

Prof. Monika Grütters, MdB
Deutscher Bundestag
Vorsitzende des Ausschusses für Kultur und Medien

Vortrag „Standortfaktor Kreativität – Mehr als ein materieller Wert“

INFRANEU e.V. – Frühstücksgespräch
23. Januar 2012, 08:30 Uhr
Berlin Capital Club, Mohrenstr. 30, 10117 Berlin

Begrüßung/Anrede,

In der Satzung von INFRANEU heißt es: „Funktionsfähige, umweltgerechte Infrastrukturen sind eine wesentliche Voraussetzung für die wirtschaftliche Entwicklung und damit für positive Zukunftsperspektiven der Menschen.“

Dem stimme ich zu. Aber was hat mein Politikfeld – die Kulturpolitik – damit zu tun? In gewissem Sinne ist Kulturpolitik auch Standort- und Infrastrukturpolitik. Diese Parallele liegt zunächst nicht auf der Hand, aber ich hoffe, sie wird im Verlauf meines Vortrags deutlich.

Sie haben mich heute eingeladen, um über einen weiteren Faktor zu sprechen, der für die wirtschaftliche Entwicklung und damit für positive Zukunftsperspektiven der Menschen eine wesentliche Voraussetzung ist, für die wirtschaftliche Entwicklung Berlins im letzten Jahrzehnt wahrscheinlich sogar *der* entscheidende Faktor: Kreativität.

Was bedeutet Kreativität?

– Sie mögen mir als Germanistin einen kurzen Exkurs dazu nachsehen –

Kreativität bedeutet „Schöpferische Kraft“.

Wen könnte man zu diesem Begriff besser befragen als Goethe:

"Alles außer uns ist nur Element, ja, ich darf wohl sagen, auch alles an uns; aber tief in uns liegt diese schöpferische Kraft, die das zu erschaffen vermag, was sein soll, und uns nicht ruhen und rasten läßt, bis wir es außer uns oder an uns auf eine oder die andere Weise dargestellt haben.“, so lesen wir in Wilhelm Meisters Lehrjahre.

Der Begriff Kreativität selbst aber ist noch recht jung. Weder bei Goethe noch im Grimmschen Wörterbuch findet er sich. Selbst in den Duden hat es „Kreativität“ erst 1973 geschafft.

Es soll also heute um die „Schöpferische Kraft“ gehen, als Standortfaktor, aber auch als „Rohstoff“ für kulturell-kreative Produkte und Dienstleistungen sowie als Ausdruck der kulturellen Identität unseres Landes.

Als materieller Wert lässt sich Kreativität messen. Oder besser: Die Resultate kreativer Arbeit schaffen auch materielle Werte, die volkswirtschaftlich messbar sind, etwa anhand von Beschäftigtenzahlen und Beiträgen zum Bruttoinlandsprodukt. Im Vordergrund steht dabei die Kultur- und Kreativwirtschaft.

Angeregt von der Enquête-Kommission des Bundestags "Kultur in Deutschland" gibt es in Deutschland inzwischen eine etablierte Definition, die 11 Teilbranchen beziehungsweise Teilmärkte umfasst:

- Die Designwirtschaft
- Den Kunstmarkt
- Den Markt für darstellende Künste
- Den Architekturmarkt
- Den Buchmarkt
- Die Musikwirtschaft
- Die Filmwirtschaft
- Die Rundfunkwirtschaft
- Den Pressemarkt
- Die Software-/Games-Industrie
- Und den Werbemarkt

Für diese Branchen und Märkte ist „Schöpferische Kraft“ Grundvoraussetzung. Man könnte auch sagen, es ist der wichtigste Rohstoff, den sie zur Produktion ihrer Güter benötigen.

2007 startete die Bundesregierung unter Federführung des Bundeswirtschaftsministeriums und des Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien die erste nationale **Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft**. Ihr Ziel ist es, für die Akteure der Kultur- und Kreativbranchen bessere Rahmenbedingungen zu schaffen und die Kultur- und Kreativwirtschaft als eigenständigen, aufstrebenden Wirtschaftszweig zu unterstützen.

Das ist lohnenswert, denn die Kultur- und Kreativwirtschaft verfügt über hohe Wachstums- und Beschäftigungspotenziale. Zudem ist sie bereits heute ein wichtiger Imageträger für Deutschland. Neben den klassischen deutschen Exportschlägern der Hochtechnologie, des Maschinen- oder Automobilbaus ist es daher das Ziel der Bundesregierung, auch den Export kultureller und kreativer Produkte und Dienstleistungen „Made in Germany“ zu steigern.

