

# Anmerkungen zur Kultur- und Kreativwirtschaftsdebatte

STEFFEN HÖHNE

## 1. Kultur und Wirtschaft

Die Diskussion um die Kultur- und Kreativwirtschaft verweist auf sozio-ökonomisch bzw. -kulturell bedingte Verschiebungen im Verhältnis von Kultur und Wirtschaft. In der Regel sind es Erfahrungen aus dem industriellen Strukturwandel und daran geknüpfte Erwartungen an die Kultur- und Kreativbranchen, sei es in ökonomischer, stadtgeographischer und -soziologischer oder auch allgemein gesellschaftlicher Perspektive, die für die aktuelle Konjunktur des Konzeptes Kultur- und Kreativwirtschaft sorgen.<sup>1</sup> Konkret sind es drei Aspekte, die eine Relevanz belegen können:

- a) Ein rapider Anstieg von Kulturgütern und Dienstleistungen von geschätzt 227,5 Mrd. Dollar (1996) auf 424,4 Mrd. Dollar (2005), diese umfassen damit 3,4 % des Welthandels.<sup>2</sup>
- b) Die ökonomischen Umbrüche durch technologische Veränderungen.
- c) Die Produktion kultureller und kreativer Inhalte als Voraussetzung für Innovation und Erfolg, die sich zudem in neuen Arbeits- und Organisationsformen niederschlägt (BOLTANSKI/CHIAPELLO 2006).

Dass aus solchen Veränderungen auf der volkswirtschaftlichen Ebene wirtschaftspolitische Erwartungen entstehen, ist nachvollziehbar. Im Rahmen der Kultur- und Kreativwirtschaftsdebatte erfolgte aber auch

- 1 Von dieser Konjunktur im deutschsprachigen Raum zeugen vor allem eine Reihe von Kulturwirtschaftsberichten für Länder, Regionen und Kommunen, zuletzt in Thüringen und Düsseldorf. Eine erste Bestandsaufnahme der bisherigen Diskussion liefern Zimmermann und Schulz (2009).
- 2 Ausdruck dieser Relevanz sind Analysen zur branchenvergleichenden Bruttowertschöpfung in Deutschland, nach denen die Kultur- und Kreativwirtschaft 2009 mit 63 Mrd. Euro hinter dem Maschinenbau (74 Mrd. Euro) und der Automobilindustrie (71 Mrd. Euro) und vor der Chemie (44 Mrd. Euro) rangierte (SÖNDERMANN 2009 et al.: XII). Die Umsätze betragen 133,4 Mrd. Euro (2,6 % des Bruttoinlandsproduktes), die Zahl der Freiberufler und Unternehmen belief sich auf fast 237.000 Tausend (7,4 % der Gesamtwirtschaft), die der Erwerbstätigen auf etwas über 1 Mio. (Daten unter <<http://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de>>).

eine grundlegende Neubestimmung der zumindest im mitteleuropäischen Kontext als antagonistisch determinierte Felder von Wirtschaft und Kultur. Spätestens seit dem 19. Jahrhundert findet man kritische Äußerungen angesichts einer Subsumierung von Kunst und Kultur unter Marktgesetze im Kontext der gesellschaftlichen Umstellung von Stratifikation auf Funktionalisierung, die für die Künstler zu gravierenden Veränderungen ihrer Produktionsbedingungen führte: Das Kunstwerk wurde zur Ware, der Künstler lernte die Lohnabhängigkeit in Form der Nachfrage auf dem Markt. Sein ökonomisches Risiko bzw. dass der Verleger oder Galeristen lag in der Produktion unverkäuflicher Waren (RUPPERT 2000; LENMAN 1993, 1994; WAGNER 2009). Mit der damit verbundenen Entmythologisierung des künstlerischen Schaffensprozesses verlief eine parallele Kritik an der Kulturindustrie, die ungeachtet immensen Wachstums, z. B. einer Zunahme der Buch- und Zeitschriftenproduktion (um 1900 lieferte die Post 1,2 Mrd. Zeitungen an Abonnenten aus, 1870 noch 150 Mio.), nicht nur die soziale Lage der Künstler häufig nicht verbessern konnte, sondern diese in neue Abhängigkeiten brachte, die nicht zuletzt im Rahmen auch der aktuellen Kultur- und Kreativwirtschaftsdebatte reflektiert werden.<sup>3</sup> Schon bei Theodor Fontane (1981), der vom ‚Aschenbrödelum der Literaten‘ sprach, war ein Bewusstsein für die ökonomischen Abhängigkeiten vorhanden, Leo Berg, Mitbegründer des naturalistischen Vereins *Durch!* erkannte um die Jahrhundertwende:

Die eigentliche, die grundsätzliche und schlechterdings unwürdige Unfreiheit beginnt erst, wenn das Kunstproduct zum Handelobject wird und den Gesetzen von Production und Nachfrage untersteht. Die Reaction gegen die Überproduction trifft dann das Genie ebenso wie den Stümper und Nachahmer. (BERG 1901: 32)

Zehn Jahre später, 1911, erschien die Untersuchung *Literatur als Ware. Bemerkungen über die Wertung schriftstellerischer Arbeit*. Darin differenziert Alfred Wechsler (1911) unter dem Pseudonym W. Fred zwischen freien Schriftstellern, die von ihren Werken leben können, Autoren, die fest bei Verlagen angestellt sind und eher weisungsgebunden für den Markt schreiben und Journalisten. 1914 publiziert Lu Märten die Studie *Die wirtschaftliche Lage der Künstler*. Es geht in diesen und weiteren

3 Zur aktuellen Lage der Künstler s. den Enquete-Bericht Kultur in Deutschland (DEUTSCHER BUNDESTAG 2008: 229-332). Inzwischen hat sich nach dem ersten ‚Hype‘ eine gewisse Ernüchterung breit gemacht sowohl ob der Ökonomisierung im Feld der Kultur als auch angesichts der nach wie vor prekären Situation nicht weniger Künstler. Zu ersterem s. den Aufruf NOT IN OUR NAME (2009), zu letzterem EUL (2008) – s. ferner auch die einschlägigen Daten der Künstlersozialkasse.

Arbeiten immer auch um die materielle und ideelle Deklassierung des Künstlers, um seine gesellschaftliche Isolation, die mit Kritik am kommerziellen Kultursystem verbunden wird, das soziale Deklassierung und Statusverlust des Künstlers nicht verhindere. Hierzu als Beispiel Arno Holz:

Nach eigenen Angaben hat Holz das ‚Buch der Zeit‘ [...] ein Honorar von 25 Mark eingebracht. Zeitweilig mußte er als Redakteur und Zeitungsschreiber arbeiten – ein Broterwerb, den er als ausgesprochene Zumutung empfand, galt ihm doch wie dem Naturalismus insgesamt Journalismus als nicht ‚dichtergemäß‘; ein Broterwerb übrigens, den manch einer der naturalistischen Weggefährten wie Karl Bleibtreu, Hermann Conradi, Paul Fritsche, Johannes Schlaf, nachzugehen gezwungen war. (Holz schrieb unter Pseudonym literaturkritische Arbeiten für das Feuilleton der ‚New Yorker Staats-Zeitung‘.) Aus finanziellen Gründen startete er eine Vielzahl von Projekten, die mit Schriftstellerei nichts zu tun hatten, darunter die Produktion von Kinderspielzeug und die Errichtung einer Passage in der Berliner Friedrichstraße – Pläne, denen ein materieller Erfolg versagt blieb. Der Bohemien Otto Julius Bierbaum spottete seinerzeit, ‚Holz habe den Naturalismus und die laufende Maus erfunden‘. (FÄHNTERS 1998: 55)

