

Kultur- und Kreativwirtschaft: für und wider Unter Berücksichtigung der Bedingungen Auf AEG | Nürnberg



Customer
City of Nuremberg
Amt für Kultur und Freizeit
Gewerbemuseumsplatz 1
90403 Nürnberg
kuf@stadt.nuernberg.de



Kultur- und Kreativwirtschaft: für und wider

Unter Berücksichtigung der Bedingungen „Auf AEG“ⁱ

von Dr. Harald Tesan

Wenn Kultur kein entbehrlicher Zusatz, kein Sahnehäubchen ist, sondern eine Grundverfasstheit des Menschen,ⁱⁱ dann ist Kulturwirtschaft doch wohl mehr als ein Anhängsel, mehr als ein mitgeschleppter Teil unserer gesamten Ökonomie.

Der große Humanwissenschaftler Arnold Gehlen hat den Menschen als ein „Mängelwesen“ beschrieben.ⁱⁱⁱ Im Gegensatz zum hochspezialisierten, an seine Umwelt bestens angepassten Tier müsse sich dieses sein Milieu erst aktiv gestalten. Von Natur aus zum Kulturwesen verdammt, schafft sich der Mensch seine eigenen Lebensbedingungen mittels einer zweiten Natur, der Kultur. Es ist eine grundsätzlich angelegte Vielfalt der Möglichkeiten und Handlungsweisen, die den besonderen Erfolg des „Mängelwesens“ Mensch ausmacht. Kulturelle Tätigkeit gehört zum Menschsein, sie ist keine Bürde, denn sie befähigt den Menschen erst zur Individuation. Handel treiben und Dinge anfertigen gehört wie das Lesen, Schreiben oder Sammeln zu den Kulturtechniken, ist Ausdruck einer grundsätzlichen „Weltoffenheit“ des Menschen.^{iv} Anthropologisch betrachtet, ist es also in keiner Weise widersprüchlich, von einer Kulturwirtschaft zu sprechen, ganz im Gegenteil.

Dennoch rufen ökonomische Betrachtungen von Kunst und Kultur in Deutschland mit seiner speziellen kulturellen Tradition äußerst unterschiedliche Reaktionen hervor. Die einen – man könnte sagen: die Adornofraktion – begegnen der Kommerzialisierung kultureller Werte mit Skepsis, ja verteidigen die Zweckfreiheit der Kunst mit pseudoreligiöser Inbrunst. Die anderen – nennen wir sie die Kreativwirtschaftler – empfinden sich als besonders fortschrittlich und begrüßen eine Verlagerung der Kultur vom öffentlichen in den privatwirtschaftlichen Sektor. Hinter den scheinbar schwer versöhnlichen Lagern stehen historische Traditionen: die der Kulturnation deutscher bzw. französischer Prägung auf der einen Seite und die der Wirtschaftsnation einer angelsächsischen Welt auf der anderen. Auf dieser 'klassischen', im ersten Viertel des 20. Jahrhunderts verfestigten Trennung basiert die von Adorno und Horkheimer in ihrer *Dialektik der Aufklärung* formulierte kritische Theorie der Kulturindustrie.^v Adorno, für den Kultur nur dann von Wert war, wenn sie sich den Erwartungen des Publikums verweigerte, sah in der Kulturindustrie einen in sich unauflösbaren Widerspruch, ja einen willfährigen Erfüllungsgehilfen des kapitalistischen Systems.^{vi}

Unterschieden die Mitbegründer der Frankfurter Schule in den 1940er Jahren noch Europa mit seinem Modell autonomer Kunst und Amerika mit seiner Erfindung der Kulturindustrie, so haben sich seither die Ideen diesseits und jenseits des Atlantiks angenähert.^{vii} Länger schon ist in den Wirtschaftswissenschaften der Trend zu beobachten, ökonomische Analysen auf Bereiche auszudehnen, die nicht zum marktwirtschaftlichen Kernbereich gezählt werden.^{viii} Überdies hat eine nachlassende Subventionskraft in den öffentlichen Haushalten professionelles Kulturmanagement unverzichtbar gemacht. Entstanden ist der etwas vage Begriff der Kulturwirtschaft, in dem die überkommenen Grenzen zwischen Subventionskultur und Marktwirtschaft bewusst schwimmen sollen. Das erscheint in mancherlei Hinsicht sinnvoll, denn oft unterscheiden sich die Mechanismen in der Kulturbranche nicht grundsätzlich von denen in Handel und Industrie. Wer z.B. Kunst für ein lässliches Luxusgut hält, sollte bedenken, dass für die meisten Produkte in unseren Märkten gar kein Bedürfnis bestünde, würde dieses beim Konsumenten nicht durch gezielte Werbung künstlich hervorgerufen. Aus diesem Grund tendieren einige Autoren zu einer emotionslosen Einschätzung der Mechanismen zwischen Markt, Kritik und so genannter „Hochkunst“.^{ix}

Momentan gehören die „Creative Industries“ zu den angesagten Modebegriffen und stehen ganz groß auf der politischen Agenda. Begründet wurde die Zusammenlegung von Kunst, Kultur und Softwarebranche zu einem einzigen postindustriellen Supersektor vor gut zehn Jahren vom Kulturministerium der Blair-Regierung.^x Kreativität als etwas, das weder Kapital noch Arbeit war, passte perfekt in die Ideologie von New Labour und dem Traum von einem „dritten Weg“. Sah die britische Regierung damals eine richtungsweisende Option zur Rettung ihrer Nationalökonomie im globalen Wettbewerb, setzte sich bald auch in Kontinentaleuropa auf breiter Basis die Vorstellung durch, Kunst und Kultur nicht nur als Stimulanz eines spezifischen Publikums, sondern als Voraussetzung wirtschaftlicher Entwicklung insgesamt, damit als wichtige Standort-, Image- und Entwicklungsfaktoren zu begreifen.

Seit sich die Wirtschaftsministerien der Länder im Jahr 2008 des Themas angenommen haben, wird in Deutschland offiziell von Kultur- und Kreativwirtschaft gesprochen.^{xi} Es handelt sich dabei um ein relativ junges Begriffskonstrukt, das alle möglichen wissensintensiven Profit- (und zum Teil auch Non-Profit) -Unternehmungen unter dem Aspekt einer ganzheitlichen, vom Intellekt beflügelten Kraftanstrengung bündelt. Zum weiten Feld der Kultur- und Kreativwirtschaft werden unter anderem die Märkte für Darstellende und Bildende Kunst sowie der Musik-, Buch-, Presse-, Architektur- und Designmarkt, die Film- und Rundfunkwirtschaft, aber auch die boomenden Bereiche Werbung und Software-/Games-Industrie gezählt.

