ways in which the economic competitiveness of Lviv could be boosted and robust profits could be secured.<sup>1</sup> However, to present the city as an international tourist attraction there had to be a range of facilities that would be attractive and interesting to Ukrainians and foreigners alike. This had to include an attractive cultural programme.

Thanks to Lviv's own history and geographical location, the city does indeed have the right facilities, and in fact naturally as though they had come about by themselves. Tourists travel to Lviv to see the superb architecture of this medieval city. However, Lviv has long been known as a centre of literature, music, theatre and art. Today there is a growing demand for facilities that allow people to “touch” the city, to experience what it tastes like and to be actively involved in cultural events. For this reason and in the knowledge that economic development is directly dependent on tourism and thus also on cultural products, the City Council takes a positive view of new and often interdisciplinary and interactive platforms in the development of art and culture, and it therefore funds those platforms. This means that the city's culture and traditions can be experienced in a new way.

A good example is the art festival called Summer in the Town Hall Square – a celebration of music, literature, painting, floral displays, street dancers and sculptures. There is also a Beer Festival and a Chocolate Festival. Fort.Missia is one of the biggest open-air festivals in Ukraine, presenting the vast diversity of modern arts – music, literature and theatre – to a wide audience. In total, Lviv has over 100 festivals, so that it is now rightly known as the City of Festivals.

Finally, it is worth noting that Lviv was the first city to receive an official prize for its urban development strategy and to be called “Cultural Capital of Ukraine”. The reasons are obvious: In addition to its 100 festivals, the city has 60 museums and

Theater und Kunst bekannt. Allerdings wächst heutzutage die Nachfrage nach Angeboten, die es ermöglichen, die Stadt „anzufassen“, zu erfahren wie sie schmeckt und in kulturellen Ereignissen aktiv mitzumachen. Aus diesem Grund und im Bewusstsein, dass die wirtschaftliche Entwicklung unmittelbar von Tourismus und somit auch von kulturellen Produkten abhängig ist, werden neue, oft auch interdisziplinäre und interaktive Plattformen für die Kultur- und Kunstentwicklung vom Stadtrat positiv gesehen und gefördert. Dank dessen kann man Kultur und Traditionen auf neue Art und Weise erleben.

Ein gutes Beispiel dafür ist das Festival der Künste „Sommer auf dem Rathausplatz“ – eine Feier der Musik, des Buches, der Malerei, der Floristik, der Straßentänzer, der Bildhauerei. Außerdem gibt es ein „Bierfestival“ und ein „Schokoladenfestival“. „Fort.Missia“ ist eines der größten Open-Air-Festivals der Ukraine. Es präsentiert die Vielfalt der modernen Künste – Musik, Literatur und Theater – einem breiten Publikum. Insgesamt gibt es in Lviv über 100 Festivals, die dazu beigetragen haben, dass Lviv die Stadt des Festivals genannt wird.

Zum Schluss lässt sich noch sagen, dass als erster offizieller Preis für solche Stadtentwicklungsstrategien Lviv zur „Kulturhauptstadt der Ukraine“ ernannt wurde. Die Gründe dafür sind ganz klar: Außer 100 Festivals gibt es dort 60 Museen, 100 Gotteshäuser der unterschiedlichen Konfessionen. Das Interesse der Touristen ist groß; ihre Anzahl ist in den letzten zwei Jahren um 40% gestiegen und beträgt zur Zeit über 1 Mio. Menschen pro Jahr<sup>2</sup>. Und das sind Zahlen, die beweisen, dass Kultur und Wirtschaft untrennbare und zusammengehörige Faktoren sind, die den Fortschritt einer Stadt ermöglichen.

<sup>1</sup> <http://www.city-adm.lviv.ua/adm/economy/strategija>, [http://www.city-nstitute.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=131&Itemid=185](http://www.city-nstitute.org/index.php?option=com_content&view=article&id=131&Itemid=185)

<sup>2</sup> <http://www.city-adm.lviv.ua/for-tourist/history-of-lviv/the-cultural-capital-of-ukraine>

## BARBARA POHL, FOLKWANG UNIVERSITÄT DER KÜNSTE ESSEN

### Fortschritt gestalten

Was ist Fortschritt? Was ist ein Fortschritt? Ein Schritt vorwärts? Ein Schritt in die richtige Richtung? Welche ist die richtige Richtung?

Was heißt gestalten? Etwas tun, schaffen, verändern? Dinge verändern, Gebäude verändern, Städte verändern, Gesellschaften verändern, Leben verändern? Oder verändert die Gesellschaft uns?