Noch in den 1970er Jahren wurde die privat finanzierte Kultur pejorativ als Kulturindustrie bezeichnet. Hier sei nur auf das kanonisierte Kapitel zur *Kulturindustrie, Aufklärung als Massenbetrug* aus der *Dialektik der Aufklärung* von Max Horkheimer und Theodor W. Adorno (2006) verwiesen. In dieser Tradition wird z. T. bis heute der Kultursektor im Wesentlichen als Aktionsfeld der staatlichen Kulturpolitik und -förderung verstanden. Die öffentliche Finanzierung von Institutionen der darstellenden und bildenden Künste (Theater, Museen und Sammlungen, Akademien etc.), der Soziokultur und weiterer freier Träger der Kulturarbeit wird als Aufgabe staatlicher Kulturpolitik verstanden, der populäre Rest bleibt dem privaten Sektor überlassen. Diese kontrafaktische Dimension von Kunst und Kultur auf der einen, Wirtschaft auf der anderen Seite, fand ihren Niederschlag auch im Sprachgebrauch, was sich mit Hilfe gängiger Syntagmen verdeutlichen lässt. Wird Kunst mit schöpferischer Freiheit, Individualismus, kreativem Chaos, Authentizität und Echtheit sowie einer auratischen Dimension und der Notwendigkeit von Freiraum für die künstlerische Entfaltung verbunden, so findet man für das Feld Wirtschaft/Management Konzepte wie: Effektivität und Effizienz, Produktivität, Liquidität, Rationalität (rationale Planung), ökonomischer Erfolg, Denken und Handeln in Plänen, Zahlen, Zielkontrollen bzw. Kommerzialisierung, Ökonomisierung, Standardisierung und schließlich Trivialisierung.

Allerdings hat sich seit der Postmoderne einiges verändert, zumindest scheint sich die strikte Dichotomie Kunst-Wirtschaft aufzulösen. Ferner

dürfte Konsens darüber bestehen, dass auch in kommerziellen Kontexten sehr wohl Hochkultur entstehen kann. Man muss also nicht erst Beispiele wie das Tanztheater von Martha Graham bemühen, das von der *BB-Promotion GmbH* 2008 in der Berliner Staatsoper ohne öffentlichen Zuschuss präsentiert wurde, während in öffentlich geförderten Theatern Operetten und Musicals auf dem Spielplan stehen können.

## 2. Methoden und Theorien im Kulturwirtschaftsdiskurs

Die derzeitige Kultur- und Kreativitätswirtschaftsdebatte entwickelte sich im Rahmen einer doppelten kontextuellen Verschiebung. Zum einen erfolgte in den letzten Jahren eine grundlegende kulturpolitische Verlagerung hin zu einer stärkeren Fokussierung staatlicher Mittel auf Repräsentation und kulturwirtschaftliche Aktivitäten im Kontext einer neoliberalen New Economy. Diese ist erkennbar in der wachsenden Bedeutungszuweisung von Kreativität in der Leistungsgesellschaft, der Idealisierung des freien Unternehmers (Entrepreneurs) und modernen Dienstleistungsunternehmers in postfordistischen Gesellschaften, der wachsenden Bedeutungszumessung von Kultur im Hinblick auf Freizeitgestaltung und Konsum (ZEMBYLAS/MOKRE 2003). Zum anderen lässt sich, wie kritisch beobachtet wird, ein generelles Eindringen ökonomischer Denkstrukturen in den öffentlichen Sektor beobachten:

Nicht der Vergleich der Ist-Leistungen der Kulturorganisationen mit ihren immanenten Zielsetzungen, auch nicht die Frage nach dem Nutzen der Leistungen für die Gesellschaft oder das Individuum, sondern ausschließlich die ökonomische Rentabilität der einzelnen Betriebe wird evaluiert. Der Non-Profit-Sektor soll sich nun an den Maßstäben des Profitsektors orientieren. (ZEMBYLAS/MOKRE 2003: 52)

Beschäftigt man sich mit dem Kultur- und Kreativwirtschaftsdiskurs, so lassen sich im deutschsprachigen Raum zwei Stränge erkennen, ein kulturpolitischer und ein kulturökonomischer, in denen es zu Angleichungen und Überschneidungen zwischen Kultur und Wirtschaft kam. Ohne Anspruch auf Vollständigkeit lassen sich als wichtige Schritte einer wirtschaftspolitischen Genealogie der Kultur- und Kreativwirtschaft die Kulturwirtschaftsberichte Nordrhein-Westfalens seit Anfang 1990er, der OECD-Bericht (2006) *International Measurement of the Economic and Social Importance of Culture*, die Lissabon-Strategie der EU *The Economy of Culture in Europa* (EU-KOMMISSION 2006), der *Bericht zur Kulturwirtschaft* (EU-PARLAMENT 2008) sowie die im gleichen

Jahr ins Leben gerufene *Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung* in Berlin erkennen. Eine kulturpolitische Genealogie ließe sich über die kulturpolitischen Rahmenbedingungen und -setzungen, über ein Verständnis von Künstlern als originären Produzenten und über eine auf Kulturproduktion als ganzes orientierte Kulturpolitik rekonstruieren, wie dies seit den 1980ern verstärkt zu beobachten ist.

Bei den Modellen dominieren das ordnungspolitische Drei-Sektoren-Modell (WECKERLE/SÖNDERMANN 2004), hilfreich bei einer Zuordnung der jeweils involvierten Akteure, sowie das Modell der Wertschöpfungskette (SÖNDERMANN u. a. 2009; SENATSV ERWALTUNG 2008: 57, 81).<sup>4</sup> Nach dem Drei-Sektoren-Modell teilt man den Bereich kultureller Aktivitäten in drei Bereiche auf, wobei die Kultur- und Kreativwirtschaft ausschließlich die dem privatwirtschaftlichen Sektor zuzuordnenden Bereiche umfasst. Dieses Modell mit einer Festlegung auf den erwerbswirtschaftlichen Sektor avancierte zur zentralen Grundlage der Diskussion um die Kultur- und Kreativwirtschaft. Allerdings zeichnet sich hier eine fundamentale Verschiebung ab. Diente das Modell zunächst der Abgrenzung der Sektoren, so können mit seiner Hilfe auch die vielfältigen Interdependenzen zwischen den Sektoren verdeutlicht werden. Mit dem Modell der Wertschöpfungskette lassen sich dagegen Prozesse der Wertschöpfung nachbilden, so z. B. für die Bildende Kunst der Weg vom Künstler (Produzent) zum Galeristen (Distributeur), der ein Original an ein Museum oder einen Sammler (Konsument bzw. Rezipient) verkauft. Auch dieses Modell stößt in den unterschiedlichen Kulturwirtschaftsberichten auf Resonanz. Betrachtet man die bisherige Diskussion um Kultur- und Kreativwirtschaft, so lassen sich drei übergeordnete Perspektiven erkennen:

- Ein branchenspezifischer Ansatz mit Untergliederung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Teilmärkte und als Teil einer größeren kulturellen Infrastruktur (OECD 2006) Hier hat sich inzwischen in Deutschland das sog. Grundmodell der Wirtschaftsminister durchgesetzt.
- Ein auf einer breit rezipierten Studie von Richard Floriada (2002) basierender akteursbezogener Ansatz, der auf das Zusammenspiel von technologischen, innovativen und kreativen Komponenten fokus-

4 Siehe hierzu allerdings auch schon das Gutachten des Ifo-Instituts für Wirtschaftsforschung (HUMMEL/BERGER 1988). Eine weitere Spezifizierung haben Puchta u. a. (2009: 27) vorgelegt, hierbei wird zwischen einem volkswirtschaftlichen, einem soziologischen, einem produktionsorientierten und einem verwertungsrechtlichen Ansatz in der Kulturwirtschaft differenziert.

siert, wobei Florida alle Akademiker unter die Gruppe der Kreativen subsumiert, während in der deutschen Debatte hierunter lediglich die Künstler/Kulturschaffenden und Kunstproduzenten, z. B. Kunsthandwerker fallen.

