

Chinas kreative Metropolen

Im allgemeinen Bewusstsein des Westens ist China noch immer ein Land, dessen Wirtschaft aufgrund niedriger Arbeitskosten und einem unermesslichen Arbeitskräftereservoir vor allem billige Industrieprodukte herstellt und diese im Austausch gegen Technologien oder Konsumprodukte ins Ausland liefert. Doch dies ist nur eine Dimension der chinesischen Wirtschaft. Seit fast zwei Jahrzehnten bemüht sich die chinesische Regierung den strukturellen Wandel des Agrar- und Industriestaates voranzutreiben und eine global wettbewerbsfähige Wirtschaft aufzubauen, vor allem das lange vernachlässigte innovative Segmente der Wirtschaft. Dazu gehören Wissensindustrie, lokale Kultur- und Kreativwirtschaft, zusammen mit der Entwicklung einer modernen kulturellen Infrastruktur (GÖBEL 2015; SCHULTE 2015; KAHN-ACKERMANN 2015). Dies geschieht in einem Maße, wie es in Europa nicht erfolgt, ja nicht erfolgen könnte. Die beiden Handlungsfelder haben für Wirtschaft und Gesellschaft des Landes und die Zukunft der Städte in China große Bedeutung.

Die Erfolge der chinesischen Wirtschaft auf dem Gebiet der Hochgeschwindigkeitszüge, des Automobilbaus, der Solartechnik, Kommunikationstechnik oder der Medizin zeigen, dass in China ein struktureller Wandel im Gange ist, in dem Innovationen entstehen, die weltweit genutzt werden. Hinzu kommen Bemühungen in fast aller chinesischen Metropolen, smarte Technologien zur kreativen Bewältigung lokaler Herausforderungen einzusetzen. Sie dokumentieren das Interesse großer globaler Konzerne, wie Cisco, Honeywell, IBM, Siemens oder auch Huawei, ihre Technologien an den Mann oder die Frau bzw. an die Städte zu bringen. Natürlich können die Bewohner der Metropolen in China, wie andernorts auch, Dinge tun, die sie ohne diese smarten Technologien nicht können wie e-shopping, Energieeinsparungen oder Mobilitätsverbesserungen, aber der Beweis dass mit diesen smarten Technologien die sozialen und ökologischen Probleme der Metropolen besser bewältigt werden können, steht noch aus. Auch wenn das US Unternehmen Honeywell aus sichtlichem Eigeninteresse in einer Pressekonferenz seinen China Smart City Technology Vision Report vorstellt und dabei seine Dienste wie folgt anpreist:

„We expect the development of smart cities in China is going to embark on a new stage- from planning to implementation. And thanks to the scale and speed, China will become a pioneer and global leader on this front Honeywell's diverse technologies, full-line intelligent products and integrated solutions will greatly enable China in smart city booming, by covering smart buildings, smart homes, transportation and infrastructure, energy and resources', and health and safety.“ (HONEYWELL 2014; *China Daily*, 19.04.2014).

China ist weltweit der zweitgrößte Markt von Honeywell, das insbesondere Technologien zur Wasser

und Luftreinigung, sowie Feuerwarnsysteme unter dem Slogan „smart cities and healthy homes“ verkauft.

Der Ausbau der Hochschullandschaft

In allen großen Stadtregionen Chinas wurden in den letzten Jahrzehnten unzählige Hochschulen errichtet um die politischen Vorgaben einer höheren Qualifizierung der Gesellschaft vor Ort umzusetzen (SCHULTE 2015). Ganze Universitätscluster sind im letzten Jahrzehnt überall in den Städten des Landes aus dem Boden geschossen. In der Stadt Nanjing beispielsweise gab es im Jahre 2014 55 Hochschulen an vier Standorten (YI XIN/KUNZMANN 2015). Ziel der von der nationalen Regierung angestoßenen Bildungspolitik ist es, dass 20% aller Chinesen einen Hochschulabschluss erhalten und dass dadurch die Wirtschaft auf höher qualifizierte Arbeitskräfte zurückgreifen kann, um die industrielle Produktion auf eine höhere Innovationsebene zu heben. 195 Millionen sollen 2020 einen Hochschulabschluss besitzen. 250 Milliarden Dollar pumpt die Regierung in Beijing jedes Jahr in die Hochschulen. Das Niveau der Hochschulen ist sehr unterschiedlich. Einige nehmen in internationalen Rankings, sofern man deren kontroverse Kriterien akzeptiert, Spitzenplätze ein. Die meisten Hochschulen haben aber eher den Charakter von Fachhochschulen oder ähneln den amerikanischen *community colleges*.

