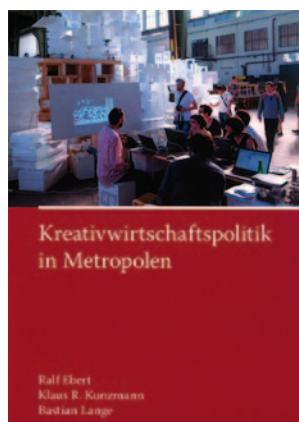


Ebert, Ralf; Kunzmann, Klaus R.; Lange, Bastian (2012): Kreativwirtschaftspolitik in Metropolen

Detmold: Verlag Dorothea Rohn, 90 S.

Martina Hülz · Daniel Voßen

Eingegangen: 1. August 2013 / Angenommen: 10. September 2013 / Online publiziert: 2. Oktober 2013
© Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2013



Seit nunmehr über einem Jahrzehnt wird in der Wissenschaft eine intensive Debatte über die „Kreative Klasse“ und deren regionalökonomische Implikationen geführt.

Das grundlegende Konzept der *creative class* hat vor allem durch die zahlreichen Ausführungen des US-amerikanischen Ökonomen Richard Florida an Popularität gewonnen (vgl. z. B. Florida 2002; Florida 2005; Florida 2012). Ausgangspunkt seiner Überlegungen ist der Wandel von der Industrie- zur Wissensgesellschaft, in der Wissen zur

entscheidenden Ressource für eine nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung wird. Zur Förderung dieser Ressource setzen mittlerweile zahlreiche Städte immense Mittel ein, um „Kreative“ als Träger dieser Ressource, anzuziehen und zu halten. Florida folgend spielt die Präsenz eines Klimas der Toleranz, Offenheit und kulturellen Vielfalt in einer Stadt dabei eine entscheidende Rolle, da für die Angehörigen der (vermeintlich) räumlich hochmobilen „Kreativen Klasse“ ein solches Klima besonders attraktiv ist und noch vor harten Standortfaktoren, wie beispielsweise den Bedingungen auf dem regionalen Arbeitsmarkt, den zentralen Faktor bei der Wohn- bzw. Arbeitsortwahl darstellt. Ein weiterer wesentlicher Aspekt ist die Hypothese, dass Kreative nicht den Beschäftigungsmöglichkeiten bzw. den Unternehmen folgen (*people follow jobs*), sondern vielmehr umgekehrt die (wissensintensiven) Unternehmen sich in Regionen ansiedeln, in denen sie die benötigten Kreativen finden (*jobs follow people*). Daraus resultieren im Endeffekt wirtschaftliches Wachstum und eine positive Regionalentwicklung. Kurz: „[...] je mehr Kreative in einer Region leben, umso stärker sei das regionale Wirtschaftswachstum“ (Sternberg 2011: 227), folglich ist ein hoher Besatz Kreativer wünschenswertes Ziel einer jeden Region bzw. regionalen Wirtschaftspolitik.

Dies beherzigend und um am Boom der „Kreativwirtschaft“ zu partizipieren, haben in der jüngeren Vergangenheit viele Städte Kreativwirtschaftsberichte, Entwicklungs- oder Potenzialstudien in Auftrag gegeben mit dem Ziel, diese Zukunftsbranche zu verstehen und bestmöglich zu fördern. Die daraus abgeleiteten Ausrichtungen, Schwerpunkte und Maßnahmen unterscheiden sich allerdings zum Teil erheblich voneinander. Noch gibt es kein Patentrezept für eine erfolgreich umgesetzte Kreativwirtschaftspolitik. Doch wie lässt sich Toleranz in einer Metropole initiieren und damit Talent und Technologie mobilisieren und attrahieren (vgl.

Dr. M. Hülz (✉)
Akademie für Raumforschung und Landesplanung (ARL),
Leibniz-Forum für Raumwissenschaften, Hohenzollernstraße 11,
30161 Hannover, Deutschland
E-Mail: huelz@arl-net.de

D. Voßen
Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie,
Leibniz Universität Hannover, Schneiderberg 50,
30167 Hannover, Deutschland
E-Mail: vossen@wigeo.uni-hannover.de

Florida 2005)? Auch wenn diese Begriffe in Ausschreibungstexten zu Förderprogrammen auftauchen, lassen sie sich messbar umsetzen und langfristig implementieren? Und wie können bei der Heterogenität von Räumen, Wirtschafts- und Politiksystemen sowie den Kreativen selbst Erfolgsstrategien übertragen werden?