- Ein kreativitätsbezogener Ansatz (HOWKINS 2001), bei dem der schöpferische Akt als verbindender Kern jeder kultur-/kreativitätswirtschaftlichen Aktivität fungiert. Ein wichtiger Fokus wird hierbei auf die Chancen und Entwicklungsbedingungen der Künstler gelegt.

Erkenntnisfördernd wäre es allerdings, den branchenspezifischen Zugang um Ansätze aus der Feldtheorie oder dem Production-of-Culture-Ansatz zu erweitern, um auf diese Weise der Komplexität von Kultur- und Kreativwirtschaft gerecht zu werden. So lassen sich Veränderungen der Produktions-, Distributions- und Rezeptionsbedingungen von Kunst und Kultur an Institutionalisierungsprozesse (Urheberrecht, Kunstmärkte, Akademien, Kunstkritik, neue Aufführungs- und Ausstellungsräume etc.) binden. Es sind somit Organisationsaspekte des Kunst- und Kultursektors insgesamt, also die formalen Organisationsstrukturen, die innerbetrieblichen Prozesse, die Berufsbilder, die das Verhältnis von Individuum und Organisation beeinflussen. Ohne eine emphatische Betonung des sozialen Charakters ästhetischer Phänomene, z. B. durch commitment im Sinne einer Partizipation an einer kulturellen Praxis mit entsprechender Klassifizierungskompetenz vertreten zu wollen, lässt sich die Kunstwelt (DANTO 1994/95) als umfassende Instanz mit definitorischer Autorität betrachten. Kunst ist eben, so der Production-of-Culture-Ansatz, nicht nur ein individueller Schöpfungsakt durch individuelle Schöpfersubjekte, sondern immer auch ein sozialer/kollektiver Prozess des Herstellens im Sinne der Poiesis und im Sinne der Kreation (inventio), bei dem den sogenannten Gatekeepern eine steuernde Rolle zukommt.<sup>5</sup>

Auf Beschränkungen der Handlungsfreiheit der Akteure weist auch die Feldtheorie, die als Theorie der sozialen Praxis weder eine vollständige Determiniertheit der gesellschaftlichen Verhältnisse noch völlig frei schwebende Akteure unterstellt.<sup>6</sup> Betont werden un- oder vorbewusste, an das jeweilige Feld angepasste und sozialisatorisch eingeübte Strategien, die relativ zu den Strukturen des Feldes und durch Übernahme von

5 Zum Production-of-Culture-Ansatz s. DANTO (1994/95), BECKER (1982), ferner GEBESMAIR (2010) und ZEMBYLAS (2006).

6 Zur Feldtheorie s. BOURDIEU (2001), ferner ZEMBYLAS (2006), SCHNELL (2010); ZAHNER (2010).

konstitutiven Regeln (Integrations-, Belohnungs-, Sanktionsprozesse) sich als eine Auseinandersetzung um soziale Anerkennung dokumentieren und in denen sich spezifische Habitusformen herausbilden. Ein Beispiel: Gegen Ende des 19. Jahrhunderts ließ sich eine starke Dominanz der dem Historismus verpflichteten akademischen Malerei in Europa verzeichnen, der es per ökonomischem, sozialem (Netzwerke mit dem Kunsthandel und den Museen) und kulturellem (Positionen in den Akademien) Kapital anfänglich gelang, über Deutungsmonopole und Prestige, also symbolisches Kapital, neu aufkommende Richtungen wie den Impressionismus oder den Symbolismus zu marginalisieren. Eine Reaktion der ‚Modernen‘ waren Sezessionen, denen es wiederum über Institutionalisierung gelang, neues symbolisches Kapital zu generieren und damit das Kunstfeld umzuordnen (PARET 1981). Ohne diesen Fall aus Platzgründen genauer darstellen zu können ließen sich die Verschiebungen im Feld wiederum mit Hilfe des Production-of-Culture-Ansatzes konflikttheoretisch, neoinstitutionalistisch und kontingenztheoretisch analysieren (GEBESMAIR 2010).<sup>7</sup> Man erhält somit Erklärungsmodelle, die über die weitgehend deskriptiven, gleich ob statisch oder dynamisch konzipierten Ansätze des branchenorientierten Kulturwirtschaftsdiskurses, hinausgehen.

Kritisch ist auch der akteursbezogene Ansatz in der Kultur- und Kreativwirtschaftsdebatte zu betrachten. Das Konzept der *Creative City* war schon ein Jahrzehnt vor Florida durch Charles Landry in die Debatte eingebracht worden (LANDRY/BIANCHINI 1993). Für Landry ist Kreativität immer schon ein Charakteristikum von Städten, das „lifeblood of the city“ (LANDRY/BIANCHINI 1993: 11), allerdings dominiert in aktuellen Studien um die Kultur- und Kreativwirtschaft ein synchroner Zugang, die Creative Class wird in der Regel mit Entwicklungen der letzten zwei Jahrzehnte verbunden, wobei die historische Perspektive zeigen kann, dass bestimmte Charakteristika wie physische Nähe von Kulturschaffenden, Internationalisierung, eine offene und tolerante Einstellung der urbanen Gesellschaft als Voraussetzungen der ‚Creative Class‘ mindestens bis in das späte 18. Jahrhundert zurück zu verfolgen sind. Unterstützt durch lokale Infrastrukturen verkehrstechnischer und medialer Art (Pressewesen), der Entstehung eines gebildeten Bürgertums

7 Auf die Systemtheorie, die z. B. mit dem Konzept der funktionalen Differenzierung oder dem der strukturellen Koppelung ein Instrumentarium bereitstellt, mit dessen Hilfe sich ebenfalls die komplexen Interdependenzen innerhalb und zwischen den Systemen oder Feldern der Kultur und der Wirtschaft präzise bestimmen lassen, kann aus Platzgründen nicht weiter eingegangen werden, hierzu zuletzt TRÖNDLE (2010).

mit entsprechenden Assoziationen, einem weitgehend ungehinderten Informationsfluss entstanden in Städten wie Paris, der Hauptstadt des 19. Jahrhunderts, aber auch in den Zentren der Moderne um 1900 wie Berlin, Wien, Prag u. a. Bedingungen für kreative Milieus. Vor allem die zentraleuropäischen Städte um die Jahrhundertwende waren von rasch zunehmenden Mobilitäten und Migrationen, dem Ausbau neuer Kommunikationssysteme, einer akzelerierten Zunahme komplexer Informations- und Übermittlungsweisen, einem Aufeinandertreffen von ‚Fremdheiten‘ mit andauernder Verunsicherung geprägt und boten mit ihrer kulturellen, ethnischen und sozialen Vielfalt eine Basis für Prozesse des Kreativen (CSÁKY 2010: 366). Flankiert wurde diese Entwicklung durch die sich etablierende kommunale bzw. staatliche Kulturpolitik nach 1900, in deren Rahmen es zur Initiierung und Förderung von Kulturinstitutionen kam, in deren Folge Professionalisierungsstrategien per Kultur in den Kommunen einsetzten, die ihren Widerhall in heutigen Prozessen des Standortwettbewerbs inklusive konsequentem Stadtmarketing und Imagebranding finden.

