

Kultur: Die Seele des Geschäfts

Lässt sich mit Kultur Geld verdienen? Aber ja, könnte man gleich antworten, die Frage ist nur wie? Ein zweiter Blick in die Beziehungsgeschichte zwischen Kultur und Wirtschaft verrät jedoch, dass diese Liaison komplizierter ist. Kunst, Musik und geistiges Leben wirken indirekter, aber auch umfassender als angenommen.



Dr. Hans-Jürgen
Breuning
Sympra GmbH,
Stuttgart

► Lange Zeit wurde Kultur lediglich als „weicher“ Standortfaktor betrachtet, der eine willkommene Ergänzung zu den „harten“ Standortfaktoren wie etwa Infrastruktur oder Arbeitskräftepotenzial bietet. Diese Einschätzung hat sich spätestens seit den 1990er Jahren deutlich gewandelt: Längst ist die zentrale Bedeutung von Kultur ins Bewusstsein der Städte gerückt, längst werben Städte insbesondere auch mit Kultur für ihre Standortqualitäten. Schon 1985 durfte sich Athen erstmals als „Kulturstadt Europas“ profilieren. Kultur ist nicht mehr nur ein „nice to have“, sondern tatsächlich ein bedeutender Wirtschaftsfaktor. Mit der veränderten Wertschätzung hat sich auch die Ausgangslage der beiden Partner verändert. Beide wissen, dass es nicht mehr gut ohne den anderen geht, doch wie kann es ein gutes Miteinander geben?

Der „Bilbao-Effekt“ fasziniert die Städte

Eines der leuchtendsten Beispiele für die enge und erfolgreiche Partnerschaft aus Kultur und Wirtschaft ist zweifelsohne das Guggenheim-Museum in Bilbao. Bis heute spricht man vom „Bilbao-Effekt“, den dieses expressiv-skulpturale, mit Titanzink verkleidete Bauwerk 1997 auslöste. Aus einem vernachlässigten Stadtquartier schuf

der amerikanische Architekt Frank O. Gehry einen Pilgerort der Kultur. In den ersten drei Jahren lockte das Museum 3,5 Millionen Besucher an, die der baskischen Stadt rund 500 Millionen Dollar bescherten – und die Wahrnehmung Bilbaos als gesichtslose Industrie- und Hafenstadt mehr und mehr in den Hintergrund drängten. Kultur hat hier das Wesen einer ganzen Stadt verändert.

Nahezu zeitgleich fiel die Entscheidung über den Sitz der Europäischen Zentralbank (EZB) und auch hier war es Frankfurts „Kultur“, die sich als überaus wertvoller Standortfaktor für eine erfolgreiche Bewerbung entpuppte. Am Image der „Bankenmetropole“ hatte niemand ernsthafte Zweifel, doch was konnte Frankfurt darüber hinaus noch bieten? Vor allem mit ihren vielbeachteten Museumsbauten aus den 1980er Jahren gelang es der Stadt, sich zusätzlich zu profilieren und zu positionieren.

Die zunehmende Bedeutung von Kultur für einen gesamten Wirtschaftsraum manifestiert sich derzeit auch in der erfolgreichen Bewerbung der Stadt Essen als „Kulturhauptstadt Europas 2010“: Der Slogan „Wandel durch Kultur – Kultur durch Wandel“ steht hier beispielhaft für den epochalen Wertewandel einer von der Stahlindustrie und dem Bergbau geprägten Region, die nun Kultur als neue Standortqualität erkennt.

Trotz vieler gegenseitiger Verflechtungen und Verbindungen ist jedoch das Verhältnis zwischen Kultur und Wirtschaft keineswegs immer frei von Spannungen. Nicht selten gibt es gerade im Bereich des Kultursponsorings schwierige Partnerschaften. Auch hier zeigt die Finanzkrise ihre Wirkung und

stellt die Frage nach neuen Wegen für öffentliches oder privates Sponsoring.

Die Region Stuttgart verfügt über eine Vielzahl renommierter Kultureinrichtungen, die auch als Wirtschaftsfaktor wahrgenommen werden. Aber lässt sich – dem Bundestrend folgend – auch in der Region eine zunehmende Bedeutung von Kultur entdecken? Gibt es neue Partnerschaften und neue Wege?

Geld zu verdienen darf keine Schande sein

„Gerade in den letzten Jahren hat man begriffen, dass Kultur ein ernst zu nehmendes Thema ist“, so der Stuttgarter Galerist Klaus Gerrit Friese. „Trotzdem sollte man noch deutlicher machen, dass Kultur unbedingt mit Wirtschaft zu tun hat. Geld zu verdienen mit Kultur ist das Wichtigste für uns Galeristen – und das darf auch keine Schande sein!“ Zumal dann, wenn es mit dem Sponsoring für Galerien nicht wirklich gut aussieht. Denn genau hier gibt es für Friese gewisse Unterschiede: „Die Kulturförderung bezieht sich oft auf größere Unternehmen. Dass es aber durchaus auch Sinn machen kann, kleinere Galerien zu fördern, ist vielen nicht bewusst. Wir haben in der Region sehr gute Galerien, die eine Förderung verdient hätten. Für alle geht es darum, als substanzieller Teil des Kulturgeschehens erkannt und wertgeschätzt zu werden: Ohne uns würde es ja auch keine junge Kunst geben, viele interessante Bilder würden nicht in die Museen kommen.“ Trotz Finanzkrise, die das finanzielle Überleben der Galerien erschwert, sieht Friese jedoch auch positive Entwicklungen: „Ich denke, in der Wahrnehmung von Kultureinrichtungen hat