

## Kultur als Standortfaktor

Thesen von Dieter Haselbach für die Veranstaltung der Konrad-Adenauer-Stiftung am 23. Juni 2010.

Kultur ist Luxus. Luxus, so definierte der Soziologe Werner Sombart vor einem Jahrhundert, ist „Vergeudung“, verfeinerter Verbrauch jenseits des Notwendigen. Aber es war – so Sombart – der Luxuskonsum, der die Entwicklung zur marktzentrierten, „kapitalistischen“ Wirtschaft wesentlich erst ermöglicht hatte. Kultur spielt auch weiter eine wirtschaftliche Rolle: In den Stadtgesellschaften der seinerzeit modernen Marktwirtschaften beobachtete Sombart „eine extensive Kulturentwicklung“ von „nie dagewesener Stärke“. Kultur sei Motor der rasanten ökonomischen Entwicklung in der Marktgesellschaft. Kultur hat so eine doppelte Bedeutung, sie ist Verschwenderin – und zugleich ist sie Geschäft, Motor für die Entwicklung der Bedürfnisse, des Konsums, des Reichtums. – Man könnte sagen, Werner Sombart erfand das Thema „Kulturwirtschaft“ für die akademische Diskussion. Leider wurde er mit dieser These auch bald wieder vergessen. Sein Thema, Kultur als Wirtschaftsbranche und Teil der Wertschöpfungskette, erscheint heute als aktuellste Wendung in der Diskussion um Stadtentwicklung und eine – wenn das Wortungetüm erlaubt ist – „post-produktionistische“ Ökonomie.

Ist Sombarts These von der Vergeudung als Motor der Wirtschaftsentwicklung aber wirklich noch aktuell? In einer Rede zu „Wechselbeziehungen (von) Kultur und Wirtschaft“ hat der damalige sächsische Ministerpräsident Georg Milbradt im September 2003 recht nüchtern daran erinnert, dass der Zustand der öffentlichen Kultur für Standortentscheidungen der Wirtschaft eine nur verschwindend geringe Bedeutung hat. Zumindest sagen dies die Kapitäne der Wirtschaft, wenn man sie danach fragt. Nur Anschluss an Wasserwege sei weniger wichtig als Kultur. Spätestens allerdings, wenn es um den Standort von Einrichtungen geht, die auf hochqualifizierte Führungskräfte angewiesen sind, um Konzernzentralen oder um Forschungs- und Entwicklungszentren, wird die kulturelle Strahlkraft einer Zielregion wichtig. Vielleicht deshalb ist in Sachsen die alte Residenzstadt Dresden bei der Ansiedlung von Wirtschaftsbetrieben erfolgreicher als Chemnitz, oder Hamburg hat größere Standortpotentiale als Kiel.

Ohnehin ist es mit den Argumenten um den Umwegnutzen von Kultur recht schwierig. Dies gilt, obwohl es sehr einleuchtend ist, warum Kulturpolitiker in den letzten Jahren immer wieder Argumente zum nichtkulturellen „Nutzen“ von Kultur vorgebracht haben.

Warum sind Argumente so attraktiv, die den außerkulturellen „Nutzen“ von Kultur begründen?

(1) Wir sind derzeit in einer tiefen Krise öffentlicher Haushalte. Aber die Konsolidierungsproblematik begleitet die Kulturpolitik der öffentlichen Haushalte schon lange. Wenn man sagt, etwas nützt, eine bestimmte öffentliche Ausgabe ist wirtschaftlich nützlich, ist das ein wunderbares einfaches Argument zur Verteidigung dieser Ausgabe, und das besonders in bedrängten Zeiten.

(2) Es geht es bei kulturpolitischen Ausgaben – das wird in der Kulturprogrammatisierung häufig vergessen - auch immer um die Konkurrenz in öffentlichen Haushalten. Da steht ja Kultur gegen Kindergarten und Kultur gegen Schule usw. Und da scheint es nicht zu reichen, wenn Kulturausgaben aus sich heraus gut zu begründen sind, sondern sie sollten auch im Kontext verteidigbar sein.

(3) Eine Kulturausgabe, die sich in einem wirtschaftlichen Kontext bewährt, passt gut in den Zeitgeist, denn der Zeitgeist ist immer noch ökonomisch. Die Hegemonie des ökonomischen Denkens scheint in der Krise gefährdet. Aber wenn ich betrachte, wie über Haushalte verhandelt wird oder wo Geld hingegeben wird, so steht die Ökonomie immer noch ganz vorne.

Welche Argumente zu einer „ökonomischen“ Begründung von Kultur lassen sich unterscheiden?

Nachdem Sombart vergessen war, entstanden Ansätze zur „Umwegrentabilität“ in den 1980er Jahren neu. 1988 legten Hummel und Berger eine Studie zur volkswirtschaftlichen Bedeutung von Kunst und Kultur vor. Schon 1982 hatte das Zentrum für Kulturforschung in ihrer „Musikstatistik“ das Feld zwischen Kultur und Musikwirtschaft vermessen. Die Studien bezeichnen den Beginn einer neuen kulturwirtschaftlichen Diskussion in Deutschland. These der Studien war, dass Kultur in der Gesamtbetrachtung, unter Einschluss der öffentlich finanzierten Bereiche, kein „Kostgänger“ des Staates sei. Sie leiste einen eigenen Beitrag zur Volkswirtschaft. Dies war ein starker Aufschlag.

