



Impuls vbw-Medien, Kultur- und Kreativwirtschaftskongress

28.11.2023/Dr. Henning Berthold

Titel

Bayern Innovativ als Wissensmanager, Impulsgeber und Beschleuniger von Innovationen

Begrüßung

Sehr geehrter Herr Staatsminister,

sehr geehrter Herr Brossardt,

sehr geehrte Frau Kurz,

sehr geehrter Herr Dr. Heubisch,

verehrte Gäste,

liebe Kultur- und Kreativschaffende,

Einleitung – Kultur der Digitalität

Die kultur- und kreativwirtschaftliche Praxis, und damit ausdrücklich auch die Medienpraxis, verändert sich. Neue Wertschöpfungszusammenhänge bilden sich aus, neue Muster des Arbeitens, Produzierens, Konsumierens entstehen. Die Möglichkeiten kultureller Artikulation und Auseinandersetzung im gesellschaftlichen Raum, auch und gerade außerhalb der etablierten Institutionen, nehmen in rascher Geschwindigkeit zu, angetrieben durch Prozesse fortschreitender Technologisierung.

Neue Kommunikationstechnologien verändern die Art und Weise, wie wir miteinander in Beziehung treten, Wissen und Raum ordnen und das menschliche Zusammenleben und damit Gesellschaft im umfassenden Sinne organisieren. Marshall McLuhan hat in diesem Zusammenhang auf die kulturformende Eigenlogik der Medien verwiesen. Prägte der Buchdruck und die Verarbeitung typographischer Werke eine Kultur der reflexiven Distanz und Rationalität, so formt sich heute, als eine Zuspitzung gewissermaßen des von McLuhan beschriebenen „elektronischen Zeitalters“ und seinen Vernetzungsmöglichkeiten etwas aus, was Felix Stalder als eine *Kultur der Digitalität* bezeichnet.

Diese Kultur betont das Ästhetische im Sinne einer neuen Verständigungs- und Rezeptionspraxis innerhalb einer sich zunehmend ausdifferenzierenden Gesellschaft. Der Einzelne/Die Einzelne wird sichtbar in seinem/ihrem Anspruch sich einzubringen in den Prozess der Weltverarbeitung, Sinn zu schöpfen und das eigene Selbst zu verorten. Produktion und Rezeption fallen zunehmend zusammen. „Güter und Waren entstehen im frühzeitigen Miteinander, wobei das soziale Handeln eingebettet ist in immer komplexer werdende Technologien und Medien.

Der Begriff der Digitalität ist in diesem Zusammenhang keine Chiffre für den Prozess der Umstellung von Analog auf Digital, sondern beschreibt eine besondere, durch digitale Technologien strukturierte Form von Gesellschaftlichkeit und Bedeutungsproduktion. Die Zugänglichkeit der Produktionsmittel (von Computer und mobilem Endgerät bis hin zu Plattformen wie Instagram und YouTube) ermöglicht es den Vielen sich einzuschreiben in kulturelle Prozesse.

Hauptteil A: Das Ästhetische als politisches Ziel

Der Wandel hin zu einer Kultur der Digitalität wird begleitet von einer Ausbreitung des Ästhetischen. Damit sind zunächst einmal keine Prozesse der Verschönerung oder Verzierung gemeint, sondern das Ästhetische taucht auf als Gegenort zum Zweckrationalen. Als eine Form des Handels, die im ursprünglichen Wortsinn das sinnlich Wahrnehmbare, das Bedürfnisnahe, das Menschsein betont.

Die Moderne war geprägt vom Bemühen, – wenn auch nicht in Gänze erfolgreich – um Abgrenzung, um klare Verhältnisse zwischen dem Dinglichen und dem Menschlichen, Körper und Geist, Kultur und Technik, dem Rationalen und dem Selbstzwecklichen. In der *Erfindung der Kreativität* begründet Soziologe Andreas Reckwitz dieses Streben mit bestimmten Grundstrukturen des Sozialen in der Moderne. Dazu zählt er die Industrialisierung, die Kapitalisierung, die rationale Versachlichung, funktionale Differenzierung als aber auch die Trennung von Mensch- und Dingwelt. In Summe haben sie dazu geführt, den sozialen Raum zu entästhetisieren und die Bearbeitung von Welt als ingenieurwissenschaftlich-kalkulierbare Angelegenheit zu begreifen. Berührt hiervon sind insbesondere der ökonomische, der wissenschaftliche und der staatlich-juridische Bereich. Herausgebildet hat sich, so charakterisiert Herbert Marcuse die spätkapitalistische Industriegesellschaft, der „eindimensionale Mensch“, dessen Wünsche und Bedürfnisse sich verlieren in der machtvollen Abwesenheit sinnlicher Sensibilität und qualitativer Reflexion. Das Objektivitätsstreben und Unpersönliche bestimmen die Ordnung der Dinge, des Wissens, des Handelns und der menschlichen Beziehungen.

