



Culture, Economy and the City. Saarbrücken: Martina Heßler; Clemens Zimmermann; Gesellschaft für Stadtgeschichte und Urbanisierungsforschung; Fritz-Thyssen-Stiftung, 22.02.2007-24.02.2007.

Reviewed by Marc Schalenberg

Published on H-Soz-u-Kult (March, 2007)

Culture, Economy and the City

Es mangelt nicht an soziologischen Diagnosen, denen es um das Spezifische gegenwärtiger Kultur- und Wirtschaftsbedingungen geht. Egal, ob von äspätmoderner, äpostfordistischer, äDienstleistungs- oder äInformationsgesellschaft gesprochen wird, stets schwingt ein analytisches Unbehagen daran mit, wie eine offensichtlich pluraler, globaler, dezentraler und virtueller werdende Gegenwart auf den Punkt zu bringen ist. Der in Arlington/Virginia lehrende amerikanische Regionalökonom Richard Florida hat jähngst den Begriff der äcreative classä ins Spiel gebracht Florida, Richard, *The Rise of the Creative Class, and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*, New York 2002; ders., *Cities and the Creative Class*, New York 2005. Anders als die äKlassenä fräherer Zeiten handelt es sich hierbei um hochmobile, gut ausgebildete, unternehmerisch denkende Individuen, wie sie etwa in den Medien und künstlerischen Branchen (inklusive Mode, Design und Werbung), an Hochschulen und in der Software-Entwicklung tätig sind. Zu bestimmen, was diese äkreativen Milieusä und die aus ihnen hervorgehenden äKulturindustrienä ausmacht, ist eine Herausforderung fäür wissenschaftliche Analysen wie fäür (Standort-)Politik. Letztere wäähnt hier ein attraktives Wachstumspotenzial, was bereits ein flächtiger Blick in Hochglanzbroschüren oder Websites verdeutlicht, mit denen sich Städte, in spärbarer Konkurrenz untereinander, seit einiger Zeit sichtbar in Szene setzen.

Aber seit wann genau? Lässt sich die Äkonomisierung kultureller Techniken und Produkte nicht schon

lange vor unserer Gegenwart antreffen? Waren Innovationen und ihre mediengestützte Vermarktung nicht das Fundament, auf dem die Wirtschaftsgeschichte in allen Epochen ruhte? Was war der spezifische Beitrag von Städten zur äcultural economyä? Zur Diskussion derartiger, unter Historikern bisher nicht im Zusammenhang thematisierter Fragen hatten Martina Heßler und Clemens Zimmermann in Zusammenarbeit mit der Gesellschaft fäür Stadtgeschichte und Urbanisierungsforschung und mit Unterstützung der Fritz-Thyssen-Stiftung zu einer gut besetzten Tagung in englischer Sprache nach Saarbrücken eingeladen. Sicher werden in der angelsächsischen Forschung seit längerem äcultural consumptionä und äcommoditiesä auch fäür frähere Jahrhunderte thematisiert. Generell aber, so die Organisatoren in ihrer Einführung, werde in der Literatur allzu unbesehen und geradezu axiomatisch von einem äpost-Fordistic leapä in den 1980er Jahren ausgegangen, der den Blick auf frähere Erscheinungsformen von äKulturökonomienä verstelle Beispiele fäür einen weitgehend ahistorischen, gleichwohl breit rezipierten Zugang zu der Thematik wären: Scott, Allen J., *The Cultural Economy of Cities. Essays on the geography of image-producing industries*, London 2000; Landry, Charles, *The creative city. A toolkit for urban innovators*, London 2000; Hartley, John (Hrsg.), *Creative Industries*, Oxford 2005. .

Dabei wurde bald deutlich, dass heuristisch zentrale Begriffe wie äcreative milieuä, äBohemiaä oder äcultural industryä ÄuÄerst verschieden verstanden und

gefÃ¼llt werden kÃ¶nnen. In den insgesamt 18 VortrÃ¤gen machten sich die verschiedenen nationalen und disziplinÃ¤ren HintergrÃ¼nde der Referenten bemerkbar, was den Dialog nicht immer unmittelbar erleichterte, mittelfristig aber groÃ Chancen bergen dÃ¼rfte. Empirisch wurden vor allem StÃ¤dte in GroÃbritannien und Deutschland in den Blick genommen, daneben Venedig, Wien und Helsinki, sowie einige auÃereuropÃ¤ische FÃ¤lle. FÃ¼nf verschiedene Zugangsweisen waren dabei zu erkennen.

