

Kultur will zwar teuer bezahlt sein – zahlt sich dann aber aus

Frankreich fördert fleißig seine Künstler, prüft aber auch akribisch per Statistik, ob sich der ganze Aufwand lohnt

Geist und Geld kehren einander bis heute die kalte Schulter zu. Sind sie auch nicht mehr ganz so unvereinbar wie der nüchtern die Flöte blasende Geschäftsmann Johann Buddenbrook und sein vollkommen geschäftstüchtiger, klavierspielender Urenkel Hanno hei Thomas Mann, fügen Kultur und Wirtschaft sich meistens doch nur ächzend in eine Soll-Haben-Bilanz. Die eine bleibt die unersättliche Bittstellerin der anderen – scheint es zumindest.

Bemerkenswert ist es also, wenn Kultur plötzlich wirtschaftlichen Mehrwert bringen, Arbeitsplätze schaffen und regionale Wirtschaftsräume beleben soll. Die Einsicht kommt aus dem marktliberalen angelsächsischen Raum, wo das Buch „The Warhol Economy“ vor ein paar Jahren die Ankurbelung der New Yorker Gesamtwirtschaft durch Musik, Kunst und Mode vorführte, wie aus dem zentralstaatsgläubigen Frankreich. Ein vom Pariser Kultur- und vom Finanzministerium gemeinsam herausgegebener Bericht führt mit Zahlen- und Tabellenkaskaden den Anteil der Kultur als Schwergewicht in der französischen Gesamtwirtschaft vor Augen.

Wie sehr das zu Buche schlägt, ist regional wiederholt schon spürbar geworden. Negativ etwa im Schock vor zehn Jahren, als kurzfristig das Theaterfestival Avignon abgesagt wurde, oder positiv im Erfolg des gerade abgelaufenen Kulturhauptstadtprogramms Marseille mit 2 Millionen

mehr Touristen als im Vorjahr. Der Bericht aus den Ministerien bringt es nun schwarz auf weiß.

Mit einem direkt und indirekt geschaffenen Mehrwert von 57,8 Milliarden Euro, das heißt 3,2 Prozent des Mehrwerts insgesamt, stand die Kultur im Jahr 2011 praktisch ebenbürtig neben der Landwirtschaft und weit vor der Chemie- oder der Autoindustrie. 670 000 Stellen zählt der Kultursektor, mit den zudienenden Branchen sogar zweihunderttausend mehr. Dem stehen an Staatsaufwand für die Kultur durch Subvention und Steuerbegünstigung 13,9 Milliarden Euro gegenüber, ergänzt durch 7,6 Milliarden regionale Aufwendungen. Mag auch die Berechnungsgrundlage für solche Erhebungen fragwürdig bleiben, ist die Bilanz eindeutig positiv und die Vorstellung von der Kultur mit der ewig hohlen Hand reichlich überholt.

Die Kultur ist neuerdings als gesellschaftliches Bindemittel, als Lockvogel im regionalen Attraktivitätswettbewerb und als Faktor höherer Lebensqualität entdeckt worden. Das Kleid eines knallharten Wirtschaftssektors steht ihr noch etwas steif. „Wie viele Divisionen hat denn die Kultur?“ – fragte vor zwei Monaten in Anspielung auf Stalins angeblichen Ausspruch über den Vatikan eine Tagung in Avignon. Veranstalter war das „Forum d'Avignon“, ein 2008 gegründeter Think

Tank für eine neue Vernetzung zwischen Kultur und Wirtschaft vor dem Hintergrund digitaler Produktions-, Rezeptions- und Konsumformen. Die Kritik der Kulturindustrie im Namen einer „wahren“ Kultur sei überholt, heißt es in einer Studie des Pariser Consulting-Büros „Louvre Alliance“

für das „Forum d'Avignon“: Dass das Kulturschaffen ohne Wimperzucken auf seine kommerzielle Leistung aus sei, sei eine normale Entwicklung und als solche begrüßenswert. Das Problem sieht man in diesen Kreisen des enthemmten Kulturmanagements nicht in der kommerziellen Logik an sich, sondern in einer Vereinnahmung der Kultur durch eine Wirtschafts-

technologie bei privaten wie öffentlichen Akteuren, die nur noch in Steuersätzen, Marktanteilen, Investitionsplänen denken. Trägt die Kultur so selbstgewiss ihr Wirtschaftspotential zu Markt, läuft sie Gefahr, von diesem verschluckt zu werden, heißt es in der erwähnten Studie – als wollten ausgerechnet die Profis des privaten Kulturmanagements heute den Enthusiasmus der Kulturpolitiker kühlen.