Wahrnehmbar ist seit dem letzten Viertel des 20. Jahrhunderts ein zunehmendes Aufbrechen dieser entkoppelten Betrachtungsweisen und ein Raumgreifen des Ästhetischen. Im Sommer dieses Jahres etwa trat mit dem *Institut für Mensch und Ästhetik* eine gemeinschaftliche Forschungseinrichtung der Hochschule Coburg und der Universität Bamberg an, sich dezidiert mit den Zusammenhängen und Auswirkungen ästhetischer Erfahrung zu befassen. Zum Ausdruck kommt hier eine besondere Art der Humanorientierung, die im engeren Kontext der Architektur und des Designs der Frage nachgeht, wie können wir durch Gestaltung, durch schöpferische Praxis, das Wohlbefinden der Menschen beeinflussen und steigern. Das Ästhetische als Sinneserfahrung wird hier herausgestellt als wesentliche Funktion der Welterschließung. Und insofern, als dass es Zustände der Erregung provoziert, beeinflusst das Ästhetische auch unsere Gesamtverfassung.

Und so verwundert es nicht, dass nicht allein die Forschung das Feld des Ästhetischen weiter zu ergründen sucht, sondern es auch in anderen Sphären des Gesellschaftlichen erschlossen wird. Mit der *Neuen Europäischen Bauhaus Initiative* der Europäischen Kommission hat der Begriff der Ästhetik, in all seiner Sperrigkeit, Einzug erhalten in den politischen Diskurs. Das mag nebensächlich anmuten und doch lässt die Initiative, die im Arbeitszusammenhang der Nachhaltigkeit steht und zum Ziel hat, den *European Green Deal* ins Werk zu setzen, auf einen wichtigen Erkenntnismoment schließen: Wir werden uns nicht allein technisch aus den Krisen der Zeit heraus innovieren können, sondern müssen Umbrüche viel mehr als kulturelle Prozesse begreifen, als ein gesamtgesellschaftliches Tätigwerden, das an den Bedürfnissen der Menschen und ihrem Wunsch nach Teilhabe ansetzt.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft wird zunehmend in Dienst genommen bei der Bewältigung der großen Transformationsvorhaben. Es geht dabei um die Hervorbringung des Neuen als dauerhafte Aufgabe, die nicht allein darin besteht, technisch-funktionale Lösungen zu erarbeiten, sondern an den Lebensmittelpunkt der Menschen heranzutreten, sie mit ihren Anliegen sichtbar werden zu lassen und emotional zu involvieren. Das „Regime des Neuen“, wie Soziologe Reckwitz formuliert, also die Aufforderung immer wieder Neues hervorzubringen, um mit der Wandelhaftigkeit der Welt umgehen zu können, fällt zusammen mit der Ästhetisierung des Ökonomischen. Gemeint ist die zunehmende Bedeutung sinnerfahrungs- und affektbezogener Aspekte in der Wertschöpfung. Ziel ist hier nicht das Neue im Sinne etablierter Steigerungslogiken, höher/schneller/weiter, sondern die Hervorbringung des ästhetisch Neuen.

Hauptteil B: Perspektive Europa

Als wichtige Ermöglichungsinstanz, so die gängige These, ist die Kultur- und Kreativwirtschaft also in den engeren Fokus der europäischen Politik gerückt. Markiert wird dieser Bedeutungszuwachs durch eine Vielzahl weitreichender politischer Maßnahmen und Initiativen. Dazu zählen vor allem die Anerkennung der Branche als *strategisch relevantes Ökosystem*, dessen Einbindung in die *europäische Industriestrategie*, die Einrichtung eines eigenen *Forschungscluster* im Rahmen des Forschungsrahmenprogramms Horizon Europe, die Gründung einer eigener *Wissen- und Innovationsgemeinschaft* durch das europäische Innovations- und Technologieinstitut (EIT) sowie die Ausrufung der eben erwähnten *Neuen Europäischen Bauhaus Initiative* als ein wichtiges Instrument zur Umsetzung der europäischen Nachhaltigkeits- und Transformationsagenda. Die Kultur- und Kreativwirtschaft wird in Anspruch genommen als explorative Kraft, die in neuen Konstellationen der Zusammenarbeit sich in das Unbekannte vorarbeitet.

