

## Neue Perspektiven im Netzwerk der Kreativwirtschaftler

Praktikanten, Jobber und Experten gesucht! Aber bitte ohne Vergütung, höchstens mit Aufwandsentschädigung. Kulturschaffende haben es schwer, wenn sie die neuesten Stellenanzeigen durchforsten. Die hoch bezahlten Arbeitsplätze findet man momentan eher als Professor für Schwingungs- und Messtechnik und nicht als Theaterautor im Kinder- und Jugendtheater. Doch die Kreativwirtschaft bietet großen Gestaltungsspielraum, wenn es um neue Arbeitsfelder für Kulturschaffende geht. Trauen wir uns zu, neu im System anzusetzen und trotzdem nach dem Studium nicht den Boden unter den Füßen zu verlieren? Das Seminar „Arbeit (er)finden für die (Inter-)Kulturgesellschaft“ am Institut für Kulturpolitik widmete sich im Sommersemester 2012 diesen neuen Arbeitsfeldern für Kulturwissenschaftler und entwickelt sie weiter.

Absolventen von kulturwissenschaftlichen Studiengängen stehen zunächst als „Neue Kulturunternehmer“ vor dem bunten Jahrmarkt der beruflichen Möglichkeiten. Zwischen Kulturmanagement und -tourismus, Vermittlung zwischen Kunst und Wirtschaft, Mediengestaltung für Kulturinstitutionen, Unternehmensberatung mit künstlerischen Mitteln, kulturpädagogischen Dienstleistungen und anderen Feldern soll die jeweils passende Form für die eigenen Stärken und Schwächen gefunden werden.

1996 waren vier Prozent aller Beschäftigten in Deutschland im sogenannten Kultursektor, der sich in einen öffentlichen, intermediären und privatwirtschaftlichen Bereich gliedert, tätig, wobei die Tendenz zur Selbstständigkeit immer weiter voranschritt. Aber wo stehen wir jetzt, 2012? Wo kommen wir hin, wir Studenten, die in den nächsten zwei Jahren ihren Diplom- und Masterabschluss machen, wenn alle Welt uns immer noch vorurteilsreich predigt, „mit Kultur verdienst du sowieso kein Geld“? Sind wir außerdem flexibel, motiviert, kreativ, leidenschaftlich, aufgeschlossen, team- und risikofreudig genug, um uns durchzusetzen und am Ende vielleicht unser eigenes kleines oder größeres Unternehmen zu gründen?

Wenn ein Unternehmenstheater oder ein Kulturtandem zwischen Ämtern und Migranten entsteht, wenn Gesundheitsurlaub als Kulturkur und ein Kreativprogramm in Krankenhäusern angeboten werden würden, dann sähe unsere Gesellschaft anders aus. Vielleicht sollten auch bald Insidertipps für Touristen von kulturrainen Taxifahrern gegeben werden und etablierte Kulturagenten durch Schulen streifen, während älteren Menschen durch spezielle Schulungen eine Stimme im Web 2.0 gegeben wird. Solche Kombinationen verschiedenster Disziplinen im Karussell des Kulturbetriebs sind nötig, um herauszufinden, in welchen Arbeitsfeldern Kreative tätig sein können. Das heißt zum Beispiel: Kultur und Wirtschaft, Soziales, Gesundheit, Tourismus, Schule oder Neue Medien.

Von Mitteln der Wirtschaft beispielsweise kann der Kultursektor profitieren, Strukturen der Wirtschaft können auf die Kultur übertragen werden. Wenn Kunst und Kultur dagegen „immer sozial“ sein wollen, müssen sie auch gegen die gesellschaftliche Spaltung von Arm und Reich aktiv vorgehen, und das auf Augenhöhe mit allen

Beteiligten. Hinzu kommen die neuen Aufgaben, vor die uns der drohende demographische Wandel stellt; in einer alternden Gesellschaft werden Werte wie Gesundheit und Zeit immer mehr an Bedeutung gewinnen, welche aber nicht nur denen zugänglich gemacht werden sollen, die „es sich leisten können“. Je älter die Menschen werden, desto mehr können sie von der Welt sehen. Kultur und Tourismus gehen an dieser Stelle Hand in Hand – Reisen dienen nicht nur der Erholung, sie werden auch ein immer wichtigeres Mittel, um Menschen verschiedene Lebenskulturen nahe zu bringen! Unter der Überschrift der Kulturellen Bildung begegnen sich die Konzepte der Nachhaltigkeit und des lebenslangen Lernens. Ebenso bietet der Bereich der Schule Raum für kulturelle Arbeit. Vor allem Kinder und Jugendliche sind in ihrer Unvoreingenommenheit empfänglich für kulturelle Inhalte – was mittlerweile von der Gesellschaft erkannt wurde und sich in kulturpolitischen Maßnahmen schulischer und außerschulischer Akteure zeigt. Somit kann die Schule als Berufsfeld für Kreative verstanden werden.

Schlussendlich sind es die Neuen Medien, besonders das Internet, das alle genannten Bereiche vernetzt und untereinander zugänglich macht. Netzwerke sind die wichtigsten Instrumente der Kreativwirtschaft, wenn es darum geht, Ideen in die Praxis umzusetzen.

So viel Optimismus zwar aus diesen Potentialen geschöpft werden kann, so bleiben dennoch Fragen offen, die mit negativen Nuancen behaftet sind. Was ist Kultur: Nutzen oder Selbstzweck? Was hat das Studium wirklich mit dem zukünftigen Beruf zu tun? Wie bewältigt man Existenzängste? Nicht jeder, der für sich einen kulturwissenschaftlichen Studiengang wählt, wird sich Berufsziele setzen, die ohne Hürden realisierbar sind. Und die Entwicklung eigener Perspektiven und Ideen braucht auch Zeit und fordert zusätzlich dauernden Erfahrungsaustausch, der zugelassen und ermöglicht wird. Denn die eigentliche Frage ist: Was trauen wir uns zu? Und inwieweit sind wir bereit, uns auf neue Ideen, Anregungen und Meinungen einzulassen, um uns selbst im System der Kreativwirtschaft zu verorten und unsere Potentiale voll auszuschöpfen?