Die Qualität der Ausbildung an den Hochschulen wird auch oft beklagt, allerdings sind qualitative Fortschritte überall zu beobachten. 7,26 Millionen Chinesen schließen allein 2014 ihr Hochschulstudium ab, doch 30%, so wird geschätzt, finden nach Studium

keinen angemessenen Job. In jüngster Zeit gab es auch Überlegungen, einen großen Teil der Universitäten zu Fachhochschulen zurückzustufen, um die Wirtschaft des Landes durch eine mehr praxisorientierte Ausbildung zu unterstützen.

Die Entwicklung von Technologieparks

Neben den Universitäten entstanden in den letzten Jahren meist auch große Technologieparks für innovative Unternehmen, die anwendungsbezogene Forschung und Entwicklung betreiben. Der größte dieser Technologieparks Chinas ist in Zhongguancun der Ende der 80er Jahre des vergangenen Jahrhunderts im Schatten der beiden führenden Universitäten Tsinghua University und Beijing University entstanden ist. Im Jahre 2013 waren dort nach einem Bericht der englischsprachigen Zeitschrift *China Daily* in 2278 Unternehmen, darunter *Lenovo* und der Internet Riese *Baidu*, über 20.000 Beschäftigte in sechs strategischen clustern innovativer Industrien tätig (*China Daily*, 11.11.2014). Die Zahlen über Unternehmen und Beschäftigte, über start-ups und Umsätze schwanken, doch es ist sehr wahrscheinlich, dass dieser Park, der mehr ist als eine Technologiepark, neben dem Silicon Valley in den USA der zweitgrößte Konzentration von Hightech Unternehmen weltweit an einem Standort darstellt.

Auf der Website des Parks heißt es: „Zhongguancun is the most intensive scientific, education and talent resource base in China. It boasts almost 40 colleges and universities like Peking University and Tsinghua University, more than 200 national (municipal) scientific institutions such as the Chinese Academy of Social Sciences and the Chinese Academy of Engineering, 67 state-level laboratories, 27 national engineering research centers, 28 national engineering and technological research centers, 24 university S&T parks and 29 overseas student pioneer parks.

(...) The park plans to draft a strategic layout of prioritized talent development as well as the special talent zone of global high-end innovation talented personnel. It will also establish a „properly selecting, introducing, keeping and rewarding“ employment system, attracting about 50,000 high-end talents. The park aims to attract domestic and foreign innovation talents to Zhongguancun and to forge it into China’s strategic highland for talent development.” (<http://en.zgc.gov.cn/> am 16.04.2016).

Zhongguancun ist verständlicherweise das große Modell, das andere Städte in China vor Augen haben, wenn sie lokale Initiativen zur Förderung neuer Technologien in die Wege leiten. Dazu gehören vor allem Guangzhou, Shanghai oder Suzhou, aber auch

Chongqing, Wuhan, Qingdao, Tianjin oder auch Changchun.

Shanghai punktet mit zwei Technologieparks, die auch unter politisch gewollter Flagge „Kreativwirtschaft“ entwickelt wurden.