Als Branche mit enormen Wachstumsraten entdeckt, findet die Kunst- und Kreativwirtschaft ein immenses Interesse. Kreativität besetzt im Ranking der Orte, Städte und Regionen um Attraktivität seit dem Beginn des neuen Millenniums einen Spitzenplatz. Dementsprechend groß ist die Nachfrage nach der Erfolg versprechenden Mischung aus Empirie, Vision und Spekulation. Theorien, die sich um eine Versöhnung von Kultur- und Wirtschaftsbetrieb bemühen, verkaufen sich bestens und stehen nicht nur im Bücherregal eines jeden Kulturreferenten. Die Palette der im Handbuchformat verlegten, in zunehmend dichter Folge erscheinenden Literatur reicht von sozialphilosophischen Standardwerken^{xii} über praxisorientierte Guidebooks zum Entrepreneurship^{xiii} bis hin zu Clusterstudien über ganze Metropolregionen.^{xiv}

Die Lichtgestalt unter jenen, die lehrten, dass die vorher als weich gepriesenen Standortfaktoren in Wirklichkeit ziemlich harte sind, kam aus dem Land der von Adorno verteufelten Kulturindustrie. Vertreter von Kulturinstitutionen landauf landab zitieren inzwischen „ihren“ Richard Florida.^{xv} Vor allem desillusionierten Kommunalpolitikern erscheint das Zusammenwirken seiner drei T (Talent, Technologie und Toleranz) als Hoffnungsschimmer vor dem düsteren Horizont einer ins Stocken geratenen Stadtentwicklung. Kulturschaffende unterschiedlicher Sparten berufen sich auf die amerikanische Darstellung der kreativen Klasse aus dem Jahr 2002. Schließlich entbindet sie diese in gewisser Weise vom permanenten Rechtfertigungsdruck, dem sie in einer demokratischen Gesellschaft ausgesetzt sind. Sah Florida doch in der Kreativität die wichtigste Zukunftsresource der nachindustriellen Gesellschaft, den Rohstoff des 21. Jahrhunderts. Er verwies darauf, dass die „Creative Class“ in den USA etwa dreißig Prozent der Erwerbstätigen ausmache und erkannte in ihr die Voraussetzung für wirtschaftliche Dynamik in den Städten.

Gleich, ob die vielen überwiegend freiberuflich tätigen Künstler in Deutschland solche Nachrichten eher verblüfft oder mit einiger Genugtuung aufnehmen, an ihnen liegt es kaum, wenn in der Kultur- und Kreativwirtschaft neuerdings ein Motor unserer wissensbasierten Ökonomie gesehen wird. Um „Kunst“ im Eigentlichen geht es hierbei weniger. Wenn Statistiker Tabellen vorlegen, in denen es die Kultur- und Kreativwirtschaften hinsichtlich Bruttowertschöpfung mit der chemischen Industrie aufnehmen können und gleich hinter der Automobilindustrie rangieren,^{xvi} muss man sich vergegenwärtigen, dass rasch wachsende Wirtschaftszweige wie die Werbung oder die Spieleindustrie zu diesem Bereich gezählt werden und die Softwarebranche einen ungemein höheren Anteil am Ergebnis hat als die Sparten Bildende Kunst oder Theater.^{xvii} So macht „bei großzügiger Schätzung [...] der Kunst- und Kulturbereich im engeren Sinn weniger als 1 % aller in Nürnberg Erwerbstätigen aus“.^{xviii}

Dass Bankiers und Anwälte bei Florida zur kreativen Klasse gerechnet werden, wirft bei aller Sympathie für die scheinbar ideologiefernen Entgrenzungsstrategien der New Economy die Frage nach qualitativen Maßstäben auf, die bei einer Definition des Konglomerats „aus emergenten sozial-ökonomischen Strukturen, städteplanerischen Fantasien, Immobilienspekulation, kommunalpolitischen letzten Hoffnungen, akademischem Marketing – um nur einige der wichtigsten Komponenten zu fassen“^{xix}–

angelegt wurden. Ist etwa ein Handwerker, der seit Generationen nach vorgegebenem Schema arbeitet, allein deshalb ein Kultur- und Kreativwirtschaftler, weil er Musikinstrumente für Symphonieorchester baut? Welcher Betrieb das Gütesiegel „kreativ“ eigentlich verdient und welcher nicht, ist eine knifflige und vielleicht auch unpopuläre Frage, der man bei aller Zweckeuphorie in den aktuell kursierenden Kultur- und Kreativwirtschaftsberichten lieber aus dem Wege geht.

Mit Einführung des Computers ist die strikte Trennung zwischen Arbeit und Freizeit hinfällig geworden. Wer im World Wide Web surft, seine Emails beantwortet oder twittert (statt passiv vor dem Fernseher abzuhängen), mag diese Tätigkeit gewiss als kreativ erleben. Indes erscheinen die gebetsmühlenartig rezitierten Slogans der Kulturwirtschaftsfraktion einigen Kritikern wie das Pfeifen im Walde.^{xx} Während die einen von „Work-life-balance“ schwärmen und frohlocken, dass die von Karl Marx angeprangerte „Entfremdung“ des Menschen vom Arbeitsprozess nun endlich der Vergangenheit angehöre, bemängeln die anderen eine schleichende Verwandlung von Freizeit in Arbeit. Kritiker vernehmen unter dem Deckmäntelchen kreativer Selbstverwirklichung Durchhalteparolen für junge Menschen, die mit respektablem Abschluss studiert haben und trotzdem keine Arbeit finden.^{xxi} Tatsächlich sitzt die digitale Bohème bei Latte macchiato in ihren besten Jahren in Internetcafés, weil sie nicht in sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnissen unterkam. Es ist die Kehrseite der Arm-aber-sexy-Politik, dass die für Touristen pittoreske Kreativwirtschaftsstrukturidylle von deren Protagonisten mit geringen Löhnen aufrechterhalten wird. Weil nicht in jedem der sich selbst organisierenden Kleinunternehmer ein Bill Gates steckt, fristen allzu viele ein Dasein in prekären Lebensverhältnissen. In den einschlägigen strategisch-affirmativen Analysen klingt diese bittere Tatsache – wenn überhaupt – eher zwischen den Zeilen an.