Auch gegen den kreativitätsbezogenen Ansatz lassen sich Einwände formulieren. Hier sei zunächst auf das im Jahr 2002 herausgegebene Werk *The rise of the creative class* von Richard Florida Bezug genommen, das einen entscheidenden Einfluss auf die weitere Debatte zur Kultur- und Kreativwirtschaft bis heute ausübt. Florida thematisierte dabei bekanntlich nicht die Bedeutung der Kultur oder den volkswirtschaftlichen Wert der Kreativwirtschaft, sondern knüpfte an die gesellschaftspolitische Diskussion um die Transformation der Industriegesellschaft an. Im Zentrum seiner Überlegungen steht die Frage, an welchen Bedingungen sich künftig die Wachstums- und Entwicklungschancen von Städten orientieren, welche Kriterien z. B. darüber entscheiden, ob eine Stadt prosperiert. Es sei nun nicht die Kritik an Floridas Konzept bei Landry/Bianchini (1993), Peck (2005), Behnke (2008) u. a. referiert, sondern ein Rekurs auf das Konzept von Kreativität selbst vorgenommen. Kreativität lässt sich, davon geht schon das Konzept der *creative society* (HAAVISTO 2005) aus, nicht auf eine bestimmte Personengruppe begrenzen. Ferner dürfte es auf einer lebensweltlichen Ebene kaum möglich sein, kreative Handlungen und Einstellungen von nicht-kreativen zu trennen. Selbst einfache Verrichtungen erforderten Entscheidungen, die in die Semantik von Kreativität zu integrieren wären, sodass Kreativität prinzipiell jedem zuzuerkennen sei (HAAVISTO 2005). Im Übrigen, dies sei nebenbei bemerkt, handelt es sich dabei um eine Erkenntnis, die wichtige bildende Künstler der Moderne von Marcel Duchamp bis zu Josef Beuys und



Andy Warhol mit ihrer radikalen Erweiterung des Kunstbegriffs und der Künstlerrolle antizipiert haben. Ziel müsste daher sein, Kreativität als menschliche Eigenschaft gesellschaftlich nutzbar zu machen und zu optimieren, um so gesamtgesellschaftliche Vorteile zu generieren bzw., systemtheoretisch gesprochen, strukturelle Koppelungen zwischen dem Kunstsystem und der Umwelt zu ermöglichen.

Die Faszination, die das neue Zauberwort Kreativität vor allem im ökonomischen Diskurs ausübt, hat eine semantische Logik, greift man doch mit Kreativität auf Konzepte von Originalität und Innovation zurück, die im Rahmen der Herausbildung des autonom und authentisch verstandenen Subjektparadigmas eine schöpferische Autonomie im Sinne originär-kreativer Bildungs- oder Einbildungskraft der bloßen Nachahmung oder Mimesis entgegensetzen. Neben der damit verbundenen ästhetischen Nobilitierung des Künstlers als geistig Schaffender seit der Renaissance und dessen urheberrechtliche Kanonisierung seit Ende des 17. Jahrhunderts zeigt sich eine wachsende soziale und ökonomische Anerkennung der Eigentumsrechte, ebenfalls Basis für das neue Konzept des Genies als Voraussetzung für die prinzipielle Emanzipation des Künstlers als juristische Persönlichkeit unter den Bedingungen einer Kommerzialisierung von Literatur und Kunst als Ware. Ferner fließen Attribute eines romantischen Bildes vom Künstler in die Debatte ein, der gerade in kunstexternen Kontexten über ein hohes symbolisches Kapital verfügt und mit Zuschreibungen des Charismatischen, des Unangepassten, Individuellen und Authentischen über die für jede kreative bzw. sich als kreativ kategorisierende Gruppe notwendigen Ressourcen verfügt. Das damit, neben aller Stereotypisierung in Form bildungsbürgerlicher Zuschreibungen, eine dezidierte Instrumentalisierung von Kunst und Kultur bzw. Künstlern kaum vermieden werden kann, dürfte die Kritik an einer einseitigen, d. h. von der Kulturpolitik abgekoppelten Kultur- und Kreativwirtschaft sicher noch verstärken.

### **3. Fallstudie zur Kultur- und Kreativwirtschaft in der Weltprovinz**

Die eben geschilderten komplexen Interdependenzen, aber auch Konflikte zwischen Kultur und Wirtschaft bzw. Kultur- und Wirtschaftspolitik, die seit dem 18. Jahrhundert zu beobachten sind, finden einen Widerhall auch in der Provinz. Die Rede ist von Weimar um 1900 und von Harry Graf Kessler (1868-1937), ein schillernder Kulturpolitiker und Kultur-

manager, der für kurze Zeit zwischen 1902 und 1906 in Weimar wirkte mit dem Ziel, aus Weimar, der Stadt der Klassik, wieder ein führendes, kulturelles Zentrum zu machen: das ‚Neue Weimar‘. Standortaufwertung per Re-Branding, könnte man im Jargon der Marketer sagen. Der Strahlungskreis der klassischen Stätten, die regelmäßigen Aufenthalte des Freundeskreises um Hugo von Hofmannsthal im Hause Cranachstraße 15 und Henry van de Velde, die mit Cosima Wagner in Bayreuth rivalisierende Elisabeth Förster-Nietzsche sowie der Herzog Wilhelm Ernst bildeten das Feld von Kesslers kulturpolitischen Avancen:

ich [ergriff] mit Freuden die Gelegenheit, die sich mir unverhofft im Jahre 1903 bot, in Weimar mitzuhelfen an dem Aufbau einer deutschen Kulturstätte, die im Gegensatz zu den kaiserlichen Bestrebungen dem vielen Guten, was Deutschland in Kunst und Dichtung damals hervorbrachte, einen Mittelpunkt und eine Heimstätte bieten und von hier aus auch die Brücke schlagen sollte zu den gleichlaufenden Bewegungen in England, Amerika, Frankreich usw., um so die Isolierung, in die Deutschland durch die kaiserliche Politik hineingeraten war, zu durchbrechen und dem neuen deutschen Geiste neue Einbruchspforten in die Außenwelt zu eröffnen. (KESSLER 1988: 328f.)<sup>8</sup>

Ungeachtet der doch etwas verwegen klingenden kulturpolitischen Neupositionierung Weimars, immerhin eine Brücke bis nach Amerika, stand das ‚Neue Weimar‘ deutlich nüchterner für Versuche einer kunstgewerblichen Innovation, für die auf Empfehlung Kesslers der Weimarer Hof den belgischen Maler, Designer, Kunsthandwerker und Architekten Henry van de Velde berief, der am 21. Dezember 1901 mit dem allgemein gehaltenen Auftrag eines künstlerischen Beraters für Kunst und Kunstgewerbe beauftragt wurde. Van de Velde, offizieller Amtsantritt in Weimar war der 1. April 1902, der in der Tradition der englischen Arts-and-Crafts-Bewegung eine Renaissance des Kunsthandwerks durch ästhetische Erziehung anstrebte, sollte in Weimar Kunsthandwerk und -industrie im gesamten Großherzogtum künstlerisch beraten und verbessern.<sup>9</sup> Nach der Regierungszeit von Carl Alexander (1853-1891), der selbst 1879 eine Reise nach München unternahm, um sich über die Verbindung von Kunst und Industrie zu informieren,<sup>10</sup> dokumentiert die