Hier im Ruhrgebiet kann man tagtäglich Veränderungen hautnah erleben. Was unsere Vorfahren im wahrsten Sinne des Wortes „aufgebaut“ haben, hat seinen Sinn verloren: Kohle und Erz wird längst billiger in China gefördert, Zechen und Hochöfen werden nicht mehr gebraucht. Angesichts der drohenden Rohstoffknappheit und des Klimawandels stellt sich noch viel grundsätzlicher die Frage nach dem Sinn von Rohstoffförderung und -verarbeitung. Doch diese Veränderungen haben viel weiter reichende Folgen: Die Städte verlieren ihren ursprünglichen Sinn, verlieren einen Teil ihres Herzens. Menschen waren nur wegen der großen Fabriken hierher gezogen, hatten sich

100 churches of different denominations. Interest among tourists has been considerable, with a 40% rise over the last two years and a current level of over 1 million visitors per year.<sup>2</sup> These figures prove that culture and business do indeed belong together as inseparable factors and that they can enable a city to make good progress.

<sup>1</sup> <http://www.city-adm.lviv.ua/adm/economy/strategija>, [http://www.city-nstitute.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=131&Itemid=185](http://www.city-nstitute.org/index.php?option=com_content&view=article&id=131&Itemid=185)

<sup>2</sup> <http://www.city-adm.lviv.ua/for-tourist/history-of-lviv/the-cultural-capital-of-ukraine>

## BARBARA POHL, FOLKWANG UNIVERSITY OF THE ARTS ESSEN

### Creating Progress

What is progress? What kind of progress? A step forward? A step in the right direction? What is the right direction?

What does designing or shaping mean? Does it mean doing, creating or changing something? Changing things, changing buildings, changing cities, changing societies, changing lives? Or is society changing us?

Here in the Ruhr Area we can tangibly experience change every day. Things that were literally “built up” by our ancestors have lost their meaning completely. Coal and other minerals have long been cheaper to extract in China, and there is no longer any need for coal mines and furnaces. In view of the impending raw material shortage and climate change, we must ask the far more fundamental question whether there is any point in extracting and processing raw materials. Yet these changes have considerably more far-reaching consequences, as cities are losing their original meaning and some of their heart. The only reason why people came here in the first place was because of the big factories, and so they built up their lives on this basis. Generations of people have lived and worked here. And now all this is supposed to be worthless? Gone forever?

At best, it is within this vacuum – or rather out of this vacuum – that new ideas are developed and that creativity and culture arise. Coal mines are turned into cultural centres, theatre plays are performed, works of art are exhibited, and new things are created. “Necessity is the mother of invention.” This requires a lot of courage, energy and a large portion of optimism. As we saw in the revolutions of northern Africa in particular, these vital qualities can mainly be found in young people. Young people ask questions. They don't think in boxes, they move along new paths, they are courageous, and they are prepared to take risks for their future. They want to do everything differently from the older generation.

But it's not just the cities that need creativity. Creativity also needs cities, communities and space. It needs incentives and inspiration. Old buildings and derelict industrial estates do offer such space. Moreover, they tell stories while demanding and encouraging creativity. One place where such space was used particularly creatively was Detroit: In this former motor manufacturing city old industrial estates were turned into parks and parkland, and entire inner-city farms were created. Quite soon this trend also reached Germany. Leipzig and Berlin

hier etwas aufgebaut. Generationen von Menschen haben hier gearbeitet, gelebt. Und das soll nun alles nichts mehr wert sein? Aus und vorbei?

In dieses Nichts hinein, oder besser aus diesem Nichts heraus, kommen im besten Falle neue Ideen, Kreativität, Kultur. Zechen werden zu Kulturzentren, es wird Theater gespielt und Kunst ausgestellt, Kunst gemacht. „Not macht erfinderisch.“ Dazu gehört viel Mut, Energie und eine große Portion Optimismus. Wie unter anderem die Revolutionen in Nordafrika zeigen, sind es meist junge Menschen, die diese Voraussetzungen mitbringen. Junge Menschen stellen Fragen. Denken nicht in alten Schemen, begehen neue Wege, haben Mut, wollen etwas für ihre Zukunft riskieren. Wollen alles anders machen als die Alten.

Aber nicht nur die Städte brauchen Kreativität. Auch die Kreativität braucht Städte, braucht Gemeinschaft, braucht Raum, braucht Anstoß und Inspiration. Alte Gebäude und Brachlandschaften bieten Raum, erzählen Geschichten, fordern und fördern Kreativität. In Detroit nutzt man diesen Raum in ganz besonderer Weise: In der ehemaligen Autoindustriestadt werden aus alten Fabrikflächen Grünflächen und Gärten. Ganze innerstädtische Farmen entstehen. Längst hat dieser Trend auch Deutschland erreicht. Leipzig und Berlin schmücken sich gerne mit dem hippen Image der mobilen Gärten. Akademiker, die ihr Leben lang noch keine Tomatenstaude gesehen haben, versuchen sich im Gärtnern. Es entstehen Gemeinschaften, es wird zusammen gearbeitet, geerntet und gegessen.

