

Berlin, den 26.10.2010

## Cultural Entrepreneurship: Eine Einführung

### 1. Institut für Cultural Entrepreneurship

Mit dem Institut für Cultural Entrepreneurship möchten wir dazu beitragen, eine Interaktion zwischen Ökonomie und Philosophie zu aktivieren und somit für alle Akteur/innen neue Perspektiven – längere Phasen anstatt Quartalen für die Rendite in den Unternehmen, neben dem Geld auch ein Denken z. B. in CO<sub>2</sub>, Finanzierungsmodelle für ein würdevolles Leben der Kulturschaffenden – zu eröffnen und ferner neue geniale Ideen an der Intersektion von Branchen und Disziplinen zu entfalten (Medici-Effekt).

In einer Zeit, in der jede und jeder von Ethik redet und jedes Unternehmen auf der Website einen Button für Philosophie und einen für Innovation hat, laden wir alle Bürger/innen ein, sich bei den Konferenzen und allen Aktivitäten von Cultural Entrepreneurship zu informieren und auszutauschen, was Ethik und Humanismus bedeuten und was Entrepreneurship alles bewegen kann, sowie einige der vielen Beispiele von Leuten kennenzulernen, die mit ihren ethischen und innovativen Geschäftsideen aus allen Wirtschaftszweigen bereits für ein gutes Leben mit unterschiedlicher Intensität und unter teilweise abenteuerlichen Bedingungen arbeiten, meistens auch wirtschaftlich.

Bei den internationalen, interdisziplinären Konferenzen, die simultan in verschiedene Sprachen übersetzt werden, haben Expert/innen, Studierende und Interessierte Gelegenheit, sich auszutauschen und mit potenzierten Kräften den Tag zu beenden.

Für Student/innen, Auszubildende, Gründer/innen aus allen Fachbereichen und Wirtschaftszweigen, die sich für Ethik, Entrepreneurship, Kunst und Kultur u. v. m. interessieren, wird die Teilnahmegebühr von den Unternehmen übernommen, die die frühzeitige Verbreitung dieser Themen als ihre nachhaltige soziale Verantwortung betrachten und deshalb die Veranstaltung unterstützen.

Die nächste Konferenz „Cultural Entrepreneurship – Ethik und Gesundheit“ findet am 14.06.2012 an der Freien Universität Berlin statt.

Ein anderes Projekt beabsichtigt, wirtschaftliche, ökologische und politische Themen literarisch zu verarbeiten, mit einem Gewinn für die jeweilige Branche, für die Literatur und für die Leser/innen.

Schön wäre es weiter, wenn Führungskräfte Künstler/innen einladen, für eine gewisse Zeit in ihrem Unternehmen zu weilen und zu schauen, ob etwas Neues entsteht.

Wie auch immer, früher oder später wird sich der Porschefahrer, der Biofood einkauft, auch für ein holistisches Leben und ein neues Auto interessieren, d. h. insgesamt ein guter Verbraucher oder eine gute Verbraucherin werden, mit einem Gewinn für Welt und Umwelt aller Generationen.

Wie wir aus der Spieltheorie – Gefangenendilemma – wissen, ist die Kooperation für alle Seiten immer vorteilhaft: In diesem Sinne können wir uns alle für Cultural Entrepreneurship engagieren und zu einer globalen Renaissance, ethisch wirksam und wirtschaftlich sinnvoll, beitragen. So leistet dieses Konzept einen Beitrag, mit Tiefgang und etwas Glamour, einen Weg sowohl aus der wirtschaftlichen Krise als auch aus dem viel beklagten Werterückgang der Gesellschaft aufzuzeigen.

Für alle Akteur/innen bedeutet das schließlich, 20 Jahre nach dem Mauerfall nicht nur in Berlin Wirtschaft und Kultur aktiv gestalten zu können und gleichzeitig das Gefühl zu bekommen, für die nächsten Generationen etwas Gutes zu tun – oder kurz gesagt: ein erfülltes Leben zu führen.

## 2. Freiheit und Gerechtigkeit

In einer liberalen Demokratie sind weder Gott noch der Kaiser Herr über das Gesetz, sondern wir Bürger/innen.