In dem Buch „Kreativwirtschaftspolitik in Metropolen“ werden Initiativen zur Entwicklung der Kreativwirtschaft und zu deren Umsetzung in den acht Metropolen Berlin, Köln, München, Amsterdam, Kopenhagen, Wien, Hongkong und Melbourne näher betrachtet. Ausgangspunkte sind der Kreativwirtschaftsbericht 2012 der Freien und Hansestadt Hamburg sowie offene Fragen, die auf der Grundlage genereller Erfahrungen im Bereich der Kreativwirtschaft in Hamburg gemacht wurden. Dabei werden vor allem Programme, Projekte, Maßnahmen und Strategien zur Entwicklung der Kreativwirtschaft in den acht genannten Untersuchungsmetropolen sowie deren spezifischer raum-zeitlicher Kontext erfasst, analysiert und verglichen. Auch ein Blick auf die Zusammenarbeit von verschiedenen Akteursgruppen und deren Strategien soll Anregungen für eine zukünftige Kreativwirtschaftspolitik in Städten und Metropolen geben. Dabei ist den Autoren Ralf Ebert, Klaus R. Kunzmann und Bastian Lange die Diversität der kulturellen, politischen und ökonomischen Hintergründe der Beispielmeteropolen durchaus bewusst.

Die drei deutschen Metropolen werden anhand vergleichbarer Strukturdaten, wie beispielsweise Beschäftigte und Umsätze in Teilmärkten der Kreativwirtschaft, verglichen. Für die Analyse der Beispiele aus dem Ausland wurden divergierende Datensätze und -quellen herangezogen, da die Marktstruktur für die Branche, die politischen, wirtschaftlichen, historischen und kulturellen Rahmenbedingungen der Metropolen sowie die verwendeten Definitionen und Abgrenzungen unterschiedlich sind. Auch bei der Erfassung, Zuordnung und schließlich Nutzbarkeit von Statistiken gab es Unterschiede, die eine Vergleichbarkeit mit den deutschen Städten nur eingeschränkt möglich machte. Vor diesem Hintergrund wurden verschiedene Merkmale und Indikatoren für die jeweilige Betrachtung der fünf Beispielsstädte aus dem Ausland zum Teil abweichend beschrieben. Dies sind neben Strukturmerkmalen wie Bevölkerungs-, Beschäftigungs- und Wirtschaftsstruktur sowie historischen, politischen und kulturellen Kontexten auch explizite Kreativwirtschaftsstrategien und deren Steuerungsformen (Organisation, Charakter, raumbezogene Aspekte). Des Weiteren wurden implementierte Programme und Projekte bezüglich der beteiligten Akteure, Zielgruppen, Netzwerke sowie deren räumlicher Fokus und Laufzeiten analysiert. Trotz der daraus resultierenden eingeschränkten Vergleichbarkeit ist ein spannender Beitrag zur wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit der Kreativwirtschaft entstanden.

Am Ende des Buches werden die Ergebnisse zusammengeführt und Vorschläge für eine zukunftsorientierte Kreativwirtschaftspolitik in Metropolen gemacht. Es ist nicht überraschend, dass in allen Metropolen zum Teil sehr ähnliche, aber auch stark divergierende Programme, Projekte, Maßnahmen und Strategien angewendet werden, um die Branche zu fördern. Vor allem sind es die unterschiedlichen Rahmenbedingungen, Akteurskonstellationen und Steuerungsformen, welche die wesentlichen Unterschiede ausmachen. Abschließend wird die Kreativwirtschaftspolitik der untersuchten Metropolen im Kontext zentraler Handlungsfelder aus Sicht der Hamburger Kreativwirtschaft dargestellt. Dazu werden vier zentrale Handlungsfelder benannt, auf die untersuchten Metropolen übertragen und deren Situation beschrieben. Diese Handlungsfelder sind: 1) Verankerung der Kreativwirtschaft in Politik, Politikfeldern und in der Verwaltung, 2) Schaffung und Sicherung kreativer Räume und Arbeitsmöglichkeiten, 3) finanzielle Unterstützung der Branche sowie 4) Verbesserung der Qualifizierung für die Kreativwirtschaft.

Wie bei allen räumlichen Entwicklungsansätzen ist die Übertragbarkeit erfolgreicher Ansätze eines Umfeldes auf ein anderes nur beschränkt möglich. Insbesondere gilt dies auch für die vielen kleineren Städte oder „Normalregionen“, die zum Teil ihr (finanzielles) Engagement auf die Kreativwirtschaft in der Hoffnung ausrichten, damit nachhaltiges Wachstum und steigende Beschäftigung zu generieren. Hier besteht noch weiterer Forschungsbedarf, um einen effektiven und vor allem effizienten Einsatz knapper öffentlicher Mittel zu gewährleisten. Trotzdem sind derartige Praxisstudien, ihre Schlussfolgerungen und Empfehlungen ein Anfang – neben den wissenschaftlichen Beiträgen und den daraus abgeleiteten politischen Handlungsempfehlungen – zum generellen Verständnis dieser noch relativ jungen Zukunftsbranche.

Literatur

- Florida, R. (2002): *The Rise of the Creative Class*. New York.
- Florida, R. (2005): *Cities and the Creative Class*. New York.
- Florida, R. (2012): *The Rise of the Creative Class – Revisited*. New York.
- Sternberg, R. (2011): Zur Kreierbarkeit von Kreativwirtschaften in Deutschland. In: Bekmeier-Feuerhahn, S.; van den Berg, K.; Höhne, S.; Keller, R.; Mandel, M.; Tröndle, M.; Zembylas, T. (Hrsg.): *Kulturmanagement und Kulturpolitik*. Jahrbuch Kulturmanagement 2011. Bielefeld, 221–242.