

Cultural Entrepreneurship



Initialzündung im Ideenraum Oder: Was man unter Cultural Entrepreneurship verstehen könnte

Im 19. Jahrhundert galt der Künstler als revolutionärer Gegenentwurf zum Unternehmer und seinen bürgerlichen Moralvorstellungen. Mit den Wandlungen des Industriekapitalismus, mit der Abkehr von seinen bürokratischen Organisationsvorstellungen orientieren sich moderne Managementphilosophien an Idealen wie Flexibilität, Kreativität und Innovation. Damit entstehen immer wieder Berührungspunkte zwischen zwei nur scheinbar gegensätzlichen Welten. Der Künstler werde, so der französische Soziologe Pierre-Michel Menger, zum Prototyp und Idealbild. Galt Kunst als exotisch anmutendes Gegenmodell zur abhängigen, fremdbestimmten und entfremdenden Erwerbsarbeit, als Reich der Freiheit im Gegensatz zum Reich der Notwendigkeit, so entwickelt sie sich vor unseren Augen zum Modell für einen kreativen Lebensentwurf:

Pablo Picasso

» There are painters who transform the sun into a yellow spot.

But there are others who, thanks to their art and intelligence, transform a yellow spot into the sun.«

Entrepreneurship als Selbstbestimmung, als künstlerische Tätigkeit des Neuentwurfs, des Überwindens von Konventionen, als kreative Zerstörung.

Dass der Bereich des Kulturell-Kreativen zunehmende wirtschaftliche Bedeutung erhält, ist bekannt; dies zeigt sich auch in der Rezeption von Begriffen wie *creative industries* oder *creative economy*. Im postindustriellen Zeitalter haben sich die gesellschaftlichen Werte längst weg von Basisbedürfnissen hin zu kulturellen Werten verschoben – dies spiegelt sich auch in den Bedürfnissen der Käufer wider. Dass aber zwischen Entrepreneurship und dem kulturell-kreativen Bereich auch eine innere Verwandtschaft besteht, stößt in Deutschland eher auf Befremden. Noch immer werden Kunst und Kultur hierzulande als Luxus angesehen, während wirtschaftliches Handeln als Reich der Notwendigkeit gilt. Es erklärt vielleicht, warum bei uns Entrepreneurship rasch mit „Betriebswirtschaft für Gründer“ gleichgesetzt wird.

Die Argumente von Stanley Gryskiewicz und Frans Johansson gehen in eine ganz andere Richtung. Gryskiewicz, vom Center for Creative Leadership, empfiehlt uns, sich mit Kunst zu beschäftigen: weil sie uns herausfordert, neue Perspektiven zu finden, uns auch emotional berührt und unsere Selbstverständlichkeiten infrage stellt. Er spricht von „Positive Turbulence“, ein Begriff, der an Schumpeters „schöpferische Zerstörung“ erinnert, als einem bereichernden Element für Ideen und Anstöße. Es gehe darum, eine Atmosphäre zu schaffen, die das Denken in den Grenzen des Status quo aufbreche und für neue Wege öffne. Vier Charakteristika spielten dabei eine Rolle:

- **„Welcoming difference“** – Informationen und Abläufe zuzulassen, die unbekannt oder unerwartet sind und die eigenen Vorgehensweisen massiv infrage stellen.
- **„Inviting multiple perspectives“** – zu divergierenden Sichtweisen und unorthodoxen Interpretationen von Sachverhalten zu ermutigen.
- **„Controlling the intensity of turbulence“** – das Ausmaß und die Geschwindigkeit von Veränderung so zu modellieren, dass die gewünschten Prozesse nicht in negative Entwicklungen umschlagen.
- **„Developing receptivity“** – die Voraussetzungen zu schaffen, dass die Beteiligten mit Veränderungen umgehen und sie mitgestalten können.

Frans Johansson, Autor und Entrepreneur, argumentiert, dass entscheidende Denkanstöße und Innovationen aus dem Zusammentreffen von Ideen aus unterschiedlichen Kulturen und Disziplinen entstehen. *Diversity drives innovation*. In einem solchen Ideenraum (*idea space*) käme es zu einer Initialzündung von außergewöhnlichen Sichtweisen und Entwicklungen.