8 Zu Kessler s. GRUPP (1999), ROTHE (2008).

9 „Was Van de Velde da leisten könnte, ist gar nicht abzusehen, wenn er die ganze Industrie des kleinen Landes (Töpferei, Spielwaren, Tischlereien u.s.w.) unter seinen Einfluß bekäme. Die Sache wäre geradezu ein Glücksfall für ganz Deutschland. Und schön, daß es wieder Weimar wäre, der an der Spitze marschierte.“ (KESSLER; zit. n. WAHL 2007)

10 „Die Verbindung der Kunst und Industrie ist nirgends bedeutender durchgedrungen als in Bayern. Die Resultate sind herrlich und bedeutend. Auf diesem Weg muß für Deutschland in jedem Theil des Reichs fortgefahren werden.“ (zit. n. PÖTHE 2010: 26)

Berufung van de Velde durch den neuen Herzog Wilhelm Ernst ein verstärktes Bekenntnis zur Hebung und Pflege des Kunstgewerbes. Van de Velde unternahm zwischen 1902 und 1908 Inspektionsreisen im ganzen Herzogtum. Vom Innendepartement waren die Holzschnitzerei, die Möbeltischlerei, die Schlosserei, die Töpferei, die Porzellanfabrikation und die Textilindustrie, ferner die Ruhlaer Pfeifenindustrie, die Weberei im Eisenacher Oberland und die Teppichfabrikation in Neustadt an der Orla empfohlen worden, wobei van de Velde ein Verzeichnis „derjenigen Fabriken [erstellte], in denen kunstgewerbliche Interessen in Frage kommen [...]“. (WAHL 207: 15)<sup>11</sup> Um seine reformerischen Ziele um Hebung und Förderung des heimischen Kunstgewerbes auch praktisch umzusetzen gründete van de Velde zunächst ein *Kunstgewerbliches Seminar* in Weimar, eine Art Auskunftsbüro. Ein wichtiges Resultat seines Wirkens bedeutete dann die Gründung des *Kunstgewerblichen Instituts* mit Werkstätten (1902-1907) sowie die Gründung einer *Großherzoglichen Kunstgewerbeschule* (1908-1915) als moderne Lehrstätte 1907, womit auch Voraussetzungen für das spätere Bauhaus geschaffen wurden (FÖHL 2010b).<sup>12</sup> Das *Kunstgewerbliche Seminar*, das seine Tätigkeit am 15. Oktober 1902 aufnahm, fungierte als unabhängige Einrichtung laut Weimarer Zeitung

Zur Vorgeschichte dieser kultur- und kreativwirtschaftlichen Interessen gehört die nach 1867 eingeführte Gewerbefreiheit mit ausgeprägtem Wachstum der Weimarer Handwerksbetriebe, ferner die 1881 gegründete Großherzogliche Centralstelle für Kunstgewerbe, geleitet von dem Architekten Bruno Heinrich Eelbo (1853-1917) und inspiriert von William Morris' Erneuerung des Kunstgewerbes in Orientierung auf die traditionelle Handwerkskunst sowie John Ruskins Idee einer Veredlung aller den Menschen umgebenden Dinge, die in die Arts-and-Crafts-Bewegung mündete (PÖTHE 2010: 26). Die Aufgaben der Centralstelle bestanden in Gutachten für die Staatsbehörden über kunstgewerbliche Fragen, ferner in der unentgeltlichen Beratung der Kunstgewerbebetriebe und der Anfertigung von Zeichnungen zur Veranschaulichung (EMMRICH 2009: 129).

- 11 Von van de Velde liegen ff. Inspektionsberichte vor: Über die Töpferei in Bürgel, den Kunstschlosser Otto Bergner in Bad Berka, die Holzschnitzerei in Kaltennordheim und Empfertshausen, weitere Berichte über Porzellanherstellung in Ilmenau und Blankenhain, die Terrakottafabrikation in Ilmenau, die Zementfabrik in Göschwitz, die Teppichweberei in Münchenbernsdorf und Weida, ferner zwei Berichte über das Fabrikwesen in Ruhla und die Korbwarenherstellung in Tannroda, dann ein Immediatbericht 1904. Van de Velde: „Folglich erscheint mir das Ensemble der Werkstätten und Fabriken, der Handwerker und Fabrikanten des Großherzogtums Sachsen-Weimar wie ein großes Laboratorium, wie ein weit ausgedehntes Seminar, in welchem sich unter dem Großherzoglichen Schutz der Stil vorbereitet.“ (zit. n. WAHL 2007: 17f.) Allgemein zu van de Velde in Weimar s. FÖHL (2009).
- 12 1906 organisierte van den Velde auf der 3. *Deutschen Kunstgewerbe-Ausstellung* in Dresden einen „Kollektiv-Raum Weimar“ für 21 thüringische Unternehmen (WAHL 2007: 149-152).

als zentrale Beratungsstelle für Handwerk und Kleinindustrie zwecks Erteilung von Auskünften, Ratschlägen und Korrekturen, aber auch für die direkte Unterrichtung der Zeichner und Modelleure von Handwerkern und Fabrikanten. (zit. n. WAHL 2007: 18)

Van de Velde vertrat das Credo einer praxisorientierten Form der „künstlerischen Hebung des Kunstgewerbes“, das er, so der Prospekt über den Kollektivraum Weimar auf der 3. *Deutschen Kunstgewerbeausstellung* 1906 in Dresden, durch Atelierbesuche, Beratung bei Materialien, Fabrikbesuchen und Vorträge unterstützen wollte.<sup>13</sup> Beratung und Ausbildung waren somit Maßnahmen ökonomischer Entwicklung im Herzogtum, die in jeder Hinsicht eine kultur- und kreativwirtschaftliche Dimension erkennen lassen.<sup>14</sup> Dabei waren die kulturwirtschaftlichen Akteure in Weimar mit einem weiteren Phänomen konfrontiert, dem Problem der Abwanderung der Kreativen, auf das schon Kessler wies:

Kunsthandwerk fördern für Mittelstaat lohnender als große Kunst, weil ein hervorragender Maler oder Bildhauer, den die Kunstschule hier hervorbrächte, wahrscheinlich nicht im Lande bleibe sondern nach Berlin oder München gehe, wo er mehr Aussicht auf Aufträge hat, während tüchtige Kunsthandwerker im Lande bleiben. (zit. n. WAHL 2007: 8)<sup>15</sup>

- 13 Dabei bestand ein Grundwiderspruch zwischen einer Fortbildungsschule für Handwerker und einer Stelle für „hohe große Kunst“, was sich noch im Bauhaus als ein Problem zeigte (WAHL 2007: 23). Folgende Maßnahmen wurden von van de Velde initiiert: Einrichtung einer Werkstatt für Buchdruckerei (von van de Velde selbst), einer für Goldschmiedearbeiten und Emailbrennerei, einer für Weberei und Stickerei sowie einer Werkstatt für Teppichknüpferei. Aufgaben der Kunstgewerbeschule lt. Satzung: „der theoretischen und praktischen Ausbildung von Kunsthandwerkern dienen und das Kunstgewerbe des Großherzogtums fördern.“ (WAHL 2007: 27) Eingerichtet wurden Fachkurse für die Anfertigung künstlerischer Handvorsatzpapiere, Batikkurse, Schriftkurse, ferner Fach- und Abendkurse der Buchbinderabteilung. „Das Unterrichtsprogramm der Kunstgewerbeschule zielte auf die künstlerische Ausbildung für einzelne gewerbliche Berufszweige und vermittelte praktische Fertigkeiten in den kunstgewerblichen Arbeitsweisen.“ (WAHL 2007: 30)
- 14 Konkrete Vorschläge van de Veldes zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit: den Schnitzern in der Rhön Umstellung der Produktion auf Holzspielzeug und Kleinmöbel, den Frauen und Mädchen schlug er Fabrikation von Knüpfteppichen vor; den Porzellanfabriken in Ilmenau und Blankenhain macht er praktische Vorschläge zur Erhöhung der Konkurrenzfähigkeit (z. B. einfache geschmackvolle Tafelservice zu mittleren Preisen); für die Bürgeler Töpfereien entwarf er mehrere Modellserien (Emmrich 2009: 132). Unterrichtsstoffe an der Kunstgewerbeschule: Ornamentik (van de Velde), technisches und kunstgewerbliches Zeichnen, Konstruktionslehre, Skizzieren und Projektzeichnen, Farbenlehre und kunstgewerbliches Modellieren.
- 15 Zur Schließung der Kunstgewerbeschule kam es am 30.09.1915, eine indirekte Fortführung erfolgte nach dem 1. Weltkrieg im Rahmen des neuen Bauhauses, dass den Titel führte: *Staatliches Bauhaus zu Weimar. Ehemalige Großherzogliche Sächsische Hochschule für bildende Kunst und ehemalige Großherzoglich Sächsische Kunstgewerbeschule in Vereinigung* (WAHL 2007: 39; POST 2010).