- *Wise Jinsha 3131 Creative Park*: Der auf e-commerce spezialisierte internationale 2,8 ha große Kreativwirtschaftspark in einem alten Fabrikgebäude nicht weit vom Hangqiao Flughafen und vom Shanghai Central usiness District (CBD) bietet ein breites Spektrum von iCT Dienstleistungen für start-ups und etablierte Unternehmen auf dem Gebiet von web technology, R&D, design, consultation, planning and electronic media, an.
- *Shanghai Multimedia Industry Park*: Der im Jahre 2001 gegründete Park ist der erste multimediale Park Chinas: Er wurde vom nationalen Ministerium für Wissenschaft und Technologie als *National Digital Media Technology and Industry Base eingerichtet* und vom Nationalen Kulturministerium als *National Cultural Industry Model Zone bestätigt*. Einflussreiche chinesische (*Crystal CG, Shanghai Cartoon, NetDragen Websoft, 2kGames China*) und zahlreiche internationale Unternehmen (*DELL, LG, Accenture or Synopsis*) haben sich hier angesiedelt. Im Jahre 2009 waren es bereits 361 Unternehmen, die hier die vielfältigen Informations-, Kommunikations- und Finanz-Dienstleistungen in Anspruch nahmen, die die Regierung und private Unternehmen in diesem Cluster anbieten.

Neben den Wissensindustrien wurde in China die Kultur- und Kreativwirtschaft als ein wichtiges Segment zukunftsorientierter, innovativer nationaler Wirtschaftspolitik identifiziert. Dies geschah in einer Zeit, als überall in Europa und darüber hinaus das Paradigma der kreativen Stadt Architekten, Planer, Wirtschaftsförderer, Journalisten und Kulturmanager, vor allem aber auch Bürgermeister begeistert und unzählige Initiativen ausgelöst hatte (BIANCHINI et al. 1996; KUNZMANN 2003, 2004, 2012; LANDRY 2003; CARTA 2007; FLORIDA 2002; SANTAGATA 2010; VIVANT 2009; PRATT 2009; MONTGONMERY 2010; ANDERSSON et al. 2011; ANHEIER/YUDIHISHITHIR 2012; VAN HEUR 2012).

Dies hat die Regierung in Beijing dazu veranlasst dieses Segment der Wirtschaft besonders zu fördern, sowohl im Hinblick auf die Entwicklung von öffentlich/privaten Kreativquartieren in den Städten, wie auch durch Anreize für junge Unternehmen und Unternehmer. Die Initiativen dazu begannen in China im Jahre 1998, als im Ministerium für Kultur in Beijing ein *Department for Cultural Industries* eingerichtet wurde und damit ein neues Handlungsfeld offiziell etabliert wurde (O’CONNOR/GU 2006; O’CONNOR/KONG 2009; LIU 2013; XIANG/WALKER 2014). Im Jahre

2000 wurde dann zum ersten Mal die Kulturindustrie in einem Fünfjahresplan der Regierung erwähnt. Im zehnten Fünfjahresplan heißt es dazu:

„The cultural industry units must push their production efficiency and economic impact to the maximum, constantly improve their operational management, provide the market with cultural and artistic products and services that satisfy demands, promote healthy values and that are diverse, and [thus] receive the largest social impact and the best economic returns.“

Auf der Vollversammlung des Zentralkomitees der kommunistischen Partei Chinas im Oktober 2001 wurde die Kulturwirtschaft als politisch wichtiges Handlungsfeld der nationalen Politik bestätigt. In den Jahren danach wurden vom *General Office of the State Council* und vom *Department of Propaganda of the Central Committee of CPC* die erforderlichen gesetzlichen Regelungen formuliert und die geplanten finanziellen Rahmenbedingungen bekannt gegeben (LIU 2013).

Die Definitionen von Kreativ- und Kulturwirtschaft sind auch in China offen, insbesondere um bei der staatlichen Unterstützung und Förderung freie Hand zu haben. Die vage Definition wird wie folgt begründet:

„(...) the creative industries discourse (Im Westen) is tied to Western notions of creativity, novelty, individuality (or small companies) and freedom (to experiment and of expression). By contrast the cultural industries discourse suits China's stress on tradition and stability (or 'harmony'), and its support of museums, education and (historical) tourism. Still the creative industries discourse is needed to explain how China is going to stimulate technological and business innovativeness, and to produce a Bill Gate (Microsoft) or Steve Jobs (Apple).“

Hinzu kommen lokale Variationen, die einzelnen Städten die Möglichkeit geben, ihre Politiken flexibel zu gestalten:

„The city government of Beijing has formulated a 'cultural and creative industries' policy that includes software development and Internet services. Shanghai promotes the 'creative industries' , which includes architecture and something labelled 'fashionable consumption creativity'. Hangzhou's cultural industries policy mentions education and Nanjing's industrial design. Although Chinese books on the cultural industry habitually list administrative chaos as a potential thread, this decentralised approach is a normal phase in Chinese policy developments, after which certain areas may be singled out as best practice“ (LIU 2013).