Der Autor nennt dies den „Medici-Effekt“ in Anlehnung an die Zeit der berühmten Bankiersdynastie der italienischen Renaissance. Die Medicis förderten und finanzierten schöpferisches Arbeiten in seiner ganzen Breite. Dank dieses Klimas trafen in Florenz Bildhauer, Wissenschaftler, Dichter, Philosophen, Maler, Finanziere und Architekten aufeinander. Sie lernten voneinander und überwand die Grenzen ihrer Disziplinen und Kulturen. Sie schafften damit eine Welt neuer Ideen, die uns heute als Renaissance bekannt ist.

Aber wir müssen gar nicht in das Florenz des 15. und 16. Jahrhunderts gehen. Auch unsere eigene Epoche enthält Elemente in dieser Richtung. Kulturell-kreative Kompetenz spielt immer häufiger eine Rolle für den wirtschaftlichen Erfolg von Unter-



nehmensgründungen. Karl Vesper beschreibt in seinen Studien, dass die Phase der Konzeptentwicklung vergleichbar ist mit dem künstlerisch-kreativen Prozess:

Karl H. Vesper

» The development of an entrepreneurial idea is, above all, a creative process.

Its engineering is comparable to an artistic creative act.«

Städte wie New York, Barcelona oder Berlin haben längst eine Wissenschafts- und Kulturszene, die jener Zeit in Florenz in nichts nachsteht. Was den Medicis aber offenbar gelungen ist, war der Brückenschlag. Eine Atmosphäre zu schaffen, in der „über die Schulter zu sehen“ zur Einladung wird, statt ängstlich das „Nichtgemeinsame“ zu betonen. Einen Ideenraum, in dem cultural entrepreneurship entsteht.

Marcel Proust

» The real act of discovery consists not in finding new lands but in seeing with new eyes.«

Wir können und müssen Entrepreneurship als offenes, attraktives Feld für eigenständiges, schöpferisches Handeln formulieren. Business Administration ist wichtig und muss professionell betrieben werden. Aber wir müssen Gründer durch sie entlasten, nicht verschrecken. Und: Sinnstiftende Ideen und Konzepte kommen nicht (nur) aus der Ökonomie.

Wie langweilig wäre die Welt der Architektur, wenn es nur die Statiker gäbe. Neue Konzeptionen, extravagante Entwürfe würden nur noch selten vorkommen. Nichts gegen Statiker, aber unter ihrem Blickwinkel werden ausgefallene Formen leicht zu Flausen, die es dem Ideengeber wieder auszutreiben gilt.

Wir dürfen die Welt der Ökonomie nicht den Business Administratoren, nicht den Verwaltern überlassen. Sie sind, um in diesem Bild zu bleiben, die Statiker – notwendig, ja unverzichtbar, aber nicht prädestiniert für Neuentwürfe, Experimentelles,

Andersartiges, Provozierendes. Doch genau diese Qualitäten brauchen wir, wenn auf viele der anstehenden Probleme neue, zeitgemäße Antworten gefunden werden sollen.

Albert Einstein

» Probleme kann man niemals mit derselben Denkweise lösen, durch die sie entstanden sind.«

Die Nähe von Entrepreneurship und Kunst findet sich manchmal sogar in der Wortwahl, so wie Steve Wozniak, Mitgründer von Apple, seine Arbeit beschreibt:

Steve Wozniak

» Ein guter Ingenieur ist wie ein Künstler. Wenn man etwas entwickelt, ist jedes Detail wie ein Pinselstrich, der genau passen muss.

Genau so wie Ernest Hemingway Tage und Wochen an seinen Sätzen feilte, arbeite ich bei Apple.

Wir haben komponiert wie Solomusiker. Aus Noten werden Melodien, dann Strophen, und am Ende kommt ein ganzes Lied heraus.«

Auszüge aus: Kopf schlägt Kapital, Hanser Verlag 2010.