Unter Einbeziehung nach wie vor rückläufiger sozialversicherungspflichtiger Beschäftigungsverhältnisse relativieren sich eben auch die optimistischen Wachstumsprognosen für die Kultur- und Kreativwirtschaft. Allein weil sich eine objektive Messung der Kreativitätsauswirkungen innerhalb der Gesamtwirtschaft schwierig gestaltet, ist bei nüchterner Beurteilung einer Effektivität der Kultur- und Kreativwirtschaft Bescheidenheit angesagt.^{xxii} Trotzdem kann man, salopp gesprochen, von Kleinvieh reden, das eine Menge Mist macht, denn auch rund zwei Prozent Anteil am gesamten Wirtschaftsumsatz in der Metropolregion Nürnberg ist nicht eben wenig. Durch

schätzungsweise drei Prozent Erwerbstätige in der Kultur- und Kreativwirtschaft^{xxiii} wird eine stattliche Menge Menschen und Kapital bewegt. Und zum höchstens einprozentigen Anteil der engeren Kultursparte am Gesamtvolumen ist zu bemerken, dass der gefühlte Nutzen von Bildender Kunst, Theater, Musik usw. innerhalb der Gesellschaft ungemein höher bewertet wird und deren Effekte oft besser qualitativ wiedergebar sind als in objektiven Zahlen.^{xxiv} Noch weniger als in der Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt, kann im klassischen Kulturbetrieb in direkten Kategorien von Gewinn und Verlust gerechnet werden; zumindest nicht, wenn eine Versorgung mit einem breiten Kulturangebot und nicht nur mit Musicals oder Blockbuster-Ausstellungen gewährleistet werden soll. So kommt neben der Wertschöpfung durch Unternehmen bzw. Selbständige in Deutschland, nicht zu vergessen den intermediären Sektor (gemeinnützige Organisationen wie Vereine und Stiftungen), den öffentlichen Institutionen noch immer großer Stellenwert zu.^{xxv}

Was die Erwerbstätigenzahlen anbelangt, liegt die Metropolregion Nürnberg im Vergleich der Kultur- und Kreativwirtschaftsstandorte leicht unter dem Bundesdurchschnitt und verfügt damit über einiges Entwicklungspotential. Wohl deshalb ist man in Nürnberg mit einiger Verspätung „auf den Trichter gekommen“,^{xxvi} während die Wachstumserwartungen an die Kreativwirtschaft in Fachkreisen schon wieder mit einiger Vorsicht bewertet und die Nachteile einer ins Positive umgemünzten Klassenkampfrhetorik evident werden. Ungeachtet der erwähnten Diskrepanzen besteht jedoch weitgehender Konsens darüber, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft Mehrwert, Einkommen und Arbeitsplätze schafft. Insgesamt gehen selbst kritische Studien davon aus, dass Kunst und Kultur die Attraktivität einer Stadt erheblich steigern können, auch wenn sie selbst keine Gewinne einfahren. Den Wechselwirkungen zwischen gewinnorientiertem privaten Sektor und den nach wie vor auf Subvention angewiesenen öffentlichen Einrichtungen kann in diesem Zusammenhang getrost relevante Bedeutung beigemessen werden.

Es lässt sich nicht wegdiskutieren, wie in einer globalisierten Welt die Kultur- und Kreativwirtschaft als Teil des Dienstleistungssektors eine im Maße der Automatisierung sprunghaft angestiegene Arbeitslosigkeit zumindest teilweise abfedern kann. Dass die soziale Katastrophe nach den Entlassungswellen der letzten Jahre in Nürnberg und Fürth nicht gar so schlimm ausfiel wie ursprünglich befürchtet, ist vor allem den starken mittelständischen Betrieben der Region zu verdanken. Sie konnten einen Gutteil der

'freigesetzten' Arbeitskräfte wieder beschäftigen. Womit wir bereits mitten im Problemfeld des ehemaligen AEG-Geländes und bei der Aufgabenstellung des EU-Projektes SECOND CHANCE wären, bei dem Nürnberg als Lead Partner federführende Rolle zukommt.

SECOND CHANCE: das klingt ein wenig nach Second Life, dem Wunsch des Menschen seit es Computer gibt, sich eine andere Identität zuzulegen, auch wenn es sich dabei nur um eine virtuelle handelt. Tatsächlich passt das ambitionierte EU-Projekt offenbar gut zum Bedürfnis der heutigen Menschen, einer sozialen Rolle zu entweichen, um eigene Erlebnis- und Erfahrungsmöglichkeiten auszutesten. Eine Suche nach verloren gegangener, wie auch immer gearteter „Authentizität“ scheint hier wie dort ein Motor zu sein. Nicht umsonst wählte man für SECOND CHANCE Venedig, Krakau, Nürnberg, Leipzig und Ljubljana, also fünf Städte mit alter europäischer Kulturtradition und damit hoher touristischer Attraktivität. Museal erhaltenswert ist immer erst das Vergangene, oder im Verschwinden Begriffene. Die zum Weltkulturerbe erklärten und als Ausflugsgebiete genutzten Industrielandschaften des Ruhrgebietes sind eindrucksvoller Beleg dafür, dass Mangel oder Verlust Identität schafft. Wird das auch „Auf AEG“ gelingen?

Manager von Industrie und Handel lieben es, „Entwicklungen“ anhand von eingängigen graphischen Schaubildern zu prognostizieren. Auch Vertreter von städtischen und staatlichen Verwaltungen vertrauen gern auf 1:1 umsetzbare Rezepte, deren Anwendung rasch in Zahlen messbare Erfolge versprechen. „Gentrification“ heißt das neue Zauberwort. Es bezeichnet, kurz gesagt, eine Aufwertung von Industriebrachen oder vernachlässigten Vierteln mittels Besiedelung durch Künstler und Intellektuelle. Eine Revitalisierung durch solche „Raumpioniere“ lässt sich jedoch nicht völlig am Reißbrett vorkonstruieren. Was in der Leipziger Spinnerei unter ganz spezifischen kulturhistorischen und -politischen Voraussetzungen funktioniert hat, muss sich nicht zwangsläufig in Nürnberg unter anderen gesellschaftlichen und konjunkturellen Vorzeichen wiederholen. Eigentlich war erfolgreiche Gentrification immer an die Bedingungen eines allgemeinen wirtschaftlichen Aufschwungs gekoppelt. Der oft zitierte Bilbao-Effekt wäre undenkbar gewesen ohne eine rasante wirtschaftliche Entwicklung in Spanien während der 1990er Jahre. Kommt die Konjunktur nach der gerade überwundenen weltweiten Krise nicht nachhaltig in Fahrt, werden vermutlich auch die anvisierten Synergieeffekte auf dem AEG-Areal ins Stocken geraten.