1) Theoretisch-typologische Ãberlegungen: Birgit Metzger (Freiburg) trug Ergebnisse ihrer Diplomarbeit Ã¼ber âcreative Milieusâ in begriffsgeschichtlicher und wissenschaftssoziologischer Hinsicht vor und empfahl eine Kombination der AnsÃ¤tze von Ludwik Fleck und dem Forscherverbund GREMI Akronym fÃ¼r: Groupe de Recherche EuropÃ©en sur les Milieux Innovateurs. Eine wichtige Studie aus diesem Forschungszusammenhang: Camagni, Roberto (Hrsg.), *Innovation Networks. Spatial Perspectives*, London 1991.. Paolo Capuzzo (Bologna) stellte in verallgemeinernder Absicht ein Drei-Phasen-Modell stÃ¤dtischer Kommerzialisierung und Konsumweisen seit dem 18. Jahrhundert vor, hauptsÃ¤chlich festgemacht am Wandel der (Verkehrs-)Infrastruktur. Dagegen hinterfragte Jan Gert Hovers (Twente) in seinem Vortrag âWhat is the city but the people?â nicht ohne Ironie und jÃ¼ngere Beispiele kritisch reflektierend die Vorstellung eines plan- und steuerbaren âbuzz about citiesâ, der auf âMarkenbildungâ setzt, aber nicht von der BevÃ¶lkerung mitgetragen wird. Den Strukturwandel der letzten Jahrzehnte im Ruhrgebiet fÃ¼hrte er hingegen als ein erfolgreiches Beispiel fÃ¼r die Ansiedlung von âcreative industriesâ an.

2) StÃ¤dtische SoziabilitÃ¤t: Im chronologisch am weitesten zurÃ¼ck reichenden Beitrag der Tagung nahm Clemens Zimmermann (SaarbrÃ¼cken) die Strukturbedingungen des Buch- und Kunsthandsels in Venedig und London in der FrÃ¼hen Neuzeit in den Blick. Die durch Korporationen und andere innerstÃ¤dtische Netzwerke bestimmten Produktions- und Vertriebswege fÃ¼hrten zu einem streng regulierten Markt auch fÃ¼r kulturelle Erzeugnisse, der in London im Laufe des 18. Jahrhunderts freilich immer offener wurde. Dass die spezifischen Rahmenbedingungen der âfirst industrial nationâ in Rechnung gestellt werden mÃ¼ssen, verdeutlichte auch das perspektivenreiche Paper des aus KrankheitsgrÃ¼nden verhinderten Peter Borsay (Lampeter/GB). Die von ihm seit lÃ¶ngerem verfochtene These einer âurban renaissanceâ im GroÃbritannien des 18. Jahrhunderts weit Ã¼ber die Kapitale hinaus untermauerte er mit dem Ver-

weis auf FrÃ¼hformen von âheritage, tourism and natureâ als genuin stÃ¤dtische Anliegen und Einnahmequellen. Wie sehr ein Jahrhundert spÃ¤ter selbst das vermeintlich ganz von Fabriken geprÃ¤gte Manchester ein dichtes Netz von âkulturÃ¶konomischenâ Einrichtungen (Presse, Clubs, Museen, Theater, Hotels, Restaurants, etc.) aufwies, legte Simon Gunn (Leicester) Ã¤uÃerst anschaulich dar. Alle drei BeitrÃ¤ge und die anschlieÃenden Diskussionen machten in besonderer Weise deutlich, wie sinnvoll es fÃ¼r weitere Forschungen wÃ¤re, âTiefenbohrungenâ in bestimmten StÃ¤dten um dezidierte Vergleichsperspektiven zu ergÃ¤nzen.

