

„Wir halten nicht einfach die Hand auf“

Die Kreativwirtschaft bekommt 500 000 Euro – will aber von klassischer Wirtschaftsförderung nichts wissen

Die Bürgerschaft hat auf einen gemeinsamen Antrag von SPD, Grünen und CDU beschlossen, der Kultur- und Kreativwirtschaft in Bremen für die nächsten beiden Jahre jeweils 500 000 Euro an Fördermitteln zur Verfügung zu stellen. Der übliche Weg wäre nun, dass die Wirtschaftsförderung Bremen (WFB) einen Wettbewerb ausschreibt und das Geld an die Sieger verteilt. Doch genau das wollen die Kreativen nicht – eine Frage des Selbstverständnisses und des gewachsenen Selbstbewusstseins der noch jungen Branche.

VON ANNEMARIE STRUSS-V. POELNITZ

Bremen. „Wir gehen da nicht hin und halten die Hand auf“, sagt Hanke Homburg, Geschäftsführer der Design- und Kommunikationsagentur Gruppe für Gestaltung (GfK) und Vorsitzender des Klubs Dialog. Im Klub Dialog sind rund 60 Unternehmen aus der Bremer Kultur- und Kreativwirtschaft organisiert. Nach einer Phase der Selbstfindung der Akteure aus elf verschiedenen Teilbranchen sieht sich der Klub jetzt vor allem als Diskussionsforum und zunehmend als Interessenvertretung der kreativen Unternehmen.

„Das Geld steht für uns nicht an erster Stelle“, sagt Homburg. „Wir haben als Unternehmer keine Probleme, wir haben Möglichkeiten. Die können wir gemeinsam mit der Politik nutzen, um den Standort Bremen zu fördern. Natürlich soll sich das dann am Ende für beide Seiten lohnen.“ Das bedeutet – das macht Homburg ganz klar – dass man sich nicht auf ein von der WFB ausgearbeitetes Förderprogramm bewerben, sondern die Ziele und Bedingungen der Förderung selbst bestimmen

und bei der Vergabe der Mittel ein entscheidendes Wort mitreden will.

Bei der WFB hat man zunächst ein bisschen gezuckt, denn es geht immerhin um Steuergelder, deren Verwendung staatlich kontrolliert werden muss. Aber Hans-Georg Tschupke, Abteilungsleiter für Innovationsförderung, zeigt Verständnis: „Den Akteuren ist Unabhängigkeit von staatlichen Institutionen wichtig, sie wollen selbst gestalten.“ Tschupke sagt auch: „Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist für Bremen ein wichtiger neuer Sektor der Standortentwicklung.“

Damit argumentieren auch die Kreativen selbst. Sie sehen sich nicht als Almosenempfänger – die womöglich noch anderen Interessengruppen knappe Haushaltsmittel wegnehmen –, sondern als Unternehmer, die Arbeitsplätze schaffen und als Impulsgeber für die klassischen Industriebranchen. Das begründen sie in einem vom Klub Dialog erarbeiteten Positionspapier, das anlässlich der Haushaltsdebatte in der Bürgerschaft an die Abgeordneten verteilt wurde. Deshalb, so heißt es in dem Papier, bedeuten zusätzliche Mittel für die Kultur- und Kreativwirtschaft nicht nur Wachstumsimpulse für die Branche selber, „sondern fördern Wirtschaft und Gesellschaft in Bremen generell“.

Bremen hat die Potenziale der Kreativwirtschaft früh erkannt, sagt Harm Wurthmann vom RKW, der von Bremen aus das Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativ-

wirtschaft des Bundes steuert. Modelle wie der Klub Dialog, die gezielte Förderung kreativer Kleinunternehmer durch die Ideenlotsen und die Nutzung von Leerständen, vermittelt durch die Zwischen-Zeit-Zentrale (ZZZ), würden bundesweit kopiert. Wurthmann selbst, Ideenlotse Christoph Backes und die Kulturmanagerin Nadine Portillo beraten das Bundeswirtschaftsministerium bei der Kreativförderung. Kreative aus Bremen sind international gefragt. So bespielen die Lichtkünstler von Urbanscreen gerade die Oper in Sydney. „Die Kreativwirtschaft in Bremen hat einen hohen Standard erreicht. Der sollte gehalten und ausgebaut werden“, sagt Wurthmann.

Aber dafür müssen Politik und Kreative zusammenkommen, weiß auch Hanke Homburg. Traditionelle Industrien wie die Automobilbranche pflegen seit Jahrzehnten enge Kontakte in die Parteien und Parlamente, „aber die Kreativen scheuen die Politik wie der Teufel das Weihwasser“, sagt er. Immerhin: Christoph Backes hat einen Sitz in der Wirtschaftsdeputation und die Szene schickt ihre „Kreativkapitäne“, eine informelle Gruppe engagierter Einzelpersonen, als Speerspitze vor, zu Hintergrundgesprächen mit Abgeordneten und mit der Handelskammer.

Und siehe da: Man kommt ins Gespräch. Was die Kreativen wollen, ist langfristige Planungssicherheit und einen Budgetrahmen von 3,5 Millionen Euro. Davon sind die 500 000 Euro weit entfernt, zählt man al-

lerdings die schon bestehende Förderung etwa für den Klub Dialog, ZZZ oder die Ideenlotsen dazu, kommt man der Summe schon näher. Was sie nicht wollen, ist dekoratives Aushängeschild für die Politik sein, die Kreative gerade chic findet. In ihrem Positionspapier schlagen sie einen Pakt zur Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Bremen vor und fordern den Senat dazu auf, weniger effektive Mittel aus dem Haushalt für das Bremer Innovations und Kreativklima umzuwidmen.

Was man damit tun könnte, dazu gibt es schon eine Reihe von Vorschlägen und Ideen, darunter einen kreativen Bildungspakt zur Förderung unternehmerisch-kreativen Denkens, billige Büros für Kreative und Co-Working-Modelle, Fortsetzung von Programmen wie Ideenlotsen und ZZZ, dazu neue Projekte als Leuchttürme, mit Strahlkraft über Bremen hinaus wie etwa ein interdisziplinäres Festival.

Hans-Georg Tschupke kann sich inzwischen vorstellen, dass die Akteure weitgehend selbst bestimmen, wie die Fördermittel verwendet werden, und die Kreativen haben erkannt, dass sie die bürokratischen Hürden, hinter denen die 500 000 Euro liegen, allein nicht überwinden können. Die Mittel sind aus rein investiven Haushaltsmitteln zusammengekehrt. Konsumtive Ausgaben, etwa für Personal, dürfen damit nicht getätigt werden. „Wir reden die ganze Zeit über Köpfe, aber bezahlen dürfen wir mit dem Geld nur Steine“, fasst Homburg zusammen. Eine Projektgruppe überlegt, was geht und wie. Im September sollen erste Ergebnisse vorgestellt werden. Homburg ist zuversichtlich, Tschupke auch, „aber“, sagt er, „eins ist klar: Am Ende steht ganz schlicht das Verwaltungsrecht.“



Hanke Homburg vom Klub Dialog. F.: Kuhaupt