Unsere Demokratie basiert nämlich auf ethischen Werten wie Freiheit und Gerechtigkeit für jede/n, wir scheinen es vergessen zu haben.

Eine Erkenntnis und eine freie Entfaltung in der Politik, Philosophie, Literatur, Kunst, Musik etc. ist nur unter demokratischen Bedingungen möglich – Frieden, Freiheit und Gerechtigkeit, wie in der antiken *polis* oder in der Renaissance –, auf jeden Fall überall dort, wo alle Menschen gleich sind bzw. die gleichen Chancen haben.

### 2.1. Frauen und Männer

Frauen und Männer aller Generationen sind gefragt; in unserer Gesellschaft, um Aristoteles zu zitieren, erreichen viele das Alter, in dem man der Gesellschaft etwas zurückgeben darf und soll, um seine Pflicht als Bürgerin und Bürger – oder Citoyen – zu erfüllen, d. h. unsere Welt und Umwelt aktiv zu gestalten.

Lange Zeit haben wir auf Pump gelebt, und zwar sowohl wirtschaftlich als auch ethisch und intellektuell – Griechenland ist nun mal die Wiege des Abendlandes –, nun ist es an der Zeit, die verborgenen Ressourcen zu entfalten, jede und jeder in der jeweiligen Branche und sozialen Rolle: Die intellektuellen und emotionalen Ressourcen sind unbegrenzt!

### 2.2. Philosophie und Wirtschaft

An der Intersektion von Philosophie und Wirtschaft haben wir beim „Cultural Entrepreneurship“ einen guten Rahmen gefunden: Dabei möchten wir nicht weniger, als die Metaphern „der gierige Manager“ und „der arme Poet“ miteinander zu verschmelzen und die weibliche Form zu integrieren, um für alle ein potenziertes Resultat zu erlangen.

Man stelle sich vor, was für Möglichkeiten darin stecken: „die gierige Poetin“, „der poetische Manager“, „das humanistische Management“ ...

Es gilt, uns zu informieren, unsere kognitiven Ressourcen neu zu entdecken, um mit vorausschauender Verantwortung, Sorge und etwas Humor ein gutes Leben für uns und die kommenden Generationen aktiv gestalten zu können.

### 3. Ethik in der Marktwirtschaft<sup>1</sup>

Von Unternehmenskultur redet man nun bereits drei Jahrzehnte, trotzdem lässt die moralische Sensibilität von Unternehmen und Managern immer noch zu wünschen übrig.

Gleichzeitig kann man neuerdings feststellen, dass Unternehmen und Führungskräfte zunehmend begreifen, dass es neben politischen, ökonomischen und ökologischen Risiken auch ethische Risiken gibt, welche für den Erfolg eines Unternehmens verheerend wirken, wenn nicht sogar seine Existenz gefährden können.

Es ist nun mal so, dass Moral als mögliche Beschränkung des Gewinns eines Unternehmens angesehen wird, eigentlich eine Fehleinschätzung, wenn man bedenkt, dass derzeit Unternehmen ohne Wertemanagement aus Großprojekten sogar ausgeschlossen werden. Es gilt, Ethik als positiven Profilierungspunkt zu betrachten und diese Ressource für den Erfolg des Unternehmens voll zu entfalten.

Um die Leistungen von Markt und Wettbewerb für die Menschen zu erbringen, ist es wichtig, dass man eine gute und global wirkende Rahmenordnung entwickelt, denn in der Marktwirtschaft hängt der Wohlstand nicht vom Wohlwollen oder von moralischen Motiven der Akteure ab, das handlungsleitende Motiv ist und bleibt nun mal der finanzielle Anreiz, das Eigeninteresse.

Tatsächlich führt eine Marktwirtschaft ohne Rahmenordnung, also Wettbewerb ohne Recht und Moral, zu einem unerträglichen Leben, wie es Hobbes beschreibt: „the life of man solitary, poore, nasty, brutish, and short“<sup>2</sup>.