Aber auch die Branche selbst ist herausgefordert. Sie ist sowohl Treiber als auch Gegenstand technologischer Entwicklungen, die etablierte Muster des Arbeitens, Produzierens, Verbreitens und Verwertens nachhaltig verändern werden: von Blockchain über XR bis hin zu KI. Kultur und Technik stehen dabei in einem fortlaufenden Wechselverhältnis, ermöglichen und beeinflussen einander.

Hauptteil C: BI als Wissensmanager, Impulsgeber und Beschleuniger von Innovationen

Daraus ergeben sich besondere Anforderung an die Innovationsförderung. Bayern Innovativ ist fester Teil der Innovationsinfrastruktur in Bayern und eine wichtige Instanz in der Förderung ökosystemischer Strukturen, insbesondere in der Ausbildung von Netzwerken zwischen Wissenschaft und Wirtschaft. Die Bayern Innovativ ist zugleich Träger des Bayerischen Zentrums für Kultur- und Kreativwirtschaft (kurz BZKK) und damit der zentralen Anlaufstelle für Kultur- und Kreativschaffende im Freistaat, finanziert durch das Bayerische Wirtschaftsministerium. Die Arbeit des Zentrums zielt in dreierlei Richtungen:

- i. Kultur- und Kreativschaffende in ihrem wert- bzw. werteschöpferischen Wirken zu unterstützen,
- ii. ihnen zu ermöglichen, sich produktiv in den Arbeitszusammenhang der Transformation einzubringen und
- iii. die Sphären Kultur und Technik näher aneinander zu führen.

Das BZKK setzt sich dafür ein, eine tragfähige Verbindung zur Branche in der Breite herzustellen und Kultur- und Kreativwirtschaft als dynamisches Produktionsfeld zu entwickeln. Die strukturelle Vielfalt der Branche, insbesondere dessen Kleinteiligkeit ist dabei als wichtige Voraussetzung ihrer Agilität und Kreativität zu würdigen. Adressiert wird die Branche also in ihrer Vielgestaltigkeit: von kleinen Strukturen bis hin zu komplexen Organisationen, vom Brancheneinsteiger bis hin zum etablierten Unternehmen.

Als Teil der Bayern Innovativ verfolgt das Zentrum insbesondere eine Stärkung der Verbindung von Kultur und Technik und die Förderung eines ganzheitlichen Innovationverständnisses. Eines, dass Kultur und Technik nicht als konkurrierende, sondern sich wechselseitig bedingende Sphären begreift. In den Blick rücken so Wertschöpfungsbeziehungen, die *sich* nicht zwingend und immer seltener innerhalb des Klassifikationslogik von Wirtschaftszweigen fassen lassen, sondern innerhalb veränderlicher Produktionsfelder bewegen. Das Neue entsteht zunehmend in dem Dazwischen, im transdisziplinären Miteinander.

Schluss / Fazit

Bayern ist ein starker und innovativer Wirtschaftsstandort. Er verfügt über eine ausdifferenzierte und vernetzte Forschungs- und Bildungslandschaft, starke Natur- und Ingenieurwissenschaften, hohe Kompetenzen im Bereich der Technologieentwicklung und eine, wenn auch corona-gebeutelte, breit aufgestellte Kultur- und Kreativwirtschaft. Die besonderen Chancen für das Land im bundesweiten, aber auch transnationalen Wettbewerb liegen darin, Natur- und Geisteswissenschaft, Technik und Kultur, Rationalität und das Ästhetische sehr viel enger und systematischer zusammenzuführen und zwar nicht als gegensätzliche Pole, sondern Facetten eines Ganzen. Die Zukunft ist offen ↑ und wir können sie gestalten. Vielen Dank für Ihrer Aufmerksamkeit.