Bei aller Gründereuphorie gilt es eine vielleicht unterschätzte psychosoziale Komponente

zu bedenken: Die Inbesitznahme von abgewirtschafteten Produktionsanlagen ist dann für die kreative Klasse attraktiv, wenn sie damit ihren Sieg über ein als überwunden geglaubtes System demonstrieren kann. Dann ist es für sie chic, ein Museum für Industriekultur zu bewohnen oder als elegantes Büro zu nutzen. "Gentrification" zelebriert den Triumph der Informationsgesellschaft über eine als obsolet empfundene Industriegesellschaft. Etwas altmodischer und polemischer ausgedrückt, stellt die Büro- und Kulturschiggeria in ihren Lofts ihre Überlegenheit gegenüber der arbeitenden Klasse zur Schau.

Gerade in dieser notwendigerweise zynischen Haltung sehe ich ein Problem hier am Standort. Zwar hat Nürnberg den rasanten Übergang von einer Industriestadt zu einem Dienstleistungszentrum wirtschaftlich vollzogen, doch hatte das Denken und Empfinden für den neuen way of life noch gar nicht genug Zeit, um richtig im Bewusstsein der Bürger anzukommen. Die Solidarität der Bevölkerung mit den "arbeitenden Schichten" ist in der proletarischen Tradition Nürnbergs tief verwurzelt, dementsprechend unterentwickelt die Bereitschaft der Menschen, sich elitär zu gebärden. Was anderswo als Topos des Künstlerfürsten begrüßt wird – sich overdressed als Dandy zu gerieren – gilt unter mittelfränkischen Kulturschaffenden als ziemlich verpönt. Auch wenn die althergebrachten Kampffronten der 68er-Generation sogar in der Soziokulturstadt Nürnberg allmählich bröckeln, sind die Vorbehalte innerhalb der Künstler- und Intellektuellenschaft gegenüber einem wie auch immer gearteten "Establishment" nach wie vor groß. Überhaupt verstehen sich Künstler – im Gegensatz etwa zur kreativen Klasse der Designer – als Stachel im Fleisch des Mainstreams und beziehen aus dieser Haltung ihre eigentliche Legitimation.

Der Begriff der Avantgarde kommt aus der Militärsprache und bezeichnet einen Voraustrupp. Der stürmt zuerst auf feindlichen Boden vor, um Terrain für das nachrückende Heer freizukämpfen. In der Kunst wie in der Mode gilt: da wo wenige Trendsetter heute sind, wird die große Masse von morgen sein. Aber Künstler in vorderster Schicht als Kanonenfutter für Wirtschaftsinteressen? Stellt es nicht eine Pervertierung des Avantgardegedankens dar, wenn der arme Poet zum Trockenwohner leerstehender Immobilien missbraucht wird? Ist es eigentlich Aufgabe der Kunst zu reparieren, was von Wirtschaft und Politik in den Sand gesetzt wurde? Wenn schon ein Auto Picasso heißen muss, werden Künstler in einer ohnehin in allen Bereichen ökonomisierten Gesellschaft nicht instrumentalisiert und blankem Profitstreben geopfert?

Wie steht es um jene in der Verfassung verankerte Freiheit der Kunst? Das sind berechnete Fragen, über die nachzudenken lohnt.

Nicht wenige der rund achtzig im Ateliergebäude "Auf AEG" einquartierten Künstler mag das dumpfe Gefühl beschleichen, nur geduldete Gäste auf Zeit zu sein. Sicher begründet ist die Befürchtung dieser Vorkämpfer in Gebäude 74, den gnadenlosen Gesetzen des Immobilienmarktes weichen zu müssen, sobald sie ihre Pflicht erfüllt und für eine ausreichende Attraktivität des AEG-Areals gesorgt haben. Es wird im Sinne aller Verantwortlichen sein, hier für sozial verträgliche Lösungen zu sorgen und den beteiligten Künstlern längerfristige Perspektiven zu bieten. Überhaupt wäre es nötig, das Areal selbst bewohnbar zu machen, soll sich das ehemalige Betriebsviertel nachhaltig in eine lebendige Stadt verwandeln. Es reicht nicht, Arbeitsstätten, Verkaufsräume und Multifunktionshallen einzurichten, die immer nur tagsüber oder zu bestimmten Events genutzt werden. Um die Aufenthaltsqualität zu steigern, wäre beispielsweise an Artists in residence-Programme oder an ein gastronomisch bewirtschaftetes Projekt-Kino (für Videokunst, Filmemacher, Neue Medien etc.) zu denken.

Von städtischer Seite hat man sich beim inhaltlichen Konzept für das AEG-Gelände auf die Nürnberg-spezifische Tradition der Soziokultur besonnen. Wie verträgt sich diese aber mit dem wesensmäßig elitären Anspruch der Bildenden Kunst einerseits und den hochwertigen Verkaufs- und Büroflächen andererseits, die man in unmittelbarer Nachbarschaft etablieren will?

Als jemand, der maßgeblich an Planung und Durchführung größerer Kunstveranstaltungen mitwirkte, deren Aufgabe es war, möglichst viele Menschen an möglichst gute Kunst heranzuführen, kann ich ein Lied von den Schwierigkeiten singen, die sich auftun, wenn man 'High & Low' unter einen Hut bringen will. Ein gehöriges Maß an Überzeugungsarbeit musste etwa im Vorfeld des *Kunstpreises Langwasser* geleistet werden, um die erfolgreiche Public Private Partnership zwischen ganz unterschiedlichen Teilnehmern zu ermöglichen.^{xxvii} So sahen es die Betreiber des Gemeinschaftshauses Langwasser anfänglich nicht als ihre Aufgabe an, zur Förderung avancierter Hochkunst beizutragen. Und dann die Künstler: Nicht wenige empfanden es als völlig unakzeptabel, ihre Werke inmitten einer Shoppingmall auszustellen. Schließlich beurteilte das Management des Franken-Centers die eine oder andere subversive künstlerische Intervention zunächst

nicht gerade als verkaufsfördernde Maßnahme. Ich könnte in diesem Zusammenhang über weitere Erfahrungen als Begleiter eines Projektes mit jungen autistischen Künstlern berichten oder über die Bespielung des Fürther Bahnhofes während der Ateliertage "all you can art".^{xxviii} Vor allem auf die in Nürnberg mit zweifelhaftem Erfolg als selbsternannte Kunstrichter auftretenden Künstler (die in ihrem eigenen Schaffen auch nur mit Wasser kochen) sollte man gefasst sein, wenn man daran geht, Veranstaltungen zu Bildender Kunst zu planen, die auf breite Besucherresonanz ausgelegt sind.