Alle diese Ansätze lassen erahnen, welche Möglichkeiten wir haben. Welche scheinbar noch so unterschiedlichen Fachrichtungen der Wissenschaft, Menschen unterschiedlicher Herkunft und Bildung, zusammen ein ganz neues Miteinander schaffen können. Welche Möglichkeiten sich uns bieten, unsere zukünftige Lebensweise zu verändern und mitzugestalten. Sie zeigen, wie wichtig es ist, anders zu denken, nachzufragen, sich zu interessieren, aber daraus auch Konsequenzen zu ziehen. Nicht stehen zu bleiben, sondern den ersten, den nächsten Schritt zu wagen. Diese Vorbilder zeigen, wie wichtig es ist, wie dringlich, etwas zu tun, weiter zu gehen in Richtung Veränderung. Fortschritt zu gestalten.

## AHMED R. QATAMESH, HOCHSCHULE FÜR MUSIK UND THEATER HAMBURG

Städte werden häufig als Orte beschrieben, in denen Gegensätze, Denkweisen und verschiedene Formen kulturellen Erbes aufeinander treffen, diverse Kreuzungen und Mischformen hervorbringen und eventuell für die Geburt von neuen, innovativen und kreativen Gegenständen verantwortlich sein können. Diese Prozesse können sogar dazu führen, die Fassaden und Fundamente einer Stadt/Region/eines Landes neu zu strukturieren oder gänzlich umzuräumen.

In Palästina, dem jüngsten Mitglied der UNESCO, gibt es eine gGmbH zum Schutz von alten Gebäuden und Häusern und damit zum Schutz des kulturellen Erbes der Palästinenser und Palästinas. Seit 1991 hat diese Organisation namens „Riwaq“ 50.230 Gebäude im Westjordanland, Gazastreifen und in Ostjerusalem renoviert und sie für neue, sozial ausgerichtete Nutzungen wie Musikschulen, Museen, Jugendzentren, Jugendherbergen, NGOs und Non-Profit Organisationen, Schulen und

were very keen to adorn themselves with the stylish image of mobile gardens. Academics who have never seen a tomato plant in their lives are now trying their hands at gardening. Communities are formed where people work, harvest and eat together.

All these developments give us some idea of the available opportunities. They show that people from totally diverse academic disciplines and also people from entirely different backgrounds and levels of education can work together to create new forms of togetherness. They give us some idea of the options we have for changing and impacting the way we will live in the future. They show how important it is to think differently, to question things and to take an interest, but also to draw the relevant consequences – not to stand still, but to risk taking the next step. These examples show how important and indeed urgent it is to do something and to move forward towards change – to create progress.

## AHMED R. QATAMESH, HAMBURG UNIVERSITY OF MUSIC AND THEATRE

Towns and cities are often described as meeting places for opposites, different mindsets and different forms of cultural heritage, places where such encounters produce different hybrid forms and mixtures and where, as a result, one may even see the birth of new, innovative and creative objects. Such processes may even lead to the complete restructuring or rearrangements of the façades and foundations of a city, region or country.

In Palestine, the youngest member of UNESCO, a non-profit limited liability company has been founded to protect ancient buildings and the cultural heritage of the Palestinians and of Palestine. Since 1991 this organisation – called Riwaq – has refurbished 50,230 buildings in the West Bank, Gaza and East Jerusalem, buildings which are now used for new social and cultural purposes, e.g. music schools, museums, youth centres, youth hostels, NGOs, non-profit organisations, schools and nursery schools.

The Riwaq team believes that lack of funds must not be a reason for people to neglect their cultural heritage. Cultural heritage in the form of architecture has an enormous impact on younger generations. If it is neglected, any youngsters who are affected will lose hope and motivation. The refurbishment scheme seeks to turn abandoned and neglected buildings into development centres where new cultural and creative forms and jobs can emerge.

The development centres help their surrounding environments towards social progress and are beacons of excellence in social hotspots and rural regions. Such transformations of ancient buildings also pay off economically, as they become tourist attractions which strengthen the economy of the region and, at best, lead to the creation of new jobs. However, the refurbishment of an ancient building does not bring about any sustainability by itself. This only happens if the building is revived through innovative models and the resulting institutionalisation.

Politically, such initiatives are a clear counter-argument against those who, for many years, have seen the Palestinians as a culturally weak nation and who believe that the only significant Arabic cultural heritage is one of terrorism, undemocratic

Kindergärten und ähnliches eingerichtet. Das Team von Riwaq sieht, dass mangelnde finanzielle Mittel kein Grund sein sollten, dass Menschen ihr kulturelles Erbe vernachlässigen. Das kulturelle Erbe in Form von Architektur hat enorme Einflüsse auf die jüngeren Generationen. Wenn es vernachlässigt wird, verlieren die betroffenen jungen Menschen ihre Hoffnungen und ihre Motivation. Durch die Renovierung werden solche verlassen und vernachlässigten Gebäude zu Entwicklungszentren, in denen neue kulturelle und kreative Formen und Arbeitsplätze entstehen können.