Wichtige Maßnahmen der Initiative sind:

- Die Erhebung der Wirtschaftsdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft: Denn es handelt sich um einen jungen und ausgesprochen heterogenen Wirtschaftszweig, der sein Selbstverständnis zum Teil erst überhaupt noch entwickeln muss.
- Zahlreiche Maßnahmen zur Vernetzung und Förderung der Akteure, wie die Einrichtung des Onlineportals der Initiative, Workshops und Projektförderungen.
- Die Einrichtung eines Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft mit 8 Regionalbüros.

"Hauptverband für den Ausbau der Infrastrukturen und **Nachhaltigkeit** e.V." lautet ja der vollständige Name ihres Vereins.

„Schöpferische Kraft“ ist einer der wenigen „**Rohstoffe**“, die **Deutschland** besitzt. Und glücklicherweise wird sie, bei nachhaltiger Förderung, nie zur Neige gehen.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft „verwertet“ diesen Rohstoff unmittelbar.

Den ausführlichen Monitoringbericht zur Kultur- und Kreativwirtschaft 2010 wird das Bundeswirtschaftsministerium bald vorlegen. Ich kann Ihnen aber vorab schon die wichtigsten Kennzahlen nennen: 2010 haben die rund 244.000 Unternehmen damit rund 137 Milliarden Euro Umsatz erwirtschaftet. 2,2 Prozent mehr als im Vorjahr. Zum Vergleich, der Maschinenbau, für den wir weltweit so bekannt sind, setzte im gleichen Jahr rund 173 Milliarden Euro um. Auch die Anzahl der Erwerbstätigen ist beeindruckend: Es sind beinahe 1 Millionen oder 3,1 Prozent aller Erwerbstätigen in Deutschland. Darunter sind natürlich nicht nur freischaffende Künstler. Mit 720.000 Beschäftigten, also Personen in abhängigen Beschäftigungsverhältnissen, liegt die Kultur- und Kreativwirtschaft noch vor der Automobilindustrie (709.000). Und noch eine letzte Zahl: Eine Bruttowertschöpfung von 63,7 Milliarden Euro in 2010 bedeutet, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft rund 2,6 Prozent zu unserem Bruttoinlandsprodukt beigesteuert hat! Die Verwertung von Kreativität besitzt also großes volkswirtschaftliches Gewicht. Kreativität ist ohne Zweifel ein „harter“ Standortfaktor für Deutschland.

Kreativität ist aber auch in anderer, ungleich schwerer quantifizierbarer Hinsicht, ein Standortfaktor: Viele der Unternehmen dieses Wirtschaftszweigs sind nicht nur passive Technologienutzer, sondern **Innovatoren**. Deren „Schöpferische Kraft“ sich auch auf andere Wirtschaftszweige überträgt. Sie sind äußerst innovativ - sowohl was ihre Produkte, Leistungen und Geschäftsmodelle betrifft, als auch im Hinblick auf ihre Organisation, etwa im Bereich flexible Arbeitszeitmodelle.

Außerdem sind Frauen sind in fast in allen Bereichen der Kultur- und Kreativwirtschaft stärker vertreten als Männer.

Besonders hoch ist der Anteil an selbstständigen Frauen mit circa 40 Prozent gegenüber lediglich 7 Prozent in der Gesamtwirtschaft.

Für die **Stadtentwicklung** ist der Standortfaktor "Schöpferische Kraft" ebenfalls spätestens seit Beginn der 2000er Jahre in Wissenschaft, Wirtschaft und Politik anerkannt: Den Künstlern, Bars und Clubs folgen die Unternehmen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft in ehemals heruntergekommene Industrie- oder Arbeiterquartiere. Schließlich werden sie für Handel, andere Unternehmen und neue Bewohnermilieus attraktiv.

Was man positiv als Standortentwicklung von unten bezeichnen kann, wird negativ als Gentrifizierung beklagt. Immer beginnt es jedoch durch die „Schöpferische Kraft“ der Kreativen Klasse.

Für mich überwiegen die positiven Effekte dieser Entwicklungen, wie etwa in Berlin Mitte, Prenzlauer Berg oder Kreuzberg – zumindest, wenn, wie in Berlin der Fall, Ausweichflächen für Subkultur und sozialschwache Bewohner zur Verfügung stehen.

Damit wären wir bei **Berlin**:

„Es ist in dieser Stadt leichter, etwas Künstlerisches anzufangen, als in irgendeinem andern Kulturzentrum. Das ist eine wichtige, ganz unvergleichliche Eigenschaft Berlins.“, so Max Reinhard, der legendäre Theatermann und, wie wir heute sagen würden, Theatermanager und -unternehmer.