Das große politische Interesse an den Kultur- und Kreativwirtschaftsparks in China rechtfertigt die breite und flexible Definition von Parks. Das Interesse spiegelt das Anliegen der Regierung wieder, vom

Image eines Billig-Produktionslandes weg zu kommen und die Wirtschaft von China auf ein mit dem Westen vergleichbares kulturelles und technologisches Niveau zu bringen.

Kulturwirtschaft in Beijing, Shanghai und Nanjing

Kulturwirtschaftliche Initiativen in drei Städten, in Beijing, Shanghai und Nanjing werden im Folgenden exemplarisch vorgestellt. Die Motive für die Entwicklung kreativer Quartiere in diesen Metropolen Chinas, das zeigen diese drei Beispiele, waren sehr unterschiedlich. Sie sind Ausdruck der breiten Definition von Kultur- und Kreativwirtschaft und einer sehr flexiblen Auslegung der nationalen Förderpolitik. Manche sind eher zeitgeistige Unterhaltungsquartiere für die neue chinesische Mittelklasse oder „must-see“ Quartiere für die ausländischen Touristen, die die Paläste, Gärten, Mauern, Tore und traditionellen Museen schon gesehen haben und nun in diesen Quartieren ein anderes China kennen lernen möchten. Wie in Europa auch, sind leerstehende Industriebauten meist der Anlass für neue, mehr oder weniger innovative und kreative Nutzungen, manches sind nur Zwischennutzungen, aber meist sind es dauerhafte Einrichtungen der neuen „kreativen Klasse“ in China.

Beijing, auch Hauptstadt der Kreativwirtschaft?

Die Hauptstadt Chinas nimmt für sich in Anspruch die Metropole zu sein, die die Kultur- und Kreativwirtschaft schon lange als wichtiges Segment der lokalen Wirtschaft erkannt zu haben. Der Masterplan der Stadt hat drei Zonen für die auch in Beijing sehr breite Definition der Kultur- und Kreativwirtschaft ausgewiesen: In der Altstadt Bereiche für Bildende und Darstellende Künste, Kunsthandel und Kulturtourismus, in der Innenstadt Zonen für Druck & Medien-Unternehmen, Software-Entwicklung, die Werbebranche und den Tagungsmarkt. Am Rande der Stadt schließlich Zonen für weitere kulturbezogene Industrien und Aktivitäten (HUANG 2004; JANSEN 2006; CURRIER 2008; LIU 2013).

Drei dieser Kreativ-Zonen sind besonders interessant, das Kunstviertel 798, das Künstlerdorf Songzhuang und das geplante Kreativquartier auf dem Gelände eines stillgelegten Stahlwerkes Shougang:

- *Das Quartier 798:* Auf dem schrittweise aus der Produktion entlassenen Gelände einer von DDR Architekten im Bauhausstil errichteten Rüstungsfirma im Mordosten der Hauptstadt haben sich um die Jahrtausendwende chinesische Künstler

Ateliers eingerichtet. Sie zogen internationale Galerien an, denen zahlreiche gastronomische Betriebe, denen, angezogen von der zunehmenden Zahl von internationalen Touristen kunstgewerbliche Boutiquen folgten. Das große internationale Interesse der Medien an der modernen chinesischen Kunst und die olympischen Spiele 2008 in Beijing haben die Regierung nach anfänglichen Bedenken veranlasst, die Entwicklung des Quartiers zu akzeptieren. 798 ist heute ein Quartier mit über 400 Unternehmen der Kulturwirtschaft, die sowohl das Interesse internationaler Touristen wie das der neuen chinesischen Mittelklasse finden. Viele Künstler haben das Quartier inzwischen wieder verlassen müssen, weil die Mieten für die Ateliers zu teuer wurden. Sie haben sich an anderen, weniger kommerzialisierten Standorten angesiedelt. Ein professionelles Quartiermanagement sorgt aber inzwischen dafür, dass das Kreativquartier nicht zu einem reinen kommerziellen Tourismus-Viertel abgleitet und seinen Charakter als Bühne für die bildende Kunst Chinas behält. Das große kulturelle Image des Quartiers hat auch die Immobilienwirtschaft auf diesen Standort aufmerksam gemacht und neue Kontroversen mit sich gebracht. (LIU JIAN 2011; HUANG 2004; CURRIER 2014).

