KULTURKONFERENZ 2015

„Kulturelle Agenda trifft Digitale Agenda – kein Widerspruch!“

25. März 2015, Akademie der Künste, Berlin

Eröffnungsrede Prof. Dieter Gorny

Es ist eine vielgenutzte Aussage, aber sie bringt es auf den Punkt: Wir befinden uns technologisch und gesellschaftlich in einem Transformationsprozess ungeheuren Ausmaßes. So schnell und so tiefgreifend war das nie vorher der Fall.

Es liegt jedoch in der Natur von Prozessen, dass das Ergebnis häufig erst hinterher sichtbar wird. Erst rückblickend erschließt sich das gesamte Bild. Das gilt besonders für die Digitalisierung, denn die ist eine leise Revolution. Man sieht nichts, denn alles, was passiert, ist unsichtbar. Aber wir wissen längst, dass sie vieles, besonders die Inhalte, ihre Kommunikation, ihre Formen, ihre Medien längst begonnen hat zu dekonstruieren.

Spannend ist, wie sich die Debatte über diese Entwicklungen innerhalb der letzten drei Jahre verändert hat

Beim ECHO 2012 habe ich Gottfried Honnefelder, den Vorsteher des Börsenvereins des deutschen Buchhandels, zitiert, der bei der Eröffnung der Leipziger Buchmesse feststellte: "Bislang habe ich meinen Beruf als kreativ erlebt. (...) Ich habe vertrauensvoll mit Autorinnen und Autoren zusammengearbeitet, (..) Jetzt lese ich, die Verlagsmenschen seien als Makler von Inhalten Angehörige einer kriminellen Vereinigung der Content-Mafia."
Sein Nachfolger Heinrich Riethmüller stellte dagegen aktuell in Leipzig fest:“ Der Auftakt ins Bücherjahr war vielversprechend. Die Buchbranche begegnet der Digitalisierung optimistisch und selbstbewusst, das war auf der Messe deutlich zu spüren.“

2012 beherrschte die Vorstellung völliger Freiheit im Netz den Diskurs. Die Abschaffung überkommener analoger Strukturen, Ordnungsprinzipien, Werte und Geschäftsmodelle war eine zentrale Forderung. Die „Zwei-Welten-Idee“ – anlog, gestern und überkommen hier, digital, morgen und innovativ dort – war der diskursive Standard.

Dann kam Snowden. Das hat vieles verändert: Die Überhöhung des Internet als Instrument für mehr Demokratie und gesellschaftliche Teilhabe aller wich großer Besorgnis. Die Rede war von „Überwachung“, „Technologischem Totalitarismus“, „Datenkapitalismus“. Die herausragende Digitale Debatte der FAZ, in der sich über viele Monate zentrale Köpfe aus Politik, Wissenschaft und Wirtschaft mit der Digitalisierung befassten, hat den breiten gesellschaftlichen Diskurs sicher mit angestoßen.

Um nur einige dieser Köpfe zu nennen: Sascha Lobo, bis dahin Internet-Enthusiast, sprach von einer „Digitalen Kränkung“ und stellte fest, die bisherige Form der Netzbegeisterung habe sich „als defekt erwiesen“. Frank Schirrmacher beklagte mit Blick auf „das Armband der Neelie Kroes“, unsere politischen Repräsentanten kämpften nicht für Freiheit und Autonomie, sondern feierten „noch die bedenklichsten Gadgets der Datenhändler.“ Hans-Magnus Enzensberger empfahl, sich seines Smartphones zur entledigen, Mathias Döpfner bekannte in einem offenen Brief an Eric Schmidt seine Angst vor Google. Martin Schulz forderte einen an Grundrechten orientierten regulierten Datenmarkt, Sigmar Gabriel warnte, „die Gefahren der digitalen Revolution lägen zum einen in autoritären oder gar totalitären Tendenzen, die den Möglichkeiten der Technologie selbst innewohnen, zum anderen darin, dass neue Monopolmächte Recht und Gesetz aushöhlen.“

Diese Beiträge markierten eine entschiedene Wende in der Art, das Thema zu behandeln: die Digitalisierung nicht als eine technologische, sondern als politische, gesellschaftliche Herausforderung zu begreifen, der sich nicht allein die Politik, sondern wir alle stellen müssen.

Dieser Gedanke ist mittlerweile selbstverständlich.

Inzwischen hat sich sogar bei einigen eingefleischten Internet-Euphorikern die Ahnung durchgesetzt: „Man braucht Regeln, eine Ordnung, auch im Internet.“ Denn das Netz ist mittlerweile ein elementarer Bestandteil unserer Gesellschaft geworden und als solcher relevant für unser politisches, wirtschaftliches und kulturelles Miteinander, das wir ja auch in der analogen Welt nicht als rechtsfreien Raum begreifen.

Wir sind wieder eine Stufe weiter im Prozess der Digitalisierung: Wir kommen aus der „Angst“-Phase in die Phase der Konsolidierung. Der Nebel lichtet sich, das ermöglicht uns einen klareren Blick. Die Forderung nach weniger Hysterie, nach differenzierterem Hinsehen ist dabei eine wesentliche.