Was für das erste Drittel des 20. Jahrhunderts galt, gilt seit der Wiedervereinigung für die deutsche Hauptstadt von Neuem. Berlin ist Deutschlands **Kreativhauptstadt**.

2009 – das ist das letzte Jahr, für das die Daten vorliegen, aber mit der Regierungsbeteiligung der CDU wird der Senat hier sicher etwas effektiver – setzten rund 29.300 zumeist kleine und mittelständische Unternehmen des Clusters Informations- und Kommunikationstechnologie, Medien und Kreativwirtschaft über 22,4 Milliarden Euro um. Das bedeutete etwa 16 Prozent des Gesamtumsatzes der Berliner Wirtschaft.

In der Kultur- und Kreativwirtschaft, also ohne die Informations- und Kommunikationstechnologieunternehmen, wurden von über 25.000 Unternehmen Umsätze von beinahe 13 Milliarden Euro erwirtschaftet. Von rund 1,1 Millionen Beschäftigten in Berlin waren 2009 fast 160.000 in der Kultur- und Kreativwirtschaft tätig, rund die Hälfte von Ihnen in sozialversicherungspflichtigen Arbeitsverhältnissen. Auch in Berlin ist die „Schöpferische Kraft“ also ein harter Standortfaktor.

Allerdings hat Berlin noch einiges zu tun: So ist die Produktivität in Berlin insgesamt, aber auch in der Kultur- und Kreativbranche, deutlich niedriger als etwa in München oder Hamburg. Auch zählt München mehr Unternehmen und deutlich höhere Umsätze in diesem Wirtschaftszweig. Berlin liegt hier nur auf Rang zwei.

Aber Berlin holt auf. Nicht nur die WirtschaftsWoche bezeichnet Berlin als neues IT-Boomtown. Die Mehrheit der Ansiedlungs- und Investitionsprojekte 2010 kam aus den Bereichen Informations- und Kommunikationstechnologie, Medien und Kreativwirtschaft.

Diese Dynamik unterstreicht auch ein Platz in den Top 10 der einwohnerstärksten deutschen Städte im Dynamikranking von WirtschaftsWoche und Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft. Allerdings muss man auch einen Platz 47 von 50 im sogenannten Niveauranking, also der Analyse des Istzustands konstatieren. Dies liegt vor allem an den nach wie vor verheerend hohen Arbeitslosen- und Arbeitslosengeld-II-Empfänger-Zahlen sowie einem Pro-Kopf-Bruttoinlandsprodukt, das unter dem Bundesschnitt liegt (knapp 28T € zu über 30T €).

Ich bin keine Wirtschaftspolitikerin, aber, wenn Sie in aktuellere Studien zu Wachstumsperspektiven für Berlin schauen – beispielsweise vom Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung oder der Unternehmensberatung McKinsey – erkennen Sie ein gemeinsames Fazit: Berlin muss deutlich wachsen. Und Berlin wird nur deutlich wachsen, wenn es genügend neue **Unternehmensgründungen** gibt.

Dazu müssen die **Rahmenbedingungen** stimmen. Dafür ist die Politik maßgeblich verantwortlich. Ich bin überzeugt, auch hier kann die Regierungsbeteiligung der CDU und gerade die Verantwortung für das Wirtschaftsressort der Stadt nur gut tun.

Zu den Rahmenbedingungen gehört ein belastbare Verkehrsinfrastruktur. Unternehmen brauchen Anbindungen an Kunden und Märkte, der neue Flughafen ist daher von großer Bedeutung für die Region. Günstige

steuerliche Bedingungen und Finanzierungsmöglichkeiten gehören ebenso dazu.

Aber darüber hinaus muss ein Standort auch ein attraktives Lebensumfeld bieten. Nicht nur in Deutschland beklagen viele Unternehmen einen Fachkräftemangel, in vielen Branchen, tobt ein Kampf um Talente. Viele Unternehmen haben ihre Mitarbeiter längst als wichtigen Teil ihrer strategischen Ausrichtung erkannt. Dabei geht es um Fragen von Vergütung, Gestaltung des Arbeitsplatzes, flexible Arbeitszeitmodelle und Familienfreundlichkeit, aber eben auch um Attraktivität des Standorts.

Die Attraktivität eines Standorts für kreative Menschen und kreative Unternehmen macht maßgeblich das kulturelle Angebot aus. Es ist die einzigartige **Berliner Kulturlandschaft**, die Berlin zur Kultur- und Kreativhauptstadt Deutschlands macht. Hier wird **Kulturpolitik auch Standortpolitik**.