Die einzigen sind sie nicht damit. Zu Beginn unseres 21. Jahrhunderts habe sich ein bald „Kultur-“, bald „Wissenskaptalismus“ genanntes System etabliert, das in Wahrheit ein Industriepopulismus sei und aus unserem Bewusstsein ein reines Reflexorgan machen wolle, schrieb der Philosoph Bernard Stiegler schon vor ein paar Jahren. Er hatte damit jenes von schnellen Stimuli geagte Klick-Verhalten der neuen Kultursüchtigen im Auge, das ein anderer Philosoph, Giorgio Agamben, als ein „Gehorchen im Befehlgeben“ ausmachte. In einem gerade erschienenen Sammelband „Oser la culture“ (Kultur wagen), der mit marxistischer Terminologie zwar einige abgegriffene Klischees wälzt, plädiert Stiegler nun für eine „neue politische Ökonomie des Geistes“. Der Vermarktung des Geistes mit schnell fallendem Kurswert, den Paul Valéry 1939 voraussagte, könne heute am besten gerade mit den Mitteln entgegengewirkt werden, die von der Kulturindustrie im digitalen Bereich bereitgestellt würden,

schreibt der Autor. Das bedeutet seiner Ansicht nach nicht, dass alle Komponisten, Maler und Filmautoren sich nun an den Computer zu setzen hätten, wohl aber, dass sie ihr Schaffen auf die dort neu erfundenen subversiven Rezeptionsformen ausrichten sollen.

Zahlen können den Geist als Rohstoff des Kulturlebens doch nicht erfassen

Dem kann Olivier Le Guay, Sprecher des „Forum d'Avignon“, nur zustimmen. Der von der Kulturindustrie vorangetriebene digitale Massenkonsum führt, so erklärt er, nicht zu einer Vereinheitlichung der Nachfrage auf Kosten der kulturellen Vielfalt. Dass zwischen der Massen- und der Nischenproduktion ein neues Feld sich auf tut, sieht er unter anderem in jüngsten Statistiken aus der amerikanischen Filmproduktion bestätigt. Die Top-10-Filme sind demnach in den letzten zehn Jahren um 7 Prozent zurückgegangen, die Filme auf den Erfolgsplätzen 11 bis 100 hingegen um 44 Prozent gestiegen. Parallel dazu lässt sich auch die Auflösung der Grenze zwischen rezeptivem und partizipativem Kulturverhalten messen. Mit 54 Prozent digitalen Kulturkonsumenten in Indien, 29 Prozent in den USA, 27 Prozent in Deutschland weisen diese Länder laut Le Guay

auch am meisten Teilnehmer auf, die mit den ferngeladenen Inhalten selber kreativ werden, respektive mit 20, 11 und 8 Prozent. Damit wären wir wieder bei den Zahlen.

Diese drücken eine Wahrheit aus, die aufschlussreich sein mag, den Geist als Rohstoff des Kulturlebens aber doch nicht erfassen kann. Was bringt uns das Wissen, dass die Kulturindustrieproduktion heute weltweit auf 2 700 Milliarden Dollar geschätzt wird, gut 6 Prozent des Weltsozialprodukts, oder dass Länder wie China ihren öffentlichen Kulturetat jährlich um 23 Prozent erhöhen? Gesitteter, feinsinniger, intelligenter wird die Bevölkerung deshalb nicht unbedingt. Frankreich hat mit seiner differenzierten Statistik und zielbewussten Kulturpolitik sein Kino gerettet, zeigt heute gerade, wie es auch auf dem Weltmarkt der Videospiele seine Produktion zu stützen versteht und glänzt mit dem Louvre in Abu Dhabi, mit dem Centre Pompidou in Saudi-Arabien. Auf 4,8 Milliarden Euro kommt gegenwärtig der Umsatz der Videospieldproduktion in Frankreich, auf fast zehnmals so viel die klassische Exportbranche der Mode. Mehr als durch statistische Zahlen überzeugt Frankreich in der Sparte des kulturellen Gewichtstimmens aber weiterhin durch die symbolische Bedeutung dieses Sektors fürs wirtschaftliche und politische Selbstverständnis überhaupt.

JOSEPH HANIMANN