Kessler und van de Velde vertraten aber auch kulturpolitische Ambitionen, ging es doch darum, über die rein ökonomische Zielsetzung hinaus den „Stil des 20. Jahrhunderts zu gestalten“ (WAHL 2007: 18) sowie Pläne zur Stadtentwicklung zu konzipieren. Van de Velde gründete ein Privatatelier für Architektur und Inneneinrichtung, begleitet von Überlegungen zur weiteren Verbesserung der Ausbildung (Bildhauerschule, Modellierausbildung). Dabei war van de Veldes wie auch Kesslers Berufung aus pragmatisch-utilitaristischen Gründen eben zur Hebung der Wettbewerbsfähigkeit des Herzogtums durch modernes Kunsthandwerk erfolgt (GRUPP 1999: 123), seine Einstellung fungierte also als originär kulturwirtschaftliche Investition und diente in keiner Weise der Herausbildung eines neuen kulturpolitischen Alleinvertretungsanspruchs. Im Oktober 1902 jedenfalls wurde auch Kessler ehrenamtlicher Vorsitzender des Kuratoriums des *Großherzoglichen Museums für Kunst und Kunstgewerbe* berufen. Dieser begann mit einer Ausstellung von Gemälden, Plastiken und Graphiken Max Klingers (Juni 1903), es folgte die *Weimarische Kunstgewerbe- und Industrie-Ausstellung* mit ersten Ergebnissen der Arbeit des *Kunstgewerblichen Seminars*, ferner Ausstellungen zur angewandten Kunst (zu Edward Gordon Craigs Theaterdekorationen; zur modernen Druck- und Schreibkunst). In der Folge zeigte Kessler aber vor allem Werke der französischen Impressionisten und Neo-Impressionisten. Und damit entstand dann tatsächlich ein Konflikt zwischen Kulturpolitik auf der einen, kulturwirtschaftlichen Erwartungen des Herzogs und des Hofes auf der anderen Seite, denn die

einst hervorgehobene utilitaristische Zielsetzung war kaum zu erkennen, es ging zunehmend um die ästhetische Erziehung des Publikums; die ‚Modernisierung‘ des Museums erwies sich als durchaus inhaltlich und ging über das hinaus, was die Hofleute gewünscht hatten. (GRUPP 1999: 128)

Gegenüber Hugo von Hofmannsthal äußerte sich Kessler im April 1903:

Man hofft an diesem Hof allmählich durch ausgezeichnete Menschen, die man dauernd oder vorübergehend, aber wiederkehrend hinzieht, wieder ein Kulturzentrum und eine geistige Atmosphäre, die auf vielen Gebieten unseres Lebens mögliche Blüten fördern würde [zu schaffen]. (zit. n. GRUPP 1999: 131f.)

Weimar sollte nach Kessler Ausgangspunkt für die Herausbildung des von Nietzsche verkündeten, ‚höheren‘, ‚neuen‘ Menschen werden, es ging ihm – und auch van de Velde – nicht bloß um eine ökonomische Reform, sondern um eine ‚ästhetische Reformierung des Menschen‘ und seiner

Lebensweise.<sup>16</sup> Der Konflikt eskalierte schließlich mit dem sogenannten Rodin-Skandal, einer Auseinandersetzung um eine Schenkung von 14 Aquarellskizzen (Aktzeichnungen) Auguste Rodins und ihre Widmung an Wilhelm Ernst, die im Weimarer *Museum für Kunst- und Kunstgewerbe* auf Vermittlung Harry Graf Kesslers ausgestellt wurden. Diese Aktzeichnungen, über die sich der Maler und Kunstprofessor Hermann Behmer empörte, erschienen ‚anstößig‘ und ‚ekelhaft‘, Behmer warnte insbesondere weibliche Besucher vor der Betrachtung solcher ‚Obszönitäten‘. Behmers öffentliche Empörung löste nicht nur eine nationale Presseschlacht um Rodins Kunst aus, sondern führte auch zu Auseinandersetzungen mit dem Hof, die in der Folge zur Demissionierung Kesslers führten. Ursachen hierfür sind, neben den Weimarer Intrigen, sicher auch in Fehleinschätzungen Kesslers und Wunschdenken hinsichtlich der eigenen Möglichkeiten zu erkennen. Kessler, der seine Weimarer Zeitgenossen leicht überforderte und der politische Kompetenzen überschritt, vertrat eine elitäre Konzeption, von der aus er seine Gegner verachtete, dabei aber ihre Macht und ihren Einfluss unterschätzte. Sein Scheitern ist somit nicht nur Ausdruck von Zielkonflikten zwischen Kultur- und Wirtschaftspolitik, sondern kann auch als Beleg für unterschiedliche, konträre Logiken dienen, nach denen das ökonomische und das kulturelle Feld organisiert sind. Die relative Autonomie des Kunstfeldes bringt demnach eigensinnige, weitgehend selbstlose Interessen hervor, die allein dem künstlerischen Ausdrucksstreben verpflichtet sind. Zugleich steht das Kunstfeld jedoch nicht über, wie Kessler meinte, sondern in Relation zu anderen politischen und ökonomischen Feldern und Prinzipien. Nimmt man Bourdieus konflikttheoretisches Paradigma ernst, dann ist nicht der Konsens des herrschaftsfreien Diskurses ein Motor gesellschaftlicher Entwicklung, vielmehr steht der Künstler, Kulturpolitiker oder Kulturmanager als Akteur auf verschiedenen Feldern ständig in einem Kampf um verschiedene Kapitalformen und der damit verbundenen Macht, gegen die er sich in komplexen Prozessen der Auseinandersetzung behaupten muss.

16 Zum Scheitern van de Veldes angesichts von provinziellem Neid, Missgunst und schließlich auch unverhohlenem Nationalismus ab ca. 1912 s. FÖHL (2010a). Das architektonische Wunschprojekt van de Veldes war zu dieser Zeit das Werkbund-Theater für die gleichnamige Ausstellung in Köln. Zur Stigmatisierung van de Veldes als Ausländer in den Auseinandersetzungen um die Gartenmauer des Goethe-Hauses s. WAHL (2008).