- *Songzhuang*: In dem Kreativquartier am östlichen Rande der Stadt ist in den letzten Jahren aus lokaler Initiative ein Cluster von Künstlerateliers, Studios, 80 Galerien und 20 Museen und kulturelle Dienstleistungsunternehmen entstanden. Dort haben sich mit Hilfe staatlicher Anreize angeblich über 1000 Künstler und kultureller Unternehmer angesiedelt und neue Arbeitsplätze für die von ihrem Land vertriebenen Dorfbewohner geschaffen. In der Nähe des Quartiers wird inzwischen die Stadtverwaltung von Beijing neu angesiedelt, um Flächen in der Innenstadt der Metropole für kommerzielle Nutzungen frei zu machen.
- *Shougang*: Auf dem 800ha großen Gelände des 20 stillgelegten Stahlwerkes soll, inspiriert von den Projekten der IBA Emscher Park im Ruhrgebiet, ein Kultur- und Freizeitgelände entstehen, mit einer bunten Mischung von urbanen Nutzungen einschließlich zahlreicher sieben kreativwirtschaftlicher Parks mit Büroquartieren für die Finanzwirtschaft, Bauten für Forschung und Entwicklung und Wohnungen. (LIU JAN 2011).

Im Rahmen der nationalen Industriepolitik zur Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft ist in der Stadt auch eine darauf ausgerichtete jährlich internationale Messe (ICCIE = China Beijing International Cultural and Creative Industry Expo) eingerichtet worden. Auf dieser Messe präsentierten sich Unternehmen,

die auf dem Feld der Kultur- und Kreativwirtschaft tätig sind. Auf ihrer Website wird die Messe wie folgt vorgestellt:

„The (ICCIE), an international gala of the cultural and creative industry organized by the China Council for the Promotion of International Trade Beijing Sub-Council (CCPIT Beijing), was launched with the approval of Ministry of Culture, PRC, State General Administration of Press, Publication, Radio, Film and Television, The People’s Government of Beijing Municipality, involving efforts of 28 Beijing municipal government commissions, offices and bureaus including the Publicity Department of the Beijing CPC Municipal Committee.“

„The ICCIE is committed to the implementation of the guiding philosophy and the overall plan of the CPC Central Committee on cultural reform and development and the requirement of pursuing scientific development and accelerating the transformation of development model, aiming to present a comprehensive picture of China’s achievements in deepening the reform of cultural sector, putting in place a modern cultural market system and promoting the development of emerging cultural industries. It will facilitate the in-depth exchange of leading theories and thinking on the development of the cultural and creative industry and build a platform for marketization of cultural products and creativity and promote the growth of cultural trade and the successful implementation of major projects in China. It thus plays an important role in the adjustment and upgrading of the economic structure and accelerating the formation of an innovation-driven development model in China.“ (<http://english.iccie.cn> am 06.12.2014)

Die große Technologiezone Zhongguancun und die zahlreichen kulturwirtschaftlichen Quartiere der Stadt haben Beijing eine Führungsrolle im Wettbewerb der Standorte für die neue postindustrielle Kreativwirtschaft in China zugewiesen. Beijing profitiert dabei vor allem von der Nähe zu den politischen Entscheidungsgremien und der Tatsache, dass die Universitäten in der Stadt zu den besten Universitäten in Asien gezählt werden.

Shanghai: Lernen von Beijing

Im Gegensatz zu Beijing ist Shanghai, die Stadt, die nie Hauptstadt Chinas war, mehr ein Finanz- und Handelszentrum, denn ein Industrie- und Technologiestandort, obwohl auch große Industrieunternehmen und renommierte technische Hochschulen in Shanghai ihren Standort haben. Shanghai ist heute das unbestrittene Zentrum der chinesischen Banken und Finanzdienstleistungen. Seit der Ansiedlung von

Mercedes-Benz ist die Stadt aber auch ein wichtiger Standort der Automobilindustrie. Weitere bedeutende Branchen sind die Textilindustrie, die chemische und die pharmazeutische Industrie, die Stahlproduktion der Maschinenbau und der Schiffsbau (<http://www.shanghai-china.de> am 7.12.2014).