So ist etwa die soziologisch bis auf die Knochen durchleuchtete Generation Y durchaus nicht der Meinung, Privatsphäre sei ein Anliegen der älteren Generation und Ausdruck tiefster Technophobie. Nein, die Jüngeren sind vielmehr sensibel und versiert darin, ihre Angaben im digitalen Raum jeweils nur einem klar definierten Kreis zugänglich zu machen, hauszuhalten mit ihren Daten.

Das setzt eine Kenntnis der Komplexität dieses digitalen Raums voraus, die wiederum Grundlage für seine konstruktive Neugestaltung ist. Und genau an diesem Punkt befinden wir uns jetzt.

Wir stellen fest: Die Digitale Transformation stellt uns als Gesellschaft vor große kulturelle Herausforderungen, sie ist aber auch eine Herausforderung für die Kultur.

Sie ist gekennzeichnet durch eine enorme Beschleunigung und eine Steigerung von Komplexität in allen Lebensbereichen.

Drei Faktoren prägen diese Veränderungen unmittelbar: erstens der anthropologische Faktor der Individualisierung,der die Grundlage aller durch digitale Innovation hervorgerufenen Veränderungen ist. Wir wollen vermehrt selbst entscheiden, wann, wo und wie wir – nicht nur Inhalte – konsumieren. Zweitens der ökonomische Faktor der Globalisierung und drittens der technologische Faktor der Digitalisierung. Das beste Beispiel für das verändernde Zusammenwirken dieser drei Faktoren ist das Netz.

Nach den Phasen der Euphorie, der Bestürzung und der Bestandsaufnahme aller Bedenken kann (und muss!) es jetzt darum gehen, das kulturelle, ökonomische und gesellschaftliche Umfeld aktiv (neu) zu gestalten.

Es ist gut, dass die unsere Branche betreffenden zentralen Belange auch im KoaV stehen,jetzt muss es an die konkrete Umsetzung gehen: Dabei sollten wir beides klar beschreiben: die Chancen, aber auch die Risiken des digitalen Zeitalters. Dass es Risiken gibt, ist weiterhin unbestritten, wir müssen uns ihnen aber stellen, wenn Chancen daraus werden sollen.

Wir müssen vor allem als Gesellschaft Antworten darauf finden, wie wir leben und arbeiten wollen. Von welchen Werten gehen wir aus? Und wie können wir sie erhalten? Welchen Wert hat Arbeit? Welchen Wert hat geistige Arbeit? Läuft das auf die digital korrekte Ich-AG hinaus, oder schafft das reale Arbeitsplätze und wirkliches Wachstum?

Wir müssen diese Antworten aber nicht nur für uns in Deutschland finden, wir müssen sie auch im globalen Kontext definieren. Hier wiederum ist – gerade mit Blick auf das Silicon Valley – unsere Stimme nur stark genug, wenn wir als Europa eine Antwort finden, die sich aus europäischen Werten speist.

In diesem Prozess unserer gesellschaftlichen Selbstfindung kommt der Kultur als identitätsstiftender Bindekraft eine besondere Aufgabe zu! Und mit ihr der Kultur- und Kreativwirtschaft, die für die Arbeitswelt des digitalen Zeitalters Pionierbranche ist und damit Role Model sein kann. Sie erlebte als erste, wie sich Produktionsprozesse verändern, wie zentral - und ökonomisch immer zentraler - die Fragen nach Urheberrecht und geistigem Eigentum werden

Die Kreativwirtschaft ist die Kernbranche der digitalen Ökonomie und die Musikbranche wiederum allen Kreativwirtschaftsbranchen einen Schritt voraus, denn sie ist als erste Branche von der Wucht der Digitalisierung getroffen worden und hat inzwischen viele gute Antworten darauf gefunden.

Sicher aber ist, dass wir die nächsten Schritte nur im Schulterschluss gehen können. Die Kultur- und Kreativwirtschaft braucht die Politik und einen breiten gesellschaftlichen Konsens darüber, dass der Kern der Digitalen Ökonomie – und damit Arbeit und Wohlstand – die Anerkennung unserer gesellschaftlichen Werte auch im Digitalen Raum ist. Zu diesen Werten gehören im Kern das geistige Eigentum und das Urheberrecht, deren Akzeptanz und Durchsetzung die Existenz der Kreativwirtschaft überhaupt erst ermöglicht.

Wir müssen uns darauf konzentrieren, wo unsere Stärken liegen: In der Wertsteigerung durch Innovation und Kreativität.

Wir müssen in die Fähigkeiten und das Potential der Menschen investieren und eine Umgebung schaffen, in der Kreativität florieren kann und Unternehmertum belohnt wird.

Aber zuallererst müssen wir lernen, die Kraft und Stärke von Ideen und Innovationen an sich zu verstehen. Gute Ideen, die in hochwertigen kreativen Inhalt umgesetzt werden können, sind der Dreh- und Angelpunkt der Kultur-und Kreativwirtschaft, sie sind der Motor der Wissensgesellschaft und unserer zukünftigen europäischen Entwicklung. Klug und weitsichtig verwendet, können sie uns zu wirtschaftlichem Wohlstand und Erfolg führen. Aber wenn wir es erlauben, dass sie verschwendet, erstickt oder gestohlen werden, verlieren wir nicht nur unseren wirtschaftlichen Vorsprung, sondern auch unsere gesellschaftliche Grundlage.