#### 4. Ausblick

Öffentliche Kulturförderung, die nach den Prinzipien der Liberalität, der Pluralität, der Subsidiarität und der Dezentralität erfolgt, beeinflusst immer auch das Marktgeschehen. Im Vordergrund steht dabei die Sicherung eines vielfältigen Angebots und eines breitmöglichen Zugangs zur Kunst bzw. zu kulturellen Angeboten im weitesten Sinne. Prinzipiell handelt es sich dabei um einen nicht-quantitativen Schutzauftrag, bei dem die Marktrelevanz keine Bedeutung besitzt. Ein Handlungsraum für die staatliche Kulturförderung eröffnet sich gerade dort, wo der Markt Werkschaffen nicht ermöglicht bzw. verhindert. Entsprechend darf sich Kulturpolitik nicht über wirtschaftlichen Erfolg legitimieren, sie muss den Künstler als Schöpfer eines Artefaktes in den Blick nehmen und ihr Handeln am Werk selbst ausrichten, orientiert sich somit immer auf ein kulturelles Gut.

Wirtschaftspolitik wiederum kann nicht die Kulturpolitik ersetzen, da die Bedingungen und Interessen des Wirtschaftsfeldes nicht kompatibel mit denen des kulturellen Feldes verlaufen. Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist durch das Agieren ihrer Akteure unter Marktbedingungen gekennzeichnet. Dabei entstehen durchaus kulturelle Werte, diese bilden aber kein notwendiges Kriterium. So schaffen einzelne Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft über kommerzielle Angebote Artefakte bzw. schützenswerte kulturelle Leistungen. Der kulturelle Wert bildet indes kein maßgebliches Kriterium.

Geht man davon aus, dass Kulturpolitik in erster Linie zur Ermöglichung und Beförderung herausragender künstlerischer Leistungen beitragen und erst dann Hilfen zur Verwertbarkeit geben soll, so lassen sich, auch im Kontext der Bedeutung von Kultur- und Kreativwirtschaft, einige Tendenzen erkennen, die in der weiteren Diskussion Berücksichtigung finden sollten:

1. Problematisch erscheint die These vom grenzenlosen Wachstum auch in der Kultur- und Kreativwirtschaft, was die Gleichzeitigkeit von Schrumpfungen (Musikindustrie), Booms (Computerindustrie) und Stagnationen (Filmindustrie) in einzelnen Branchen belegen.
2. Vielfältige Interdependenzen zwischen öffentlichem Kultursektor, Non-Profit-Sektor und erwerbswirtschaftlichem Sektor dürfen als Kennzeichen der Kultur- und Kreativwirtschaft dienen, Kunst und Kultur als öffentliche Güter bilden keinen Gegensatz zur Kultur- und Kreativwirtschaft.

3. Nach wie vor bleibt eine identitäts- und traditions-, somit werteorientierte Kulturpolitik, ungeachtet aller notwendigen Unterstützung der Kultur- und Kreativwirtschaft, ein zentrales Politikfeld.
4. Die Verbesserung des Urheberrechts und Verbesserung der sozialen Bedingungen der Kulturschaffenden stellen sich als die zentralen Problemfelder eines großen Teiles der Kultur- und Kreativwirtschaft dar. Ein genauerer Blick sollte auf die soziale Situation der Künstler und auf die Verflechtungen öffentlicher, intermediärer und privater Kultur- und Kreativszenen gerichtet werden.

Muss auch vor ökonomischen Heilserwartungen durch die Kultur- und Kreativwirtschaft gewarnt werden, so darf man doch davon ausgehen, dass es sich dabei um ein Wirtschaftsfeld handelt, „welches dringend für die weitere Entwicklung in unserer Gesamtwirtschaft gebraucht wird.“ (SÖNDERMANN u. a. 2009) Schon aus diesem Grund wird der weitere Kulturmanagementdiskurs die Debatten um Kultur- und Kreativwirtschaft stärker berücksichtigen müssen.

### Literatur

- BECKER, Howard (1982): *Art Worlds*. Berkeley: Univ. of California.
- BEHNKE, Christoph (2008): Künstlerrollen in den Creative Industries. – In: Boellert, Arvid/Thuncke, Inka (Hgg.), *Kultur und Wirtschaft. Eine lukrative Verbindung*. Mössingen-Talheim: Talheimer, 140-152.
- BERG, Leo (1901): *Gefesselte Kunst*. Berlin: Walther.
- BOLTANSKI, Luc/CHIAPELLO, Ève (2006): *Der neue Geist des Kapitalismus*. Konstanz: UVB.
- BOURDIEU, Pierre (2001): *Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- CSÁKY, Moritz (2010): *Das Gedächtnis der Städte. Kulturelle Verflechtungen – Wien und die urbanen Mileus in Zentraleuropa*. Wien, Köln, Weimar: Böhlau.
- DANTO, Arthur (1994/95 [1964]): Die Kunstwelt. – In: *Deutsche Zeitschrift für Philosophie*, 905-919.
- DEUTSCHER BUNDESTAG (2008): *Kultur in Deutschland. Schlussbericht der Enquete-Kommission*. Bonn: bpb.
- EMMRICH, Angelika (2009): Von Friedrich Justin Bertuch zu Henry van de Velde. Die Idee, Kunst und Handwerk zu verbinden. – In: Klinger, Kerrin (Hg.), *Kunst und Handwerk in Weimar. Von der Fürstlichen Freyen Zeichenschule zum Bauhaus*. Köln, Weimar, Wien: Böhlau, 121-135.
- EU-KOMMISSION (2006): *The Economy of Culture in Europa*. Brüssel.
- EU-PARLAMENT (2008): *Bericht zur Kulturwirtschaft*. Brüssel.



- EUL, Alexandra (2008): Künstler abseits des Kunstbooms. „Ich habe jeden Abend Angst“. – In: *Süddeutsche Zeitung* (22.10.2008).
- FÄHNDRERS, Walter (1998): *Avantgarde und Moderne 1890-1933*. Stuttgart, Weimar: Metzler.
- FLORIDA, Richard (2002): *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books.
- FÖHL, Thomas (2009): Henry van de Velde. Vom internationalen ‚Star‘ zum Lehrer und Produktdesigner in Weimar. – In: *Das Bauhaus kommt aus Weimar*. Hrsg. für die Klassik Stiftung Weimar von Ute Ackermann und Ulrike Bestgen. Weimar: Klassik Stiftung, 45-55.
- FÖHL, Thomas (2010a): *Henry van de Velde. Architekt und Designer des Jugendstils*. Weimar: WV.
- FÖHL, Thomas (2010b): Die „erste Zitadelle der Moderne“. Henry van de Veldes Kunstgewerbeschule in Weimar. – In: Simon-Ritz, Frank/Winler, Klaus-Jürgen/Zimmermann, Gerd (Hgg.), *Von der großherzoglichen Kunstschule zur Bauhaus-Universität 1860-1945 [aber wir sind! wir wollen und wir schaffen!]*. Weimar: Bauhaus-Universität, 99-121.
- FONTANE, Theodor (1981): Die gesellschaftliche Stellung der Schriftsteller. – In: Ruprecht, Ernst/Bänsch, Dieter (Hgg.), *Jahrhundertwende. Manifeste und Dokumente zur deutschen Literatur 1890-1910*. Stuttgart: Metzler, 1-4.
- GEBESMAIR, Andreas (2010): Die Erfindung der Hochkultur. Institutionalisierung und institutioneller Wandel in der Kultursoziologie Richard A. Petersons und Paul DiMaggios. – In: *Jahrbuch für Kulturmanagement 2* (Theorien für den Kultursektor). Bielefeld: Transcript, 77-95.
- GRUPP, Peter (1999): *Harry Graf Kessler. Eine Biographie*. Frankfurt/M., Leipzig: Insel.
- HAAVISTO, Virpi (2005): *Towards a creative society*. <[http://www.etla.fi/files/1253\\_FES\\_04\\_3\\_towards\\_a\\_creative\\_society.pdf](http://www.etla.fi/files/1253_FES_04_3_towards_a_creative_society.pdf)>.
- HORKHEIMER, Max/ADORNO, Theodor W. (2006): *Dialektik der Aufklärung*. Frankfurt/M.: Fischer.
- HOWKINS, J. (2001): *The Creative Economy. How People Make Money from Ideas*. London: Penguin.
- HUMMEL, Marlies/BERGER, Manfred (1988): *Die volkswirtschaftliche Bedeutung von Kunst und Kultur. Gutachten im Auftrag des Bundesministers des Innern* (= Schriftenreihe des Ifo-Instituts für Wirtschaftsforschung, 122). Berlin, München: Duncker & Humblot.
- KESSLER, Harry Graf (1988): Curriculum vitae. – In: Ders., *Gesichter und Zeiten. Erinnerungen* (= Gesammelte Schriften in drei Bänden, 1). Frankfurt/M.: Fischer, 319-334.
- LANDRY, Charles/BIANCHINI, Franco (1995): *The Creative City*. London: Demos.
- LENMAN, Robin (1993): Der deutsche Kunstmarkt 1840 – 1923: Integration, Veränderung, Wachstum. – In: Mai, Ekkehard/Paret, Peter (Hg.): *Sammler, Stifter und Museen. Kunstförderung in Deutschland im 19. und 20. Jahrhundert*. Köln [u. a.]: Böhlau, 135-152.
- LENMAN, Robin (1994): *Die Kunst, die Macht und das Geld. Zur Kulturgeschichte des kaiserlichen Deutschland 1871-1918*. Frankfurt/M. [u. a.]: Campus.
- MÄRTEN, Lu [= Luise Charlotte] (1914): *Die wirtschaftliche Lage der Künstler*. München: G. Müller.