Nach einer Umfrage der IHK in der Berliner Kultur- und Kreativwirtschaft bescheinigen 62 Prozent der Unternehmen, Freiberufler und Selbstständigen Berlin eine hohe oder sehr hohe Attraktivität – nur vier Prozent eine geringe oder sehr geringe. Vor allem das reiche und vielfältige kulturelle Angebot sowie die Größe des kreativen Milieus werden hervorgehoben. Inzwischen ist „**Berlin**“ für viele Kreativunternehmen, Musiker oder Künstler eine wichtige **Herkunftsmarke** – was für den Autobauer „Made in Germany“ ist für den Künstler „Based in Berlin“.

„Schöpferische Kraft“, Kreativität setzen also Kultur voraus und umgekehrt. Schöpferische Kraft und Kultur bedingen einander. Damit ist Kultur einer der maßgeblichen Standortfaktoren für Deutschland und ganz besonders für Berlin.

Aber es bedarf weiterer Bedingungen für die freie Entfaltung „Schöpferischer Kraft“ als Standortfaktor und Rohstoff: "Kunst und Wissenschaft, Forschung und Lehre sind frei.", so **Artikel 5 Grundgesetz.**

Dennoch darf der Staat Kunst und Kultur nicht sich selbst überlassen. „Kunst lebt nur von den Beschränkungen, die sie sich selbst auferlegt, an den anderen geht sie zu Grunde.“, mahnt zu Recht Albert Camus. Ohne eine gewisse Freiheit von materiellen Zwängen aber kann die Kultur ihr Potenzial nicht entfalten: den Mut, zu experimentieren, Grenzen infrage zu stellen, der gesellschaftlichen – auch der wirtschaftlichen – Realität voranzugehen.

Bund, Länder und Gemeinden haben daher die **materiellen Grundlagen der Kultur zu sichern.** 2010 wandten sie dafür mehr als 9 Milliarden Euro auf. 2011 sind die Größenordnungen ähnlich.

Das ist eine gute Investition. Die direkt messbaren Effekte der Kreativität in der Kultur- und Kreativwirtschaft für Deutschland und Berlin habe ich bereits ausführlich geschildert.

Darüber hinaus ist es aber, aller Exporterfolge der Wirtschaft zum Trotz, eben der kulturelle Reichtum, der Deutschland ausmacht.

Hier gibt es nach wie vor die höchste Theaterdichte der Welt sowie zahlreiche Museen, Orchester, Literaturhäuser, Archive, Bibliotheken, Festivals. Das ist die „Infrastruktur“, die Kreativität benötigt.

Die Besucherzahlen dieser Kultureinrichtungen sind rekordverdächtig. Allein Museen, Theater und Konzerte zählen über 140 Millionen Besucher jährlich, mehr als 10mal so viele wie die Fußballbundesliga. Der Kulturtourismus boomt ebenfalls. In Europa ist nur Frankreich als Kulturreiseland beliebter.

Berlin kommt dabei eine **besondere Rolle** im kulturellen Selbstverständnis der deutschen Nation zu. Weil Berlin der Ort brandenburgischer, preußischer, deutscher, europäischer und Welt-Politik gewesen ist, sind in Berlins Kulturpolitik stets Motive, Potenziale, Spannungen, Verpflichtungen und Chancen inbegriffen, die das sozusagen „normale“ Kulturinteresse eines Stadtstaates von rund 3,5 Millionen Einwohnern hinter sich lassen.

Berlin ist durch seine geschichtlichen Prägungen überproportional reicher in seinen Kultur-Horizonten als jedes andere Bundesland. Berlin ist einer der Schlüsselorte der modernen Weltkultur. Zugleich ist es der wichtigste Ort der Erinnerung an die Barbarei, die durch die deutsche Tyrannei über Europa gekommen ist. Und Berlin ist der Ort der Erinnerung an die jahrzehntelange Spaltung der Welt in Freiheit und Unfreiheit und an ihre glückliche Überwindung vor über zwei Jahrzehnten.

Berlin ist die Hauptstadt. Was in der Hauptstadt kulturell gelingt, wird in den Augen der Welt dem ganzen Land gutgeschrieben. Was dort misslingt, dafür wird, von außen jedenfalls, das ganze Land verantwortlich gemacht. Kulturpolitik in Berlin ist also, ob sie es will oder

nicht, auch Bundespolitik. Und die **Bundes-Kulturpolitik in und für Berlin** ist Ausdruck der Anerkennung der besonderen Rolle der Hauptstadt für die Nation.