3) Stadtpolitik und stÃ¤dtische Festivals: Vier weitere BeitrÃ¤ge gingen stÃ¤rker von den StÃ¤dten als eigenstÃ¤ndige Akteure aus. Helen Meller (Nottingham) unterstrich am Beispiel Ã¶ffentlicher GrÃ¼nflÃ¤chen und Parks, dass es zumal in GroÃbritannien anfangs vor allem vermÃ¶gende Privatpersonen waren, die sich durch die Ãberlassung und teilweise auch Gestaltung entsprechender GelÃ¤nde als Ã¶ffentliche WohltÃ¤ter profilieren wollten, wÃ¤hrend dies ab der zweiten HÃ¤lfte des 19. Jahrhunderts unter dem Eindruck und als Resultat stÃ¤dtischer Gewerbe- und Industrieausstellungen und generell gestÃ¤rkter kommunaler ZustÃ¤ndigkeiten zunehmend auf politischen und stadtplanerischen Entscheidungen basierte.

Stark quantitativ und durchgehend komparativ angelegt war der Beitrag von Thomas HÃ¶pel (Leipzig) zur Kulturpolitik in Leipzig und Chemnitz sowie in Lyon und St. Ãtienne in der Zeit zwischen den beiden Weltkriegen. Unter BerÃ¼cksichtigung singulÃ¤rer Einrichtungen wie der Leipziger Hochschule fÃ¼r Grafik und Buchkunst gelangte er zu dem Befund, dass in den beiden deutschen StÃ¤dten ein hÃ¶herer Grad an kommunaler Verantwortlichkeit existierte als in den franzÃ¶sischen, die sich stÃ¤rkeren Bestrebungen nach Nationalisierung und Privatisierung kultureller Projekte ausgesetzt sahen. Dagegen waren Leipzig und Lyon infolge ihrer GrÃ¶Ãe und Dynamik eher in der Lage, junge Medien wie das Kino oder Radiostationen zu fÃ¶rdern, wÃ¤hrend Chemnitz ca. 70% seines Kulturbudgets fÃ¼r das Theater aufwandte.

Weitgehend verloren ging die stÃ¤dtische Entscheidungsgewalt Ã¼ber kulturpolitische Initiativen unter dem faschistischen Regime in Venedig mit der Kunst-Biennale, seinem umgehend erfolgreichen Kino-Festival, und dem besonders lukrativen Casino. Die treibende Kraft hinter der Verstaatlichung der Tourismusindustrie war, wie Jan Andreas May (Berlin) darlegte, al-

lerdings keineswegs eine ferne staatliche Bürokratie, sondern der seit Jahrzehnten vor Ort agierende geschäftstüchtige Graf Giuseppe Volpi. Obwohl dieser Magnat wohl am stärksten von den kulturellen Aktivitäten an der Lagune in den 1930er Jahren profitierte, sollte im Hinblick auf weitere Forschungen ganz allgemein die Frage Adam Smiths interessieren, in welchem Verhältnis zueinander private Interessen und öffentliche, i.e. städtische Vorteile daraus genau standen; anders etwa als die Wagner-Festspiele wurden die venezianischen Festspiele ja weiterhin mit der Stadt, nicht mit herausragenden Künstlern, Impresarios oder Organisatoren assoziiert.

In einem weit ausholenden Referat wandte sich Jörn Weinhold (Weimar) der 'reinvention of port culture as respectable maritime entertainments' zu, die durch Aufwertung von Hafenpromenaden, der Einrichtung von Großerquarien und anderer Lehr- und Vergnügungsstätten bis hin zum geplanten Hans Albers-Museum an der Hamburger Reeperbahn in den letzten Jahrzehnten von den Städten zunehmend und vor allem im Hinblick auf eine kommerzialisierte Nutzung unternommen worden sei.

4) Private Initiativen in Städten: Diese auf der Tagung dominierende Zugangsweise zu städtischen Kulturökonomien kann hier nur in aller Kürze skizziert werden. So wurden Aspekte der Tourismusgeschichte beleuchtet, insbesondere der Produktion und Anpreisung neuer Erfahrungen, sei es über Reiseagenturen, Verlagshäuser oder Hoteliers (Jill Steward/ Newcastle und Habbo Knoch/Göttingen); ferner die Schaffung neuer Stile, Moden und Blickweisen auf die Stadt, wie Chris Bewerd und David Gilbert (beide London) anhand der 'swingenden' Londoner Modeszene und ihrem kulturellen Umfeld in den 1960er Jahren, sowie Sandra Schärmann (Hamburg) in einem Überblick über das 20. Jahrhundert für Hamburger Fotografen in einem nicht immer gewogenen Umfeld zeigten. Bis in die jüngste Gegenwart hinein ragten schließlich die Referate von Giacomo Botti (Helsinki), der sich der Rolle der nicht stilistisch eingeengten Popmusik-Szenen in Manchester, Berlin und Helsinki für die Anziehung eines breiteren Publikums zuwandte, sowie von Alexa Färber (Berlin), die den besonderen kulturellen und wirtschaftlichen Bedingungen für das Aufkommen und teilweise Fortbestehen von (Alternativ-)Kaufhäusern in Berlin und dem Selbstverständnis von 'culturepreneurs' ebendort nachspürte.