In den Folgejahren gelang es aber nicht, die volkswirtschaftliche Betrachtung auf Einzelfälle hin zu vertiefen und zu konkretisieren: Erst wenn sich auf der Ebene einzelner Fördermaßnahmen „Kultur als Wirtschaftsfaktor“ erweisen konnte, wäre das Argument durchschlagend. Denn politisch müssen ja einzelne Maßnahmen begründet werden. Eine Betrachtung für das Ganze nützt da nicht viel. Und noch etwas anderes müsste ja nachgewiesen werden: Erst wenn Kulturausgaben der öffentlichen Hände einen höheren wirtschaftlichen Nutzen hätten als andere öffentliche Engagements, würde das wirtschaftliche Argument für öffentliche Kulturausgaben zwingend.

Versuche, eine betriebliche „Umwegrentabilität“ öffentlicher Kulturförderung nachzuweisen, müssen aber immer wieder scheitern. Nur in Einzelfällen kann eine solche Argumentation einmal gelingen. Es ist in der Regel nicht möglich, kulturpolitische Einzelförderung mit volkswirtschaftlichen Argumenten zu begründen. Sie müssen mit betriebswirtschaftlichen Folgeargumenten begründet werden. Ein solcher ernüchternder Befund muss nicht heißen, dass volkswirtschaftliche Argumente sinnlos sind: Sie sind aber nicht hinreichend.

Für einzelne Kulturinstitutionen oder öffentlich getragene kulturelle Ereignisse gab es auch einmal positive Ergebnisse von Untersuchungen zur Umwegrentabilität. So konnte vor einigen Jahren eine Studie für die Semperoper zeigen, dass sie durch ihre kulturtouristische Attraktivität, für die regionale Wirtschaft einen positiven wirtschaftlichen Effekt ausübt (also Umwegrentabilität). Gleichzeitig liegt die Latte hier sehr hoch: Dresden ist stark vom Tourismus geprägt und der Semperoper gelang es, sich zum Pflichtprogramm für Besucher zu stilisieren. Und: Die Berechnungen gingen davon aus, dass der Opernbesuch häufig Besuchsanlass war, nicht ein willkommener Nebennutzen eines ohnehin stattfindenden Besuchs.

Wenn man dieselbe Untersuchung über das Theater in Nordhausen oder die Bühnen in Mecklenburg-Vorpommern durchführen würde, wären die Ergebnisse mehr als ernüchternd.

Allerdings: Kulturtourismus ist ein Sonderfall. Kultur ist ein touristisches Motiv. Städtetourismus ist häufig Kulturtourismus. Das gilt sicherlich für den Tourismus in Berlin mehr als für den auf dem Land, wo Baden, Wandern, Reiten, Bauernhof primäre Motive sind und Kultur an Schlechtwettertagen „mitgenommen“ wird. Aber mit Kultur lassen sich Tourismusregionen profilieren und lässt sich der Tourismus vor allem in der Ne-

bensaison verlängern und verstetigen. Ob dies große Festivals braucht oder wirtschaftlich rechtfertigt, kommt auf eine Einzelfallprüfung an.

Für den durchschnittlichen öffentlich geförderten Kulturbetrieb, in einer durchschnittlichen Lage und mit durchschnittlicher Größe kann das Argument der Umwegrentabilität nicht fruchtbar bemüht werden. Man Denke an ein Stadttheater in einer Stadt ohne großen Kulturtourismus, an die Musik- und Kunstschule einer mittelgroßen Stadt, an einen Stadthallenbetrieb mit Gastspielkonzerten großer Orchester, dann kommt man nach Rentabilitäts- und auch Umwegrentabilitätsüberlegungen auf ein negatives Ergebnis.

Der Bereich kulturelles Standort- und Stadtimage gehört durchaus zu den positiven Überlegungen. Hier geht es nicht um Rentabilität. Kultur kann helfen, einen Standort zu profilieren.

Zwingende ökonomische Begründungen für die Kulturförderung sind bisher nicht gefunden worden, und das gilt auch für „Kultur als Standortfaktor“. Kulturausgaben sind – auch wenn es immer wieder nachgesprochen wird – keine „Investitionen“, sondern Ausgaben. Wenn der Vorhang im Theater zugeht, ist das Geld für die Aufführung ausgegeben, die Zuschauer sind erbaut oder erbot und gehen nach Hause.

Eine nur ökonomische Argumentation zur Rechtfertigung von Kulturförderung ist auch kulturpolitisch problematisch.

Das eine Argument ist oft gebraucht worden: ökonomische Begründungen für Kultur lenken von der kulturellen Sache, von den kulturellen Zwecken ab. Kultur wird hier in den Kontext einer Brauchbarkeit gestellt, die der eigenen kulturellen Dignität gar nicht entspricht. – Was, wenn Fußballspielen sich als effizienter herausstellt?

Das zweite ist eine Weiterführung dieses Arguments: Wenn wirtschaftliche Begründungen im Verteilungskampf um knappe öffentliche Gelder angeführt werden, dann besteht immer die Gefahr, dass es bessere Argumente für andere Maßnahmen gibt. Im Rahmen der bildungsökonomischen Forschung beispielsweise könnte sich herausstellen, dass Schachspiel besser ist als Flötenspiel.

Das eingangs zitierte Urteil des ehemaligen sächsischen Premierministers muss so in Kontext gesetzt werden: In Deutschland ist es selbstverständlich, dass es gut ausgestattete kulturelle Infrastrukturen gibt. Da dies überall so ist, ist Kultur als ein Standortfaktor nicht sehr relevant. Wenn eine Stadt oder eine Region ihre kulturelle Infrastruktur verfallen lässt, dann plötzlich wird Kultur zu einem Standortfaktor – einem negativen Faktor, der den Verfall beschleunigen könnte.