

„Bremen sollte die Rolle des Wagers annehmen“

Handelskammer-Initiative Bremen 2020: Mehr Aufbruch – aber wie?

Von Annemarie Struß-von Poellnitz

Bremen. In Bremen zählen 1700 Unternehmen und Selbstständige zum Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft. Sie haben im letzten statistisch erfassten Jahr 2005 einen Umsatz von 620 Millionen Euro erwirtschaftet. Mit 38 Prozent in den letzten zehn Jahren sind sie eines der stärksten Wachstumsfelder. Sie könnten noch viel stärker zu einer Art Hefe für den gesamten Wirtschaftsstandort Bremen werden, wenn man dieses Potenzial gezielt fördern würde.

Wie das am besten zu machen wäre, darüber diskutierten gestern in der Handelskammer im Rahmen der Initiative „Perspektive Bremen 2020“ Akteure aus der Szene, aus Wirtschaft und Politik unter der Überschrift: „Venture-Klima“. Was damit gemeint ist, erläuterte Handelskammer-Vizepräsident Otto Lamotte in seinem Eingangsstatement. In Bremen soll eine neue Aufbruchstimmung erzeugt werden. Aber wie? Antwort der Kammer: ein „Venture-Koordinator“ muss her, eine Art Agentur, „die alle Beteiligten an einen Tisch bringt, Menschen aufeinander zuführt, die Netzwerke knüpft und Bewegung in die Stadt bringt“. Das alles vorerst befristet auf fünf Jahre und öffentlich finanziert, trotz aller Sparappelle der Kammer für Lamotte eine sinnvolle Investition.

Die Reaktionen auf den Vorschlag reichten von Ablehnung (Design-Professor Detlef Rahe: „Ich komme hier schon jetzt vor lauter Netzwerken kaum noch zum arbeiten“) bis zu freudiger Zustimmung. Etwa von Kulturstaatsrätin Carmen Emigholz, die die Initiative der Handelskammer ausdrücklich begrüßte und versicherte: „Wir brauchen neue Förderstrukturen.“ Die müssten kleinteiliger, dezentraler sein. „Die großen Förderenszenarien sind nicht mehr die Lösung.“ Als Beispiel nannte sie die Künstlerförderung im Kulturressort, wo mit wenig Mitteln viel bewirkt werde. Eine Agentur mit einem ehrenamtlichen Beirat, wie von Lamotte vorgeschlagen: eine gute Lösung.

„Wir brauchen jedenfalls keinen neuen Vergebekönig“, sagte Emigholz.

Detlef Rahe warnte vor einem neuen „bürokratischen Monster“. Zudem: Aufbruchklima habe man in Bremen schon, findet Rahe, auch viele Kreative. Bremen könne aber deutlich mehr machen aus dem Stadtmotto „buten & binnen, wagen & winnen“. „Bremen sollte die Rolle des Wagers annehmen und sich damit profilieren. Wir sind das kleinste Bundesland. Wenn hier etwas schieft, verursacht das auch den kleinsten Schaden.“ Bildung, Wissenstransfer, Einbindung von Kreativen: lauter Felder für Wagemut. Um das zu realisieren, brauche man keine Venture-Taskforce, sondern eine Askforce, so Rahe, „Leute, die fragen: Woran liegt es, dass man drei Stunden warten muss, bis ein Auto auf der Kfz-Stelle zugelassen wird?“



Handelskammer-Vizepräsident Otto Lamotte

Grünen-Fraktionschef Matthias Güldner regte an, doch erst mal zu sehen, „was wir schon haben und ob wir nicht Teilengen dieser Aufgabe schon erfüllen. Wir sollten keine überflüssigen Strukturen schaffen.“ Um einen besseren Nährboden für Firmengründungen zu schaffen, solle man schon Schüler durch Kooperation mit Unternehmen mit der Idee der Selbstständigkeit vertraut machen.

Christoph Backes, der am Bericht des Bundeswirtschaftsministeriums zur Kreativwirtschaft mitgeschrieben hat und mit seinen „Ideenlotsen“ bundesweit und auch in Bremen Kreative berät, wehrt sich vor allem gegen die Vorstellung, Kreativität gebe es mit einfachen Rezepten und quasi zum Nulltarif. „Ein Kreativ-Koordinator wäre wie ein Ministerium für den Abbau von Bürokratie“, so Backes. „Wir haben nicht das Problem, dass wir nicht genug Kreativität haben, wir haben zu wenig Durchsetzungskraft.“ In Städten wie Newcastle, die Emigholz als positives Beispiel für einen Neuanfang genannt hatte, habe man viele Millionen in die Hand genommen. „Es geht nicht nur um Geld. Aber wenn man in den Sandkasten kein Wasser gießt, kann man keine Sandburgen bauen.“