Im Jahre 2004 hat Shanghai damit begonnen, die Kreativwirtschaft zu fördern. Nach Angaben der lokalen Kreativbüros haben im Jahre 2010 mehr als eine Million Menschen in der Kultur- und Kreativwirtschaft gearbeitet und einen Umsatz von 580 Milliarden Yuan (mehr als 70 Milliarden Euros), das waren in diesem Jahr 8,75% des Bruttonationalprodukts, erwirtschaftet. Die Wachstumsrate in diesem Jahr betrug 14,2%. 89 Parks werden zu dieser Kategorie, zwei Drittel davon sind modernisierte, teilweise denkmalgeschützte alte Industrieanlagen. Dort arbeiten 150.000 Beschäftigte aus über 30 Ländern und Regionen in 8000 Unternehmen. 48 Hochschulen und Universitäten (darunter Fudan, Tongji und Donghua) bilden Studierende für die Kultur- und Kreativwirtschaft aus. Das politisch stark favorisierte Segment der lokalen Wirtschaft wird durch beträchtliche staatliche Subventionen und Anreize in Milliardenhöhe gefördert. Alle diese Zahlen sind allerdings mit Vorsicht zu genießen. Die Definitions- und Interpretationsspielräume sowie das Bedürfnis mit Zahlen zu beeindrucken sind in China groß. Selbst das Einkaufs- und Unterhaltungszentrum Xintiandi in der Stadtmitte wird als Kulturpark vermarktet.

Das staatlich verordnete Interesse an der Kultur- und Kreativwirtschaft ist in Shanghai sehr groß. Ein Shanghai Office for Promoting Cultural and Creative Industries kümmert sich intensiv um den Sektor und um die Profilierung Shanghais als Creative City. Die bekanntesten Kultur- und Kreativwirtschaftsparks in Shanghai sind *The Bridge 8*, *Red Town*, *M50*, *Shanghai Multimedia Industry Park*, *1933 Old Millfun* und das *1933 Schlachthaus* (*Touch Shanghai* am 10.12.2014).

- *The Bridge 8*: Der kreative Komplex in der Innenstadt von Shanghai ist einer der ältesten Kreativwirtschaftsparks in der Stadt. Er ist in einem modernisierten Fabrikgebäude entstanden und beherbergt über 100 wissensintensive (*high-end modern services*) Unternehmen.
- *Red Town*: Der Kultur- und Kreativpark entstand auf dem Gelände einer alten Stahlwerkes, das 1995 still gelegt wurde. Ergänzt durch moderne Architektur wurde das Werk mit staatlicher Hilfe in einen Kunstpark umgewandelt, der Besuchern eine bunte Mischung von kulturellen und kommerziellen Nutzungen bietet.
- *M50 Creative Park*: Auf dem Gelände einer großen Textilfabrik in Putuo am Südufer des Suzhou Creek entstand Ende des 20. Jahrhunderts Shanghais

größter Kultur- und Kreativwirtschaftscluster. Hier sind in ehemaligen Industriegebäuden unter Beachtung der historischen Architektur und unter dem Motto „*Contemporary Visual Arts*“ 140 Studios für Künstler, Galerien und andere auf bildende kunstbezogene Einrichtungen entstanden. Der Park hat das ehemalige Industriegebiet, die Geburtsstätte der Industrialisierung Shanghais, zu einem attraktiven Standort für die Immobilienwirtschaft gemacht, die im Umfeld des Parks, Appartements für die obere Mittelklasse anbietet.