Die Kulturladenidee ist praktikabel, da altbewährt. Bei allem Respekt vor der funktionstüchtigen Institution Soziokultur: liegt jedoch nicht ein Verlust darin, wenn man in braver Nürnberger Manier zwar einen zwölften Kulturladen in der Stadt schafft, die Chancen hingegen nicht in vollem Umfang nutzt, die das großzügige Ensemble auf der Strecke von Nürnberg nach Fürth an überregionaler Strahlkraft birgt? Eine nicht zu unterschätzende Gefahr lauert ausgerechnet von Seiten des umworbenen Kooperationspartners. Wie das Beispiel Amsterdam lehrt, kann ein mit viel Kapital und Geduld über lange Jahre gehegtes und gepflegtes Klima der Toleranz gerade unter einer Stadtkampagne für Kultur- und Kreativwirtschaft schnell zu Fall gebracht werden.^{xxix} Freilich ist die gesamtpolitische Entwicklung in Deutschland eine andere als in den Niederlanden. Doch muss man auch in Nürnberg auf der Hut sein, damit das sozialreformerische Vermächtnis der Stadt nicht zum Opfer einer neoliberalen Abrechnungspolitik mit den ehemals progressiven Ideen der Soziokultur wird. Will sich die gut gemeinte Kulturladenidee im Konzert mit der Florida-inspirierten Kreativwirtschaft nicht bald schon auf der Verliererposition wiederfinden, wird sie sich zumindest einiges einfallen lassen müssen. Mehr als das, was momentan im Quartier 4 geplant ist.

Zur Erinnerung: Die Einführung der Soziokultur erfüllte vor fast 40 Jahren ihren Zweck als Bollwerk einer freiheitlichen, allen Bürgern gleichermaßen offen stehenden Institution gegen reaktionäre Ausgrenzung seitens der Hochkultur und gegen einen als Humanismus getarnten Chauvinismus. Mittlerweile haben sich allerdings die Verhältnisse gewandelt. Im Jahr 2011 herrscht längst eine Kultur von unten. In der werden große Probleme auf der Ebene seichter Fernsehtalkshows diskutiert und enzyklopedisches Wissen im multiple choice-Verfahren abgefragt. Die klassischen bildungsbürgerlichen Werte sind weggebrochen und erscheinen schon wieder besonders schutzwürdig.

Inmitten eines ohnehin überall “niederschwelligen” Klimas ist die öffentliche Seite gut beraten, wiederum eine Gegenkultur zur herrschenden zu fördern, um dem Anspruch einer Aufwärtsmobilität und Emanzipation ärmerer Bevölkerungsteile weiterhin gerecht werden zu können. Die althergebrachte Forderung der Stadt Nürnberg, auch in Zukunft bei der “Kulturinformation [...] auf 'Niederschwelligkeit' zu achten”,^{xxx} erweist sich unter diesem Blickwinkel als problematisch. Zwar ist nachvollziehbar, dass dem Amt für Kultur und Freizeit an einer verbesserten Teilhabe aller an Kultur liegt. Angesichts der beklagten Bildungsmisere in Deutschland geht von solchen Leitsätzen trotzdem das falsche Signal aus. Statt ein geistig-kulturelles Vorankommen zu unterstützen, nimmt man das Risiko in Kauf, die Bevölkerung auf immer gleichem Niveau zu halten und dadurch einem sozialen Abstieg de facto noch Vorschub zu leisten.^{xxxi}

Auf AEG liegt der Prüfstein für ein künftiges Zusammenwirken von privatem und öffentlichem Engagement. Die weiten Hallen wären ein geeigneter Rahmen, parallel zur Kultur- und Kreativwirtschaft auch eine Bildungsoffensive für die Metropolregion zu starten. Eine solche dürfte sich mehr zutrauen als die Einrichtung eines Kinderkunstraumes oder einer Fortbildungsstätte für das Schul- und Jugendtheater. Weshalb keine “Akademie für Kunstfeuilleton und Kunstdidaktik” gründen? Es sind Disziplinen, für die nicht nur in Nürnberg erhöhter Bedarf besteht. Oder, um ebenfalls auf vorhandene Stärken auf dem Gebiet der Bildenden Kunst in Nürnberg aufmerksam zu machen und diese auszubauen, weshalb kein “Zentrum für Kunstvermittlung” samt Bibliothek in Muggenhof? Auf AEG bietet sich die Möglichkeit, die gute alte Tante Soziokultur rundum zu erneuern und tauglich für das 21. Jahrhundert zu machen. An einem Ort, an dem ein dialektisches Verständnis von Kultur gelehrt wird, das den Menschen hilft, die Widersprüchlichkeiten einer globalisierten Welt besser zu begreifen und sich untereinander in ihrer Verschiedenheit zu akzeptieren. Ein solcher Ort würde dem Anspruch von SECOND CHANCE gerecht, wäre ein Kulturort von europäischer Tragweite.

Eine umfassende Förderung höherer kultureller Bildung, die ja Voraussetzung für eine funktionstüchtige Kreativwirtschaft ist, erscheint umso dringlicher als sich die Hochschulen dem Erwartungsdruck der Wirtschaft bereits gebeugt haben. So versuchen die Universitäten gegenwärtig, den stromlinienförmigen, schnell einsetzbaren (und damit ebenso rasch verschlissenen) Wissenschaftlertypus zu generieren. Offenbar wurde nicht begriffen, dass mit der Austrocknung kritisch-philosophischer Fächer eine wichtige Quelle

für den Fluss der heimischen Wirtschaft versiegt. Der Preis, der für die Verschulung des universitären Systems gezahlt werden muss, ist hoch. Es ist der Verlust von Bildung, die im Sprachgebrauch des deutschen Idealismus Selbst-Bildung meint und sich einer Funktionalisierung widersetzt. Die eilig eingeführten Bachelor-Studiengänge bemühen sich dagegen vorrangig um "Erziehung" bzw. "Ausbildung". Sie produzieren ... Kulturwirte statt Geisteswissenschaftler. Die letzteren werden aber bald dringend von Nöten sein. Wenn eine IHK-Kulturstiftung mit dem Konterfei Dürers im Logo wirbt, sollten sich Vertreter von Industrie und Handel fragen, ob sie heute noch Verwendung für solch umfassend humanistisch gebildete Geistesgrößen hätten, wie sie zur Zeit der Renaissance in Nürnberg tonangebend waren.