Solche Entwicklungszentren tragen in ihrer Umgebung zum gesellschaftlichen Fortschritt bei und werden in sozialen Brennpunkten oder in ländlichen Regionen zu Leuchttauern. Auch wirtschaftlich betrachtet sind derartige Transformationsprozesse alter Gebäude relevant, da sie sich zu touristischen Attraktionen wandeln und so die regionale Wirtschaft stärken sowie bestenfalls gar neue Arbeitsstellen mit sich bringen können. Die Renovierung alter Gebäude allein bringt noch keine Nachhaltigkeit mit sich. Diese wird erst durch die Neubelebung der Gebäude durch innovative Konzepte und eine daraus folgende Institutionalisierung herbeigeführt.

Politisch gesehen stellen solche Initiativen ein klares Gegenargument zu den Stimmen dar, die die Palästinenser jahrelang als kulturschwaches Volk beschrieben haben und laut denen Terrorismus, undemokratische Strömungen und Unproduktivität vermeintlich das einzige nennenswerte arabische Kulturerbe darstellen. Doch diese Gebäude trotzten dem seit 63 Jahren andauernden Konflikt, erzählen jüngeren Generationen die Geschichte des Ortes und stiften Hoffnung.

Der Erhalt von kulturellem Erbe allein kann die Transformation eines Ortes nicht vorantreiben und kann die Menschen nicht mit dem Ort und seiner Geschichte verbinden. Erst durch die Nutzung und Belebung solcher Orte mithilfe von Kultur, wie Riwaq es vorführt, verbindet die Menschen mit den Orten, an denen sie leben. So werden die kulturell-architektonischen Geschichten der Gebäude zu Auslösern und Elementen urbanen Wandels und transformieren diese Orte in Schöpfungszentren der Kultur der Zukunft.

## ILKA ROOSE, UNIVERSITÄT DUISBURG-ESSEN

### Fortschritt gestalten

Um den Fortschritt einer Stadt in seiner wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Dimension zu beschreiben ist ein alternatives Fortschrittsmodell zum Wachstumskapitalismus notwendig. Dennis L. Meadows und seine Frau Donella H. stellten bereits in den 1970er Jahren in ihrem gemeinsamen Werk „The Limits to Growth“ fest, dass grenzenloses wirtschaftliches Wachstum in Zukunft nicht mehr möglich sein wird.

Die sozialen Auswirkungen von auf Kapitalismus beruhender wirtschaftlicher Expansion sind nicht nur im globalen Vergleich zwischen Nord und Süd, sondern auch in den Strukturen post-industrieller Städte zu erkennen. Diese zeigen sich beispielsweise auf der einen Seite an der gesteigerten Anzahl von Gated Communities und auf der anderen Seite durch Problemviertel wie die Pariser Banlieues oder die Plattenbauten Ost-Berlins. Vor diesem Hintergrund ist Fortschritt einer Stadt mit einer

tendencies and lack of productivity. Yet these buildings are defying the conflict that has been going on for 63 years, imparting the history of the locality to the younger generation and encouraging hope.

The preservation of cultural heritage alone cannot drive the transformation of a place, and neither can it connect people with their home town or its history. It is only through the use and revival of such places with the help of culture – as demonstrated by Riwaq – that people can be connected with the places in which they live. The cultural and architectural history of a building thus becomes a trigger and an important element of urban change, transforming a place into a centre of cultural creativity for the future.

## ILKA ROOSE, UNIVERSITY OF DUISBURG-ESSEN

### Creating Progress

To describe the progress of a city in its economic, social and cultural dimensions, it is necessary to develop an alternative model of progress, other than growth capitalism. It was as early as the 1970s that Dennis L. Meadows and his wife Donella H. concluded in their book *The Limits to Growth* that unlimited economic growth would eventually become impossible.

The social impact of economic expansion based on capitalism can be observed not just in a global comparison of North and South but also in the structures of post-industrial cities. This is reflected, on the one hand, in a greater number of gated communities and, on the other, in problem areas such as the banlieues of Paris and the prefab tenement blocks of East Berlin. Set against this background, the progress of the city is closely related to its increase in social fairness. The positive development of a city depends on its citizens' level of responsibility and is greatly helped by a cultural landscape based on participation, creativity and interdisciplinary collaboration.

City residents who are proactively challenged to be creative and who are taken seriously in their creativity can be strengthened in their own experience of active involvement and can be motivated in their commitment to their own city and thus to their own culture. This leads to a greater sense of responsibility among citizens, so that they themselves will realise their right to a city with a high quality of life. The culture of a city should be shaped by those who live there. Its identity develops from the inside, bottom-up rather than top-down. If this principle is followed, a city can be shaped to suit the needs of its residents, rather than being based on the ideas of planners about those needs – ideas which are frequently imposed on residents.

Socially segregated groups often have very different ideas about quality of life and about culture, so that they tend to take a negative view of each other's evaluation. This discrepancy is reinforced by existing capitalist power structures which make it more difficult for the weaker group to express its culture or creativity. This is reflected, for example, in the criminalisation of graffiti and the conflict about the construction of mosques in German cities. Studies in the Ruhr Area on the transition from primary to grammar school have shown that children from low-income housing estates have lower educational opportunities

sozial gerechteren Entwicklung verbunden. Die positive Weiterentwicklung einer Stadt hängt von der Verantwortlichkeit ihrer BürgerInnen ab und wird durch eine partizipativ gestaltete Kulturlandschaft, Kreativität und interdisziplinäre Zusammenarbeit gefördert.