Anders als Politik und NGOs sind Unternehmen in der Lage, sich aktiv zu beteiligen an der Entwicklung einer sozialen Ordnung in der Weltwirtschaft und dadurch langfristig Verantwortung zu übernehmen.

Indem sie in Sach- und Humankapital sowie Unternehmenskultur investieren, schaffen sie nämlich die Voraussetzungen für eine nachhaltige, marktgerechte Rendite, und dabei sichern sie sich und den Shareholdern gute Gewinne, und eine solche Unternehmenspolitik schlägt sich bereits heute in guten Börsenkursen nieder.

Bedingung für die Beteiligung von Unternehmen an einer Ordnung für die entstehende Weltgesellschaft ist allerdings die durchgehende Transparenz ihres Tuns.

Das Gute dabei ist, dass das Gute sich lohnt, denn Moral und Gewinnstreben konvergieren langfristig.

### 4. Cultural Entrepreneurs

Wenn man Wirtschaft, Finanzen und Profitgier der letzten Jahre betrachtet, staunt man bei der Zurückhaltung von Kreativwirtschaftlern und Cultural Entrepreneurs.

Abgesehen von einigen Stars unter den Künstler/innen, Musiker/innen oder Artdirectors findet man im (Sub-)Kulturbereich noch immer viele engagierte und meistens schlecht bezahlte

---

<sup>1</sup> Vgl. Homann, Karl, *Ethik in der Marktwirtschaft*, München: Roman Herzog Institut 2007

<sup>2</sup> Hobbes, Thomas (1651), *Leviathan*, Oxford: Clarendon Press 1909

Entrepreneur/innen, die für Theater, Kunst, Musik, Literatur, Geschichte usw. eine Arbeit von unschätzbarem Wert leisten; großzügig setzen sie ihre Kompetenzen ein, und ob sie etwas Neues schaffen oder Traditionen bewahren – für die Gesellschaft ist die Rendite nachhaltig. Beim Schaffen vergessen sie die Zeit, sie arbeiten nach einem eigenen Rhythmus; dafür werden viele belächelt, einige beneidet. Nicht alle sind erfolgreich im finanziellen Sinne. Ihr Treibstoff ist die Leidenschaft.

Sie bereichern die Menschen mit erstaunlichen Erkenntnissen, bewegenden Emotionen und ästhetischen Erlebnissen, dank ihnen wirkt die Realität schön und gut.

Es ist allerdings ein Wunder, wenn bei den üblichen Sparmaßnahmen die Kultur nicht an erster Stelle steht.

Nicht nur an dieser Einstellung wollen wir mit Cultural Entrepreneurship arbeiten, vielmehr möchten wir Finanzierungsmodelle erarbeiten (z. B. bedingungsloses Grundeinkommen), die es allen Kulturschaffenden und Cultural Entrepreneurs ermöglichen, ein würdevolles Leben zu führen.

#### 5. Medici Effect<sup>3</sup>

Wer sich auf dem Schnittfeld von Disziplinen und Kulturen bewegt, kann leicht existierende Konzepte kombinieren und eine Menge an hervorragenden neuen Ideen generieren.

Der Name dieses Phänomens, „Medici Effect“, geht zurück auf die Explosion von Kreativität im 15. Jahrhundert in Italien.

Die Medici waren Banker in Florenz, die Kreative aus vielen verschiedenen Disziplinen nach Florenz holten und deren Werke finanzierten.

Dank der Familie Medici und weniger anderer Gleichgesinnter konnten damals Wissenschaftler, Poeten, Philosophen, Financiers, Maler, Bildhauer, Architekten in der Stadt Florenz zusammenkommen und arbeiten.

Sie hatten Gelegenheit, voneinander zu lernen, und so fielen die Barrieren zwischen den Kompetenzen und den Kulturen: Dabei formten sie zusammen eine neue Welt aus neuen Ideen, die als Renaissance bekannt wurde.

Das Resultat der Zusammenkunft vieler verschiedener Experten war eine kreative Explosion und eine der innovativsten Epochen in der Geschichte.

Die Wirkung der Medici kann man tatsächlich bis heute spüren.

Auch wir können einen Medici Effect entstehen lassen, indem wir unterschiedliche Disziplinen und Kulturen zusammenbringen und nach den Stellen suchen, wo sie sich verbinden.