Es sind sich wohl alle darin einig, dass die angestrebte wirtschaftliche und soziokulturelle Klimaverbesserung nur eine Chance hat, wenn es gelingt die besten Köpfe vor Ort zu halten. Meines Erachtens gehören zu diesen vor allem solche, die eigene, mitunter unbequeme Akzente setzen und nicht nur versuchen es in Nürnberg "genauso" zu machen. An anderer Stelle habe ich darauf hingewiesen, dass sich innerhalb einer geistig ausgemagerten Atmosphäre keine fette Klientel von Sammlern heimisch fühlen kann.^{xxxii} Was in Nürnberg und Umgebung fehlt, sind nicht weitere Galerien, sondern kompetentere. Damit in Zusammenhang stehend, fehlen Sammler vom Schlage junger dynamischer Unternehmer, die ihre eigenen vier Wände am liebsten mit Werken dekorieren, die auf dem Markt einen ordentlichen Quadratmeterpreis erzielen. Sie würden durch den Kauf von Kunst nicht nur auf ihre wirtschaftliche Potenz aufmerksam machen. Vor allem würden sie damit offensiv ihre ästhetische Bildung unter Beweis stellen. Ein ästhetisch selbstbewusstes Handeln muss in Nürnberg, wo der akademische Stallgeruch auf breiter Front gemieden wird, aber erst geweckt werden. Hauptsächlich Mangelware sind hier intellektuell agierende Kommunikatoren, die clevere Kunstvermittler sind und zugleich über internationale Kontakte verfügen.

Auch hinsichtlich der architektonischen Konzeption "Auf AEG" könnte sich eine in Nürnberg leider öfter verbreitete Verzagtheit als Hemmschuh erweisen. Es steht zu befürchten, dass eine an Visionen arme Bürokratie letztlich erfolgreich sein könnte bei der Untergliederung von etwas Großem, was man andernorts erst hinbauen würde, um darauf stolz sein zu können. So sah ein Anfang 2010 in der Zentrifuge präsentierter Entwurf des Nürnberger Stadtplanungsamtes noch vor, den durchgehenden Gebäuderiegel an der

Fürther Straße säuberlich durch mehrere Querstraßen zu zerschneiden, um das Areal zugänglicher zu machen.^{xxxiii} Zwar würden dadurch überschaubare, gleichförmige Wohnblöcke mit netten Grünanlagen dazwischen entstehen, doch würde die Identität stiftende Wirkung, die von dem Architekturensemble heute ausgeht, einer Durchschnittlichkeit geopfert, wie man sie überall vorfindet. Der ausgesprochene Factory-Charakter und das von der schieren Größe ausgehende architektonische Alleinstellungsmerkmal wären unwiderbringlich verloren.

Die Gefahr besteht also gleich in mehrfacher Hinsicht, dass man aus Pragmatismus oder falscher Bescheidenheit eine einmalige Chance verspielt, weil man sich im Konzert der widerstreitenden Interessen auf einen kleinen vorstellbaren Nenner einigt. Doch soll nach so viel Contra zum Schluss auch wieder das Pro zu Wort kommen.

In einer Situation, in der für viele Menschen in Deutschland der Glaube an einen schier grenzenlos wachsenden Wohlstand weggebrochen ist, bemerke ich ein Näherzusammenrücken in der Gesellschaft. Die Generation facebook, die in Halle 14 jeden Monat am Creative Monday zusammenkommt, erscheint symptomatisch für eine neue, offene Kommunikationskultur. Zwar gibt es noch keine weiter nach außen wirkende Corporate Identity „Auf AEG“, doch dürfte diese nur eine Frage der Zeit und vor allem einer professionellen Öffentlichkeitsarbeit sein. Nach innen ist schon so etwas wie ein Gemeinschaftsgefühl der sich in heterogenen Gruppen vernetzenden Community zu spüren. Dieses ist unter Künstlern gar nicht so leicht zu erzeugen und hat sich trotzdem um das kulturelle Herzstück Zentrifuge gebildet. Insofern ist ein Etappenziel erreicht. Eine Umkehrung von einem negativen in ein positives Image „Auf AEG“ ist angegangen, sollte jedoch nicht als Selbstläufer aufgefasst werden.

Das, was auf dem ehemaligen AEG-Gelände momentan entsteht, ist keine einheitliche Kulturindustrie, sondern eine bunte Symbiose aus Kunst, Handwerk und Dienstleistung. So, wie sich die Sache bislang darstellt, sehe ich den Selbstzweckcharakter der Kunst nicht in Gefahr. Die Freiheit der Kunst wäre vermutlich mehr bedroht, wenn sich der von einigen Machern erhoffte Effekt einer labelbaren Stilrichtung – vergleichbar der so genannten Leipziger Schule – einstellen würde. Dann würden sicher viele Künstler freiwillig einem Eklektizismus huldigen, nur um am wirtschaftlichen Erfolg teilzuhaben.

Ob ein Umstrukturierungsprozess nach dem Vorbild der Londoner Docklands oder den ehemals vernachlässigten New Yorker Stadtvierteln Brooklyn Hights oder Queens auch in Nürnberg gelingt, wird nicht alleine in den Händen jener vorwiegend subkulturell agierenden Künstler liegen, die in großer Zahl in der Mehrzweckhalle Zentrifuge ein und aus gehen. Vielleicht sind sie aber gerade das Zünglein an der Waage. Immerhin besitzen sie ein sensibles Organ für die Zeichen der Zeit, reagieren besonders subjektiv, damit spontaner und direkter auf Vorgänge innerhalb der Gesellschaft. Vielfach sind Künstler das Salz in der Suppe des Fortschritts, weil sie Prototypen für alternative Lebensentwürfe und ihrer Zeit voraus sind.

Auf jeden Fall sieht es schon jetzt danach aus, dass sich der 2007 eingetretene ökonomische Mangel als Pluspunkt für die Entwicklung der Kultur in der Stadt erwiesen hat. Die traditionell dezentralisierte Kulturstruktur Nürnbergs birgt Risiken, aber auch gewaltige Chancen. In der kunterbunten Mixtur aus subkulturellem Sektor, öffentlichem Kulturbetrieb und gewinnorientiertem, kreativwirtschaftlich genutztem Gewerbepark könnte tatsächlich die Stärke eines nachhaltigen Konzeptes liegen. Wenn der lukrativen Verbindung von Kreativität und Ökonomie von Seiten der Politik eine immer größere Bedeutung eingeräumt wird, kann eine solche Botschaft ungemein motivierend wirken. Und wenn auf dem AEG-Gelände Kulturwirtschaft zunächst ganz simpel als räumliches Beisammensein von Kultur und Wirtschaft unter dem luftigen Dach der Kreativität inszeniert wird, liegt in diesem „Möglichkeitsraum“ ein unbestrittener Vorzug. Sicherlich ist es keine Beliebigkeit, sondern eine zukunftssträchtige Strategie des Pluralismus und der offenen Wahlmöglichkeit, die sich in einem Viertel ansiedelt, das mehr noch als andere Stadtteile Nürnbergs geprägt ist durch seine kulturelle Diversität.