Aktiv eingeforderte und ernst genommene Kreativität kann die StadtbewohnerInnen in ihrer Selbstwirksamkeitserfahrung stärken und sie motivieren, sich für ihre Stadt und ihre dann eigene Kultur zu engagieren. Dies führt zu einem gesteigerten Verantwortungsbewusstsein der BürgerInnen und lässt sie so selbst ihr Recht auf eine Stadt mit hoher Lebensqualität ausüben. Die Kultur einer Stadt sollte von denjenigen geprägt werden, die in ihr wohnen. Ihre Identität entwickelt sich von innen heraus – also eher bottom-up statt top-down. Diesem Prinzip folgend kann sich die Gestaltung einer Stadt an den Bedürfnissen ihrer BewohnerInnen orientieren und wird nicht anhand der Auffassung oktroyiert, die ein Planer oder eine Planerin von diesen Bedürfnissen hat.

Die Vorstellung von Lebensqualität und Kultur differiert zwischen sozial segregierten Gruppen oft so stark, dass es zu einer negativen Wertung des jeweils anderen Verständnisses führt. Die bestehende kapitalistische Machtstruktur verstärkt diese Diskrepanz, indem sie den Ausdruck der Kultur oder Kreativität der im Verhältnis schwächeren Gruppe erschwert. Dies zeigt sich beispielsweise in der Kriminalisierung von Graffiti oder dem Konflikt um Moscheebauten in deutschen Städten. Studien im Ruhrgebiet über den Übergang von der Grundschule auf das Gymnasium haben außerdem gezeigt, dass Kinder aus Stadtteilen mit geringen Einkommen weniger gute Bildungschancen haben als Kinder aus reicheren Vierteln. Eine Stadt, die durch Planung ihren BürgerInnen die Möglichkeit gibt, dieses Machtgefälle zu glätten und die eine Partizipation aller an kultureller Bildung erleichtert, ist eine sich zu mehr Demokratie und sozialer Gerechtigkeit entwickelnde Stadt.

Diese kulturellen und gesellschaftlichen Aspekte machen zukunftsorientierte Städteplanung mit dem Ziel der Nachhaltigkeit auf sozialer Ebene aus. Auch der Erfolg bzw. der gesteigerte Nutzen eines städtebaulichen Projekts sollte in Zusammenarbeit mit den BürgerInnen nachträglich überprüft werden, um die Wiederholung von Fehlplanungen zu vermeiden und den gesellschaftlichen Fortschritt festzustellen. Die ungewissen negativen wie positiven Veränderungen, die die Stadt der Zukunft mit sich bringt, fordern eine Zusammenarbeit mehrerer Wissensgebiete. Daher ist interdisziplinäre Zusammenarbeit notwendig. Werden in der Projektplanung die Erkenntnisse der Kultur- und Sozialforschung mit dem Wissen der StädteplanerInnen im wechselseitigen Nutzen vereint und dabei stets Erweiterungen für weitere Fachgebiete offen gehalten, so ist die Möglichkeit einer gerechten, demokratischen und damit fortschrittlichen Stadt gegeben.

## CONSTANZE SCHULTE, HOCHSCHULE NIEDERRHEIN Fortschritt gestalten

„Überlege doch: Lebewesen, die in einer Milliarde Jahren leben, werden sagen: ‚Der Mensch? Ach ja, der Mensch! Was für ein wunderbares Geschöpf er war! Er hätte die ganze Welt und mit ihr unsere Zukunft zerstören können - aber er sah das Licht, bevor

than children from richer areas. A city whose planning enables citizens to iron out this power differential and which makes it easier for everyone to participate in cultural education is a city that is heading for more democracy and more social justice.

These cultural and social aspects are vital for any forward-looking urban planning that seeks to achieve social sustainability. Also, once an urban planning project has been completed, there must be collaboration with citizens to verify the success or added value of this project, so that planners can avoid any repetition of poor planning and so that social progress can be ascertained. As the future of a city involves both negative and positive changes that are imponderable, it is important to ensure collaboration between a variety of disciplines. Interdisciplinary collaboration is therefore essential. If the planning of a given project integrates the findings of cultural and social research with the knowledge of the planners and if it does so in a way that is of mutual benefit, while continually being open to the inclusion of further disciplines, then this paves the way for a fair, democratic and progressive city.