Dabei geht es nicht um die Renaissance, sondern um die Elemente, die diese Ära ermöglichten, und darum, wie sich hervorragende neue Ideen generieren lassen, d. h. das, was passiert, wenn man auf dem Schnittpunkt von unterschiedlichen Fächern und Kulturen die genialen Ideen findet, die man ans Licht bringt und leben lässt.

---

<sup>3</sup> Vgl. Johansson, Frans, *The Medici Effect. What Elephants & Epidemics can teach us about Innovation*, Boston: Harvard Business School Press 2006

Der fruchtbare Boden für Innovation ist also die Intersektion vieler verschiedener Disziplinen, die eigentlich miteinander nichts zu tun haben – und doch, aus einer anderen kulturellen Perspektive gesehen, eröffnen sich unerwartete Gebiete und Zusammenspiele. Die Ideen, die sich auf dem Schnittpunkt befinden, haben zwar eine Logik, diese Logik lässt sich aber erst begreifen, wenn man die gewohnten Erkenntnismethoden deaktiviert und sogar gewisse Risiken dafür eingeht, denn Kreativität steckt im Unbekannten, nicht umgekehrt. Die meisten Errungenschaften der letzten Jahrzehnte können auf Kombinationen von Disziplinen und Kompetenzen zurückgeführt werden, von der Biophysik und Biogenetik über die Computerlinguistik zur Palliativmedizin, um nur einige davon zu nennen.

#### 6. Ausblick Cultural Entrepreneurship

Obwohl von Wirtschaftsethik und CSR bereits seit Langem auf Symposien und Konferenzen geredet wird, können diese Ideen erst richtig und nachhaltig realisiert werden, wenn Schüler/innen, Student/innen sowie alle interessierten Bürger/innen an diese Themen herangeführt werden.

Wie die Renaissance bis jetzt wirkt, so werden sich diese wichtigen Impulse überall und für lange Zeit verbreiten und wiederum neue Fragen aufwerfen.

Um diese zu diskutieren und zu klären, lädt das Institut für Cultural Entrepreneurship einmal jährlich namhafte Wissenschaftler/innen und Expert/innen ein, an der Freien Universität Berlin über Ethik und die Möglichkeiten des Guten<sup>4</sup> in allen Disziplinen, Wirtschaftsbranchen, Kulturkreisen und Kunstbereichen zu sprechen und die jeweiligen Theorien zu erklären; am Ende der Vorträge werden die Fragen der Teilnehmer/innen beantwortet.

Bei jeder Veranstaltung wird den interessierten angehenden Gründer/innen auch das innovative Potenzial von Entrepreneurship erklärt und einige beispielhafte Entrepreneurs vorgestellt. Schließlich informiert eine Runde ausgewählter Unternehmer/innen das Publikum anhand ihrer Erfahrung darüber, wie sich die zuvor dargestellten Theorien und Ideen im Betriebsalltag realisieren lassen.

Alles in allem haben die – jungen - Frauen und Männer im Publikum Gelegenheit, sowohl die Theorien kennenzulernen als auch deren Anwendung in der Praxis; mit den Informationen über Entrepreneurship können sie dann etwas für ihr (Berufs-)Leben mitnehmen, das sich im Laufe der Zeit entwickeln, entfalten und weitergegeben werden kann.

Ferner ermöglichen Interdisziplinarität und Transkulturalität allen Akteur/innen einen Einblick in das gute Leben unserer Erde und die Entfaltung der eigenen Potenziale.

Ziel ist es, zur Integration und Intersektion von Menschen, Werten und Kompetenzen beizutragen, um in einer friedlichen, freien und gerechten Welt eine globale Renaissance in Gang zu setzen, d. h. letztendlich einen klimatischen, wirtschaftlichen und emotionalen Wohlstand.

Dr. Clara Mavellia

---

<sup>4</sup> Vgl. Vossenkuhl, Wilhelm, *Die Möglichkeit des Guten. Ethik im 21. Jahrhundert*, München: C.H. Beck 2006

Berlin, 26.10.2010