5) Wissenschaft und Technologie: Dass diese 'Produktivkräfte' zwar in aller Regel in Städten angesie-

delt sind, aber prinzipiell über sie hinausweisen, verdeutlichten jeweils auf ihre Weise die Beiträge von Marjatta Hietala (Helsinki) und Martina Heeler (Offenbach). Erstere ging auf der Datengrundlage eines großen Forschungsprojekts über die Auslandsaufenthalte finnischer Studenten und Professoren seit dem späten 19. Jahrhundert den pull-factors akademischer Zentren wie Berlin, Paris oder Zürich nach und mithin eher der Wahrnehmung und Einschätzung bestehender kreativer Cluster. Die Mitorganisatorin der Konferenz konzentrierte sich hingegen auf die seit den 1950er-Jahren in und um München unternommenen Bestrebungen, 'science cities' und 'creative milieus' anzusiedeln und anzupreisen. Ihre insgesamt eher skeptischen Befunde zur 'suburbanisation of science' im 'Municon valley' galten weniger den Forschungsprojekten oder der Vernetzung Münchner Wissenschaftler als einer Periodisierung und Analyse der wissenschaftspolitischen und stadtplanerischen Züge und Kontinuitäten.

Die Tagung machte deutlich, wie vielversprechend es sein kann, dem dynamischen und genuin interdisziplinären Forschungsfeld 'Kulturökonomien' historische Tiefenschärfe zu verleihen. Als besonders anregend erwies sich die Konfrontation verschiedener nationaler, thematischer und methodischer Ansätze. Die gezielte Erforschung von kreativen Milieus und Kulturökonomien in ihrem städtischen und stadhistorischen Kontext steht zumindest in Deutschland sicher erst am Anfang und könnte gut daran, sich vorab auf ein strenges begriffliches wie methodisches Instrumentarium und auch auf bestimmte Gegenstandsbereiche zu verständigen, um der Gefahr der Konturlosigkeit einer 'black box' zu entgehen. Die derzeitige Aufmerksamkeit für die Thematik sollte jedenfalls nicht zur umstandslosen Rückprojektion heutiger Anliegen und Strukturbedingungen auf die Vergangenheit verleiten. Eine genaue Unterscheidung der Entstehungsbedingungen von 'Kreativität', etwa in den frühneuzeitlichen Zünften oder am Hof, ihrer möglichen Applikation und Vermarktung, verspricht eine bessere Einordnung des heutigen 'city hype', von der gerade die Stadtgeschichte nachhaltig profitieren kann. Das Potenzial einer Historisierung von 'Stadtmarketing' seit dem 18. Jahrhundert am Beispiel Berlins auszuloten, war das Anliegen einer anderen interdisziplinären Tagung, deren Ergebnisse in Kürze publiziert vorliegen werden in: Biskup, Thomas; Schalenberg, Marc (Hrsg.), 'Imagebildung und Stadtmarketing von der preußischen Residenz zur Bundesstadt' (Beiträge zur Stadtgeschichte und Urbanisierungsforschung Bd. 6), Stuttgart 2007. .

If there is additional discussion of this review, you may access it through the network, at:

<http://hsozkult.geschichte.hu-berlin.de/>

Citation: Marc Schalenberg. Review of, *Culture, Economy and the City*. H-Soz-u-Kult, H-Net Reviews. March, 2007.

URL: <http://www.h-net.org/reviews/showrev.php?id=28073>

Copyright © 2007 by H-Net, Clio-online, and the author, all rights reserved. This work may be copied and redistributed for non-commercial, educational purposes, if permission is granted by the author and usage right holders. For permission please contact H-SOZ-U-KULT@H-NET.MSU.EDU.