## CONSTANZE SCHULTE, UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES OF THE LOWER RHINE Shaping Progress

*"Just think. In a billion years, whatever is around then, whoever is around then, days, 'Man? Oh yes, man' What a wonderful creature he was! It was within his grasp to destroy the entire world and to trample all our futures into the dust - but he saw the light before it was too late and pulled back. He pulled back and gave the rest of us our chance. He showed us all how it had to be done if the world was to go on being a garden forever. Man was the role model for us all!"* (From: Daniel Quinn, Ishmael)

Quite a few things will need to happen before the vision of Daniel Quinn's gorilla apprentice Ishmael can become reality. After all, reality has been rather different until now: The history of mankind has been read as a narrative that will sooner or later culminate in an apocalyptic climax. In fact, this is also the dominant interpretation for mostly "well-intentioned" and "sustainable" things: Man and the things he brings with him are seen as evil – and he therefore needs to restrict himself, i.e. reduce emissions, avoid waste and prohibit toxic substances. Ultimately, however this form of communication implies: "Ideally, you should no longer exist!"<sup>1</sup>

In today's cities the problems mentioned above exist alongside many others within a narrow space. The existence of our cities cannot be reversed any more than the history of mankind that has occurred up to now. This only leaves one option (not counting apathy and lack of interest as a possible course of action): We need to accept the situation as it is and make it the starting point for something much better. This requires not only creativity, but also courage and above all intelligence. Michael Braungart, one of the inventors of the Cradle-To-Cradle® principle, has called for "(eco-)effectiveness rather than efficiency – intelligent design". This is attractive from an economic perspective, as it ensures the competitiveness of a given location. On the other hand, we would do well to apply this principle to creative processes as well.

*es zu spät war, und hielt inne. Er hielt inne und gab uns anderen eine Chance. Er zeigte uns, wie man es anstellen muss, wenn die Welt ewig ein Garten bleiben soll."* (aus: Daniel Quinn, Ismael)

Damit die Vision, die der Gorilla-Lehrling in Daniel Quinns Ismael hat, Wahrheit wird, muss sich noch Einiges tun. Denn bisher sieht es eher so aus: Die Menschheitsgeschichte wird als ein Narrativ gelesen, in dem es früher oder später zur apokalyptischen Klimax kommen wird. In der Tat ist dies derzeit auch bei den meisten „gut gemeinten“, „nachhaltigen“ Dingen die dominierende Lesart: Der Mensch und was er mit sich bringt, ist offenbar schlecht – deswegen muss er sich beschränken: Emissionen reduzieren, Müll vermeiden, Gifte verbieten. Letztlich impliziert diese Form der Kommunikation aber: „Am besten wäre es, es gäbe dich gar nicht!“<sup>1</sup>

In den Städten der heutigen Zeit sind die oben genannten Probleme zusammen mit vielen anderen auf engem Raum versammelt. Die Existenz der Städte lässt sich nun, genauso wenig wie die bisherige Geschichte der Menschheit, rückgängig machen. Also bleibt nur eine Möglichkeit (wenn wir apathisches Desinteresse als Handlungsoption mal ausklammern): Das Gegebene akzeptieren und es zur Ausgangsposition von etwas viel Besserem machen! Dazu braucht es nicht nur Kreativität, sondern auch Mut und vor allem Intelligenz! Michael Braungart, einer der Erfinder des „Cradle-to-Cradle®-Prinzips“, fordert „(Öko-) Effektivität statt Effizienz – Intelligent Design“. Aus ökonomischer Sicht ist dies attraktiv, da es den Standort wettbewerbsfähig hält. Auf der anderen Seite sollten wir dieses Prinzip auch im kreativen Prozess berücksichtigen.

Die Kulturschaffenden können nicht die entsprechenden Produkte entwickeln, aber sie können und sollten dazu beitragen, dass die Menschheitsgeschichte anders gelesen wird. Sie sind die Multiplikatoren einer neuen Attitüde, eines neuen inneren Bildes, das wir brauchen, um uns selbst zu respektieren. Städte sind in diesem Sinne nicht nur Ballungszentren von Problemen, sondern auch von Lösungen und deren Verbreitung. Dazu müssen sie einladen und Raum bieten. Und doch ist diese Entwicklung im digitalen Zeitalter nicht an die Stadt gebunden. Kreative Prozesse unterliegen wie viele andere der Beschleunigung. In diesem Falle ist dies allerdings positiv. Das Internet eröffnet die Möglichkeit aus dem Projekt Creative City etwas Größeres entstehen zu lassen:

Creative World. Creative Planet. (Damit würde sogar das Problem der Gentrifizierung obsolet!) Auf lange Sicht sollte dies das Ziel sein.

In diesem Kontext hat der oft zitierte Satz „Heute diese Stadt, morgen das Land und übermorgen die ganze Welt“ wenig Größenwahnsinniges an sich. Denn es stimmt: Städte haben die Mittel und die kreativen Ressourcen, um den Anfang zu machen; um der Narration der Menschheit eine Wendung zu verpassen, die dringend nötig ist. Sonst behalten die Pessimisten Recht.

Und das wollen wir ja nicht.

<sup>1</sup> Dies erläuterte Michael Braungart, einer der Entwickler des Cradle-to-Cradle®-Prinzips, in einem Vortrag an der FH Aachen am 18. Januar 2012.