Noch ist die Belegungsdichte auch bei fünfzig Prozent zu gering, sind die gefühlten Wege auf dem fast 16 Hektar großen Areal noch viel zu weit. Aber der experimentelle Freiraum im kreativen Ökosystem hat natürlich etwas sehr Erfrischendes. Es sind die nicht vollständig durchrationalisierten und verplanten Orte, die ihre eigene Poesie und Wirklichkeit besitzen. In der prozesshaften, in statu nascendi definierten Halbwüste findet das zur Kultur verdammte Mängelwesen Mensch noch ideale Lebensbedingungen vor, um sich entfalten zu können. In diesem Sinn kann der Glaube an den Erfolg der stärkste Motor für das Gelingen einer Unternehmung sein.

Dabei ist der Glaube an den Wirtschaftsfaktor Kultur nicht der schlechteste. Selbst wenn es in ein paar Jahren keine Nürnberger Kunstmarke gibt, von der man sagen wird: „Aus Erfahrung gut!“ war das, was heute und hier stattfindet, bestimmt nicht umsonst. Ich kann mir gut vorstellen, dass die Bündelung von unterschiedlichem Wissen an einem Ort für so manche Innovation in der Metropolregion sorgen wird. Und da Entwicklungen selten einen linearen, monokausalen Verlauf nehmen, könnte sich der Nürnberg-spezifische, polyzentrische Organismus „Auf AEG“ in der Tat als ein Identität stiftendes Merkmal erweisen. Vor allem aber werden die einmal geknüpften sozialen Netzwerke und neu geschmiedeten Ideen in irgend einer Form weiterleben. Davon bin ich auf jeden Fall überzeugt!

© Dr. Harald Tesan, Nürnberg, 17. April 2011

Zum Autor:

Harald Tesan, Dr. Phil., geb. 1962 in Schwabach; nach dem Studium der Kunstgeschichte, Theaterwissenschaft und Klassischen Archäologie in Erlangen ab 1989 wissenschaftlicher Ausstellungssekretär am Germanischen Nationalmuseum Nürnberg. 1995 Promotion an der FAU Erlangen-Nürnberg über ein Thema zur Skulptur des Klassizismus. Lehrt seit 1996 Kunstgeschichte an mehreren bayerischen Hochschulen, derzeit an der Universität Passau. Außerdem freiberufliche Tätigkeit als Kunstberater, Kurator und Publizist in Nürnberg. Forschungen und Veröffentlichungen zu Kunst und Kultur des 16. bis 21. Jahrhunderts; u.a. zu Theorie und Kritik der Moderne, Geschichte des Wissens, Barockrezeption und zu Fragen des internationalen Kulturtransfers.

ⁱ Dem vorliegenden Text ging ein Impulsreferat voraus, das am 17. März 2011 für den Workshop „Kreative

Impulse *Auf AEG*“ (im Rahmen des EU-Projektes SECOND CHANCE) in der Zentrifuge Nürnberg gehalten wurde. Um Denkanstöße für eine weitere Diskussion zu liefern, entschied sich der Referent dafür, Erfahrungen, die er neben seiner universitären Arbeit als Kurator von Kunstveranstaltungen sammeln durfte, in seine Überlegungen zur Kultur- und Kreativwirtschaft einfließen zu lassen. So kommen auch im Essay bei aller angestrebten Versachlichung der Darstellung persönlich-kritische Einschätzungen des Autors zur Situation der Kultur in der Region und darüber hinaus zur Sprache.

ⁱⁱVgl. Jan Holthoff: *Kulturraum Europa. Der Beitrag des Art. 151 EG-Vertrag zur Bewältigung kultureller Herausforderungen der Gegenwart*, Baden-Baden 2008, S. 17.

ⁱⁱⁱArnold Gehlen: *Der Mensch – Seine Natur und seine Stellung in der Welt* (1940), Wiesbaden 1978.

^{iv}Ebenda, S. 31.

^vTheodor W. Adorno, Max Horkheimer: *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente* (1947), 13. Aufl., Frankfurt am Main 2001.

^{vi}Zu Adorno vgl. Michael Kausch: *Kulturindustrie und Populärkultur. Kritische Theorie der Massenmedien*, Frankfurt am Main 1988, S. 83-92. Siehe auch Heinz Steinert: *Die Entdeckung der Kulturindustrie, oder: Warum Professor Adorno Jazz-Musik nicht ausstehen konnte*, Wien 1992.

^{vii}Jüngere Ansätze suchen auf der Grundlage eines theoriegeschichtlichen Diskurses nach künftigen Wegen eines Verhältnisses von Kultur und Industrie; so z.B. Tim Raupach: *Die autopoietische Kulturindustrie. Moderne Massenmedien zwischen Selbsterzeugung und Warenlogik*, Weimar 2009. Zu einer Weiterentwicklung von Adornos Kritik der Kulturindustrie unter dem Gesichtspunkt kultureller Differenz und lateinamerikanischer Perspektiven vgl. Rodrigo Duarte: *Deplatzierungen. Aufsätze zur Ästhetik und kritischen Theorie*, Weimar 2009.

^{viii}Vgl. Peter Bendixen: *Einführung in die Kultur- und Kunstökonomie*, Wiesbaden (1998) ²2001, S. 11.

^{ix}So z.B. Walter Grasskamp: *Die unbewältigte Moderne. Kunst und Öffentlichkeit*, München 1989.

^xVgl. DCMS – Department of Culture, Media and Sport (Hg.): *Creative Industry Task Force. Mapping Document*, London 1998 (Upgrade 2001).

^{xi}Vgl. Wirtschaftsministerkonferenz 2008: *Beschluss der Wirtschaftsministerkonferenz der Länder am 09./10. Juni 2008 in Regensburg zu Top 5 „Kreativwirtschaft – Verbesserungen der Rahmenbedingungen für eine Wachstumsbranche.“*

^{xii}Mehrfach neu aufgelegt z.B. Heinz Steinert: *Kulturindustrie*, Münster 1998.

^{xiii}Siehe z.B. Herbert Grüner, Helene Kleine, Dieter Puchta, Klaus-P. Schulze (Hg.): *Kreative gründen anders! Existenzgründungen in der Kulturwirtschaft*, Bielefeld 2009; Andrea Rohrberg, Alexander Schug: *Die Ideenmacher. Lustvolles Gründen in der Kultur- und Kreativwirtschaft*, Bielefeld 2010.

^{xiv}Siehe z.B. Frank Roost (Hg.): *Metropolregionen in der Wissensökonomie*, Detmold 2010.

^{xv}Richard Florida, *The Rise of the Creative Class – and how it's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, New York 2002.