- NOTINOURNAME (2009): Kunst als Protest. „Lasst den Scheiß!“ – In: *Die Zeit* (05.11.2009). <<http://www.zeit.de/2009/46/Kuenstlermanifest>> [10.1.2011].
- OECD (2006): *International Measurement of the Economic and Social Importance of Culture*. Paris.
- PARET, Peter (1981): *Die Berliner Secession. Moderne Kunst und ihre Feinde im Kaiserlichen Deutschland*. Berlin: Severin & Siedler.
- PECK, Jamie (2005): Struggling with the Creative Class. – In: *International Journal of Urban and Regional Research* 29, 740-770.
- PÖTHE, Angelika (2010): Die großherzogliche Initiative – die bildende Kunst im ‚Silbernen Zeitalter‘. – In: Simon-Ritz, Frank/Winler, Klaus-Jürgen/Zimmermann, Gerd (Hgg.), *Von der großherzoglichen Kunstschule zur Bauhaus-Universität 1860-1945 [aber wir sind! wir wollen und wir schaffen!]*. Weimar: Bauhaus-Universität, 13-39.
- POST, Bernhard (2010): Von der fürstlichen Kunstschule zur staatlichen Hochschule. – In: Simon-Ritz, Frank/Winler, Klaus-Jürgen/Zimmermann, Gerd (Hgg.), *Von der großherzoglichen Kunstschule zur Bauhaus-Universität 1860-1945 [aber wir sind! wir wollen und wir schaffen!]*. Weimar: Bauhaus-Universität, 61-80.
- PUCHTA, Dieter/SCHNEIDER, Friedrich/HAIGNER, Stefan/WAKOLBINGER, Florian/JENEWEIN, Stefan (2009): *Kreative Industrien. Eine Analyse von Schlüsselindustrien am Beispiel Berlins*. Wiesbaden: Gabler.
- ROTHE, Friedrich (2008): *Harry Graf Kessler. Biographie*. München: Siedler.
- RUPPERT, Wolfgang (2000): *Der moderne Künstler. Zur Sozial- und Kulturgeschichte der kreativen Individualität in der kulturellen Moderne im 19. und frühen 20. Jahrhundert*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- SCHNELL, Christiane (2010): Der Kulturbetrieb bei Pierre Bourdieu. – In: *Jahrbuch für Kulturmanagement* 2 (Theorien für den Kultursektor). Bielefeld: Transcript, 43-53.
- SENATSVERWALTUNG FÜR WIRTSCHAFT, TECHNOLOGIE UND FRAUEN (Hg.) (2008): *Kulturwirtschaft in Berlin. Entwicklungen und Potentiale*. Berlin.
- SÖNDERMANN, Michael/BACKES, Christoph/ARNDT, Olaf/BRÜNINK, Daniel (2009): *Endbericht Kultur- und Kreativwirtschaft. Ermittlung der gemeinsamen charakteristischen Definitionselemente der heterogenen Teilbereiche der ‚Kulturwirtschaft‘ zur Bestimmung ihrer Perspektiven aus volkswirtschaftlicher Sicht*. Köln, Bremen, Berlin.
- TRÖNDLE, Martin (2010): Systemtheorie, ein Versuch. – In: *Jahrbuch für Kulturmanagement* 2 (Theorien für den Kultursektor). Bielefeld: Transcript, 13-41.
- WAGNER, Bernd (2009): *Fürstenhof und Bürgergesellschaft. Zur Entstehung, Entwicklung und Legitimation von Kulturpolitik (= Texte zur Kulturpolitik, 24)*. Essen: Klartext.
- WAHL, Volker (Hg.) (2007): *Henry van de Velde in Weimar. Dokumente und Berichte zur Förderung von Kunsthandwerk und Industrie (1902-1915)* (= Veröffentlichung der Historischen Kommission für Thüringen, 14). Köln, Weimar, Wien.
- WAHL, Volker (2008): „Ick ’aben keine Pietät“. Henry van de Velde als Opfer des Streites um Goethes Gartenmauer 1903. – In: *Die Pforte* 9, 329-354.
- WECHSLER, Alfred [= W. Fred] (1911): *Literatur als Ware. Bemerkungen über die Wertung schriftstellerischer Arbeit*. Berlin: Oesterheld.
- WECKERLE, Christoph/SÖNDERMANN, Michael (2004): *Erster Kulturwirtschaftsbericht Schweiz. Das Umsatz- und Beschäftigungspotential des kulturellen Sektors*. Zürich.

- ZAHNER, Nina Tessa (2010): Die Selektivität des Publikums zeitgenössischer Kunst als Herausforderung für die Rezeptionstheorie Pierre Bourdieus? – In: *Jahrbuch für Kulturmanagement* 2 (Theorien für den Kultursektor), 55-75.
- ZEMBYLAS, Tasos/MOKRE, Monika (2003): Sein oder Nichtsein. Vielfalts- und Partizipationsförderung als Leitziele einer künftigen Kulturpolitik. – In: *Kurswechsel. Zeitschrift für gesellschafts-, wirtschaftspolitischer Alternativen* 2003/4 (Bedeutung als Ware. Kultur und Ökonomie), S.47-61.
- ZEMBYLAS, Tasos (2006): Modelle sozialer (Un)Ordnung. Überlegungen zur Konstitution der Forschungsgegenstände der Kulturbetriebslehre. – In: Ders./Tschmuck, Peter (Hgg.), *Kulturbetriebsforschung. Ansätze und Perspektiven der Kulturbetriebslehre*. Wiesbaden: VS, 17-45.
- ZIMMERMANN, Olaf/SCHULZ, Gabriele (2009): *Zukunft Kulturwirtschaft. Zwischen Künstlertum und Kreativwirtschaft*. Essen: Klartext.