Cultural workers cannot develop the relevant products, but they can and should contribute to a different reading of the history of mankind. They are the multipliers of a new attitude and a new internal image which we need in order to respect ourselves. Against this background, cities are not just conglomerations of problems but also places that can provide solutions and ensure their propagation. This is something they need to welcome and for which they must offer space. And yet, in our digital age, such a development is not tied to the city. As in so many other cases, creative processes are subject to acceleration. In this instance, however, this must be seen as positive. The internet makes it possible for something bigger to arise from the Creative City project:

Creative World. Creative Planet. (It would even solve the problem of gentrification!) This should be our long-term goal.

In this context the much-quoted phrase: "The city today, the country tomorrow, and the whole world the next day" no longer sounds quite so megalomaniac. After all, it's true: cities have the means and the creative resources to make a start, and such a start is an urgent requirement for a U-turn in the narrative of mankind. Otherwise, the pessimists will be vindicated.

And we certainly don't want that.

<sup>1</sup> This was explained by Michael Braungart, the inventor of the Cradle-to-Cradle® principle, in a talk at the University of Aachen on 18 January 2012.

## ANA SILER, HAMBURG UNIVERSITY OF MUSIC AND THEATRE

What is the relationship between art and the city? How can art and artistic interventions impact urban development?

The city is created by those who live within its boundaries. It is the ensemble of its conditions and opportunities as well as its scope, interdependencies, boundaries and contradictions. The city with all its qualities is an inexhaustible source of inspiration for art. The artists who live there can impact and change their environment. By intervening visually, through words, a message or sound, they can highlight the problems of a city and voice their objections to political, social and economic conditions. They can also investigate any discrepancies they discover between the things that are on offer and the needs of the audience. This enables them to influence the development of the city. In other words, art draws attention to new perspectives in modern urban planning and development.

Different artists have different ways of dealing with current issues and problems of cities and the community. They create works of art from highly familiar urban elements which form part of everyday life, such as paving stones, rubbish and structural objects. One clear example of this type of intervention into urban space is a piece of art called Un-Stitching Karl by Brad Downey in 2007, where he converted paving stones in Berlin into a dominoes sculpture, thus enquiring into the visible materials and invisible structures of the city. Quite often the city itself turns into an iconic system through which artists use the written or spoken word to resist political and social norms or to express criticism. It is not

## ANA SILER, HOCHSCHULE FÜR MUSIK UND THEATER HAMBURG

Wie ist das Verhältnis zwischen Kunst und Stadt? Wie kann die Kunst, wie können künstlerische Interventionen die Stadtentwicklung beeinflussen?

Die Stadt ist die Kreation derer, die innerhalb ihrer Grenzen leben. Sie ist ein Zusammenspiel ihrer Bedingungen und Möglichkeiten, ihrer Freiräume, Abhängigkeiten, ihrer Grenzen und Widersprüche. Die Stadt mit allen ihren Eigenschaften ist eine unerschöpfliche Inspirationsquelle für die Kunst. Die Künstler, die in einer Stadt leben, können ihr Umfeld gestalten und verändern. Indem sie visuell, mit Hilfe der Schrift, des Textes oder des Tons intervenieren, haben sie die Möglichkeit, die Probleme der Städte zu erläutern, eine „Gegenrede“ zu den politischen, sozialen und ökonomischen Verhältnissen zu äußern, die Diskrepanzen zwischen dem Angebot und den Bedürfnissen des städtischen Publikums zu untersuchen und somit ihre Entwicklung zu beeinflussen. Kurzum, die Kunst zeigt die neuen Perspektiven der modernen Stadtplanung und Stadtentwicklung auf.

Künstler gehen auf verschiedene Weisen mit den aktuellen Themen und Problemen der Städte und des Zusammenlebens um. Sie schaffen Kunstwerke aus den gewöhnlichen, längst integrierten Elementen der Stadt, wie Straßenpflaster, Müll oder Bauobjekten. Ein prominentes Beispiel für diese Art der Intervention in dem städtischen Raum ist die Arbeit „Un-Stitching Karl“ von Brad Downey aus dem Jahr 2007, in der er die Straßenpflaster in Berlin zu einer Dominosteine-Skulptur umbaut und damit die Frage nach sichtbaren Material und unsichtbaren Strukturen in einer Stadt stellt. Oft wird die Stadt zu einem Zeichensystem, indem die Künstler mit Schrift und Sprache Widerstand gegenüber politischen und gesellschaftlichen Normen leisten oder Kritik äußern. Nicht nur die klassischen Medien wie Bild und Schrift dienen der Kunst in der Auseinandersetzung mit dem Thema „Stadt“. Auch Ton und weitere Informations- und Reproduktionsmedien spielen eine wichtige Rolle.

Neben den schon genannten Arten der künstlerischen Interventionen ist noch eine weitere Form von großer Bedeutung für die Veränderungen öffentlicher Räume und für die Stadtentwicklung. Das sind künstlerische Eingriffe, die versuchen neue Lebensräume zu erschließen, vorgegebene zu transformieren und somit direkt in den Gesellschaftsraum vorzudringen. Dies geschieht indem sie die Ideologie-, Lebens-, Schutz- oder Ordnungszonen des Stadtlebens hinterfragen. Ein interessantes Beispiel dieser Form der

just through classical media such as imagery and the written word that artists discuss the “city” as a topic. Major roles are also played by sound and by other media of information and audiovisual output.