Unter der CDU-geführten Bundesregierung nimmt der Bund diese Verantwortung für Berlin in besonderer Weise wahr. Immer mehr der großen Kulturinstitutionen werden überwiegend oder ganzheitlich vom Bund getragen: Die Stiftung Preussischer Kulturbesitz, mit ihren zahlreichen Museen, das Deutsche Historische Museum, der Martin-Gropius-Bau, die Berlinale und weitere.

Jedes Jahr fließen circa 430 Millionen Euro vom Bund in die Berliner Kultur. Das ist mehr als der Kulturhaushalt des Landes Berlin. Dazu kommen Investitionsmittel in erheblichem Umfang, etwa die weit über 400 Millionen Euro für das Humboldtforum oder die voraussichtlich rund 2,3 Milliarden Euro bis 2017 für die umfangreiche Umgestaltung und Renovierung des Areals Museumsinsel, die der Bund zu 100 Prozent trägt.

Da zählt sich aus: Rund 15 Millionen Museumsbesuche wurden 2010 in Berlin verzeichnet. Nur die Flächenländer Bayern und Baden-Württemberg zählen etwas mehr Besuche. Um noch einmal König Fußball zum Vergleich zu bemühen: Damit zählen die Berliner Museen jedes Jahr mehr Besucher als die Erste Bundesliga Stadionbesuche (2009/20: 12,8M).

Auch der Tourismus boomt. Rund 9 Millionen Gäste und beinahe 21 Millionen Übernachtungen haben Berlin zu einem der Top-Tourismus-Ziele in Europa gemacht.

Auch in dieser Hinsicht sind **Kultur und Kreativität** also Standortfaktoren.

Aber sie sind noch weit mehr als das: Sie sind **konstitutiv** für jede **Gesellschaft** und für die deutsche in besonderem Maße.

Im Gegensatz zu anderen europäischen Nationen war **Deutschland** die lange Zeit noch in Kleinstaaten zersplittert. Erst die Revolution 1848 ließ die Verwirklichung der Idee eines deutschen Nationalstaats aufschwimmen. „Die verspätete Nation“ ist Deutschland genannt worden. Ein Blick in die Geschichte macht deutlich, dass die Kultur in den vergangenen Jahrhunderten in Deutschland immer eine besondere Rolle gespielt hat. Sie war das geistige Band gerade in jenen Zeiten, in denen die staatliche Einheit noch nicht verwirklicht war.

Ein föderaler Staat wie die Bundesrepublik Deutschland braucht diese kulturelle Klammer auch in der Zukunft. Bereits Wilhelm von Humboldt wusste „Nur wer seine Vergangenheit kennt, hat eine Zukunft“. Vergangenheit und Zukunft, Vielfalt und Identität spiegeln sich in der Kultur eines Landes.

Nationale Identität wächst vor allem aus dem Kulturleben eines Landes. Aber Deutschland war eben **zuerst eine Kultur- und dann eine politische Nation**.

Diese staatliche Fürsorge für die Kultur, ihre Freiheit, die mit dem Mut zum Experiment auch immer das Risiko des Scheiterns in Kauf nimmt, dafür aber auch immer wieder weltweit beachtete Leistungen ermöglicht

hat, dieses hartnäckige Engagement für die Künste hat entscheidenden Anteil am hohen Ansehen Deutschlands in der Welt.

Eine sich derart entfaltende Kultur ist Voraussetzung für die freie Entfaltung „Schöpferischer Kraft“. Sie ist nicht das Ergebnis des Wirtschaftswachstums, sondern sie ist dessen Voraussetzung.

Das Bekenntnis zur Kultur ist immer auch ein Bekenntnis zu den Wertgrundlagen einer Gesellschaft. Kulturelle Existenz ist keine "Ausstattung", die eine Nation sich leistet, sondern sie ist eine Vorleistung, die allen zugutekommt. Kultur bedeutet Bewahren und Voranschreiten gleichermaßen. Kultur bietet damit Orientierung auch in Zeiten, in denen politische und wirtschaftliche Ordnungen ins Wanken geraten. **Kultur** ist kein dekorativer Luxus, sondern ein menschliches Grundbedürfnis, ein **Ausdruck von Humanität**.

Sie sehen also: Kreativität, „Schöpferische Kraft“ bedürfen der Kultur, um sich zu entfalten und gleichermaßen zu Standortfaktor, Rohstoff und Ausdruck der kulturellen Identität unseres Landes zu werden. Kulturpolitik ist also in gewissen Sinne Standortpolitik, aber eben auch weit mehr als das.