^{xvi}Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.): *Forschungsbericht Nr. 577. Gesamtwirtschaftliche Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland*, Berlin 2009, S. 4.

^{xvii}Mit Umsatzsteigerungen bis zu 48 % erzielen die Märkte Software-/Games-Industrie auch in der Metropolregion Nürnberg einen Löwenanteil der Zuwächse in der Kultur- und Kreativwirtschaft; vgl. Europäische Metropolregion Nürnberg, Geschäftsstelle des Forums „Wirtschaft und Infrastruktur“ im Wirtschaftsreferat der Stadt Nürnberg (Hg.): *Kultur- und Kreativwirtschaft in der Europäischen*

Metropolregion Nürnberg. Daten & Fakten, Stärken, Handlungsempfehlungen, Nürnberg 2010, S. 12.

- ^{xviii} *SWOT-Analysis for Auf AEG / Nuremberg. „Second Chance – From Industrial Use to Creative Impulse“*, erstellt von Silvia Haas, Büro Planwerk in Kooperation mit Dr. Ulrich Ermann, Nürnberg, 22. November 2010, S. 16.
- ^{xix} Sebastian Olma: Kritik der Kreativindustrien, in: Bastian Lange, Ares Kalandides, Birgit Stöber, Inga Wellmann (Hg.): *Governance der Kreativwirtschaft. Diagnosen und Handlungsoptionen*, Bielefeld 2009, S. 103-120, hier S. 103.
- ^{xx} Siehe z.B. Larry Elliott, Dan Atkinson: *Fantasy Island. Waking up to the Incredible Economic. Political and Social Illusions of the Blair Legacy*, London 2007.
- ^{xxi} Vgl. Mercedes Bunz: Copy Paste Profile! Einige Gedanken zum Begriff der Kreativität im Digitalen Zeitalter. In: Arvid Boellert, Inka Thunecke (Hg.): *Kultur und Wirtschaft. Eine lukrative Verbindung*, Mössingen-Talheim 2008, S. 184-195.
- ^{xxii} Vor „übertrieben großen Erwartungen an die Effekte dieses Sektors im Hinblick auf Wertschöpfung und Beschäftigung“ warnt die *SWOT-Analysis for Auf AEG* (wie Anm. xviii), S. 15. Dieser Studie zufolge ist „weder eine überdurchschnittliche Bedeutung der Nürnberger Kultur- und Kreativwirtschaft festzustellen noch eine besondere Dynamik, die diesen Wirtschaftssektoren häufig unterstellt wird.“ (ebenda).
- ^{xxiii} Prozentangaben siehe *Kultur- und Kreativwirtschaft in der Europäischen Metropolregion Nürnberg* (wie Anm. xvii), S. 10.
- ^{xxiv} Zu Vor- und Nachteilen der Beurteilung von Kultur nach ökonomischen Gesichtspunkten siehe Jeanette D. Snowball: *Measuring the Value of Culture. Methods and Examples in Cultural Economics*, Berlin – Heidelberg 2008, S. 33-46.
- ^{xxv} Differenziert mit dem Verhältnis privat – öffentlich beschäftigt sich Ingrid Gottschalk: *Kulturökonomik. Probleme, Fragestellungen und Antworten*, Wiesbaden 2006. Zu Fragen staatlicher Einflussnahme vgl. Bruno S. Frey: *Arts & Economics. Analysis & Cultural Policy*, Berlin – Heidelberg – New York 2000, S. 131-149.
- ^{xxvi} Um auf „Die Kultur- und Kreativlandschaft NürnbergFürthErlangenSchwabach“ aufmerksam zu machen, fand vom 1. bis 17. April 2011 das Großraumfestival „made in ...“ statt. Auch das zweite IHK-Kulturforum am 14. April 2011 im Nürnberger Museum Industriekultur trug den programmatischen Titel „Heimat für Kreative – und wenn ja, wie viele?“ (sic).
- ^{xxvii} Franken-Center Nürnberg, Gemeinschaftshaus Langwasser, Amt für Kultur und Freizeit der Stadt Nürnberg (Hg.): *Kunstpreis Langwasser: „Urbane Welten“, 1. - 14. Februar*, Ausst. Kat. mit Texten von Harald Tesan, Nürnberg 2009.
- ^{xxviii} Vgl. Harald Tesan: *Muschelkünstler. Eine Gruppe junger autistischer Malerinnen und Maler*, Nürnberg 2009; *all you can art, Fürth, 25. - 27. September 2009*, Veranstaltung der Initiative „Kunst in der Stadt“, kuratiert von Ellen Haselmayer und Dr. Harald Tesan.
- ^{xxix} Siehe Merijn Oudenampsen: Back to the Future of the Creative City. An Archaeological Approach to Amsterdam's Redevelopment. In: Geert Lovink, Ned Rossiter (Hg.): *MyCreativity Reader. A Critique of the Creative Industries*, 2007, S. 165-176.
- ^{xxx} Stadt Nürnberg. Amt für Kultur und Freizeit (Hg.): *Zielvereinbarungen des Amtes für Kultur und Freizeit für die Stadtratsperiode 2008-2014*, Nürnberg 2008.
- ^{xxxi} In die falsche Richtung ging die anfängliche Ausstattung des Nürnberger Südpunktes mit interaktiven

Computerspielen, durch die man jüngere Besucher anzulocken hoffte. Da sich diese elektronischen Medien samt dazugehörigen großen Flachbildschirmen recht schnell in den privaten Haushalten befanden, wurde letztlich nur eine ohnehin stattfindende Entwicklung begünstigt.

^{xxxii} Vgl. Harald Tesan: IHK-Kulturforum im Neuen Museum. Ein Kommentar mit Blick auf die gegenwärtige kulturelle Situation, in: *ON! Kultur und Kreativ Index*, Beitrag vom 21. Januar 2011; <http://on-index.de/kommentr-ihk-kulturforum-im-neuen-museum-nurnberg/> (Zugriff am 17. 4. 2011).

^{xxxiii} Vortrag von Josef Weber, Leiter des Stadtplanungsamtes Nürnberg am 23. Februar 2010 zum Thema „Stadt – Umbau West – Stadt. Aktuelle Stadtentwicklungen im Nürnberger Westen“. Ebenfalls in der Zentrifuge wurde ein Jahr darauf eine neue Reihe des Baureferats zum Thema Baukultur begonnen. Die Auftaktveranstaltung unter dem Motto „Stadt umdenken“ am 28. Januar 2011 befasste sich mit den Herausforderungen einer Umstrukturierung der Lebenswelt in einer modernen Dienstleistungsgesellschaft.