In addition to the types of artistic intervention mentioned here, there is one further form that is of considerable significance to the modification of public spaces and in urban development. These are artistic interventions that make it possible to explore new habitats, to transform existing ones and thus to enter into social space. The artists do so by questioning certain zones of city life. Such zones may be ideological, or they may reflect different habitats, or indeed offer protection or be purely administrative. One interesting example of this form of intervention is the installation *Swing* by Kamila Szejnoch (2008) in Warsaw. It is literally a swing attached to the bronze statue of an army soldier. The statue is an iconic representation of the communist regime. By making it possible to use the swing, Szejnoch builds a bridge between the past and the present and offers a new interpretation of urban monuments and spaces. Such interventions often lead to alternative solutions in the use of public spaces.



CHARLES LANDRY MIT DEN TEILNEHMERINNEN UND TEILNEHMERN DES WORKSHOPS  
CHARLES LANDRY WITH THE PARTICIPANTS OF THE WORKSHOP

Intervention ist die Installation „Swing“ von Kamila Szejnoch aus dem Jahr 2008 in Warschau. Sie stellt eine Schaukel, die an der Bronzestatue eines Armeesoldaten angebracht wird, dar. Die Statue steht als Zeichen des politischen Regimes des Kommunismus. Durch die Möglichkeit des Schaukelns baut Szejnoch eine Brücke zwischen Vergangenheit und Gegenwart und bietet eine neue Interpretation städtischer Denkmäler und Plätze. Die alternativen Lösungen für die Nutzung öffentlicher Räume sind oft die Ergebnisse solcher Interventionen.

Sowohl auf der ästhetischen als auch auf der inhaltlichen Ebene wird die Stadt durch die Kunst reflektiert. Daraus können neue Ideen und Lösungen für die Transformation und Anpassung der Städte an die Bedürfnisse ihrer Bürger generiert werden. Auf die im Titel dieses Essays gestellte Frage, was die Kunst der Stadt zu bieten hat und inwiefern sie ihre Entwicklung beeinflusst, ergeben sich unterschiedlichen Antworten. Laut Ursula Maria Probst und Franz Thalmair wird die Stadt durch die Kunst zu einer Projektionsfläche für gesellschaftspolitische Fragestellungen, zu einer Kommunikationsfläche und zu dem Interaktionsraum für menschliche Bedürfnisse und Notwendigkeiten.

The city is reflected in art both on the aesthetic level and on the level of content. This can lead to new ideas and solutions which might transform and adapt a city to suit the needs of its population. They have different ways of answering the question I asked in the title of this essay, “What is the relationship between art and the city?” According to Ursula Maria Probst and Franz Thalmair, art turns the city into a projection space for the discussion of socio-political issues and a space of communication and interaction that satisfies human needs and demands.



# FORUM D'AVIGNON RUHR

**HERAUSGEBER**  
**PUBLISHED BY**  
RUHR.2010 GmbH i.L.  
Brunnenstraße 8  
45128 Essen

european centre for creative economy  
**ecce GmbH**  
Emil-Moog-Platz 7  
44137 Dortmund

**REDAKTION**  
**EDITOR**  
Martin Kuhna

**ÜBERSETZUNG**  
**TRANSLATION**  
Nikol Übersetzungen  
communication partner

**FOTOS**  
**PHOTOS**  
Manfred Vollmer

**KOORDINATION**  
**COORDINATION**  
Maria Baumeister  
Sandra Czerwonka

**KREATION & DESIGN**  
**CREATION & DESIGN**  
Oktober Kommunikationsdesign GmbH  
Bochum

**DRUCK**  
**PRINT**  
Hitzegrad, Dortmund

## VERANSTALTER & ORGANISATION ORGANISERS



## FÖRDERER SUPPORTED BY

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



## GESELLSCHAFTER & ÖFFENTLICHE FÖRDERER VON RUHR.2010 SHAREHOLDERS & PUBLIC SPONSORS OF RUHR.2010



Die Ministerpräsidentin  
des Landes Nordrhein-Westfalen



Initiativkreis  
Ruhr®



EUROPEAN UNION  
Investing in our Future  
European Regional  
Development Fund



## KONTAKT CONTACT

Forum d'Avignon Ruhr / ecce GmbH  
+49 231 2222 75 00

[www.forum-avignon-ruhr.org](http://www.forum-avignon-ruhr.org)  
[forum@e-c-c-e.com](mailto:forum@e-c-c-e.com)

Das Forum d'Avignon Ruhr fand am 8. und 9. März 2012 im SANAA-  
Gebäude, Weltenbe Zollverein, Essen statt.

The Forum d'Avignon Ruhr was held on the 8th and 9th of March  
2012 at the SANAA-Building, Zollverein World Heritage Site, Essen.