- *Das 1933 Schlachthaus*: Das von einem englischen Architekten geplante und in seiner Baustruktur bis heute erhaltene Schlachthaus war in den 30er Jahren des 20. Jahrhunderts aufgrund seiner Größe und der dort praktizierten Produktionsverfahren das bekannteste Schlachthaus in Asien. Heute beherbergt das in seiner bizarren Struktur erhaltene Schlachthaus zahlreiche Boutiquen und gastronomische Einrichtungen, sowie Schauräume für Präsentationen moderner Einrichtungsprodukte. Es ist mehr ein alternatives Einkaufszentrum für junge Stadtbürger und Touristinnen, denn ein Kultur- und Kreativquartier.

XIANG/WALKER (2014) beschreiben den Erfolg der Kreativ- und Kulturwirtschaftspolitik in Shanghai wie folgt:

„CCI in Shanghai have achieved a rapid development in a few years, promoting a number of creative-oriented industries to take off, establishing a group of high-profile creative industrial park, gathering a group of creative people with outstanding creativity. Over the years, great efforts on Shanghai International Film Festival, Television Festival, Arts Festival and various design exhibition, have won international reputation, built a shape for cultural and creative industries, formed a certain amount of agglomeration effects. In recent years, Shanghai has renovated more than 100 industrial buildings at the old Shanghai, such as old factories and old warehouses and formed a number of unique creative work of the park, such as the Taikang Road Visual Creative Design Base, the Changping Road New Advertising Animation Production Base, Binjiang Creative Industrial Park at Yangpu District, the Moganshan Road Chunming Urban Industrial Park, the Fuyou Road Tourist Souvenirs Design Center, the Gong He Xin Road Shanghai Industrial Design Park, the No.8 Bridge Fashion Design Industrial Valley and the Tianshan Road Shanghai Fashion Industrial Park.“

Doch es gibt auch weniger enthusiastische Einschätzungen des Erfolgs. Lokale Erkundungen von O'CONNOR/GU (2012) haben ergeben, dass viele der mit staatlichen Mitteln geförderten Parks doch eher weisse Elefanten sind.

Nanjing: Kreativwirtschaft als Motor innovativer Stadtentwicklung

Ein anderes Beispiel für eine engagierte lokale Politik zur Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft in China ist die Stadt Nanjing in der über 55 Hochschulen ansässig sind. Im Jahre 2006 verabschiedete die lokale Regierung in Nanjing im Rahmen des nationalen 11. Fünfjahresplan ein Konzept zur Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft. Dort heißt es:

„We shall basically construct a cultural creative industry system which is suitable for socialist market economic system, and could powerfully support innovative city construction in 2010. According to Nanjing’s city characteristics, resource superiority, and cultural consumption trend, we shall form a new pattern of the highlighting of advantaged categories and the linkage development of related industries. By the end of the 11th Five-Year Plan period, cultural creative industry shall become a principal part of the whole city’s cultural industry increment, an important impetus for optimizing the whole city’s economic structure, and an important growth point of Nanjing’s economic development; Nanjing shall realize the span from a large cultural resource city to a strong cultural industry city, and construct “culture and wisdom creative center” in eastern region of China.“ (*Nanjing City Government* 2006)

Die Definition dessen, was zu diesem Segment der lokalen Wirtschaft in Nanjing gezählt wird ist sehr weit. 10 Sektoren werden gefördert. Sie umspannt das weite Feld zwischen Architektur, Mode- und Industriedesign über die Entwicklung von Software, Entwicklungen jeglicher Art, bis hin zur Entwicklung von Freizeitparks. Die Einrichtung von acht Designzentren werden angekündigt, darunter auch Zentren für Biomedizin und Mobilität, also industriepolitische Felder, die sehr weit weg von der traditionellen Kultur- und Kreativwirtschaft sind. Ein ganzer Gürtel von High Technology und Design Parks ist in der Stadt geplant („one belt, five areas“), um die Stadt Nanjing zur *domestic top-ranking and international famous “China Famous Software City”* zu machen. Der Plan spricht von 1500 Design Unternehmen, die dort im Laufe der Jahre geeignete Standorte finden sollen. Die industriepolitischen Pläne sollen dabei durch Initiativen begleitet werden, die den Konsum kulturwirtschaftlicher Produkte und Dienstleistung anregen, darunter Ausstellungen oder Maßnahmen zur kulturellen Bildung, oder auch die Produktion und den Verkauf von Büchern. Seit 2007 veranstaltet die Stadt zudem eine jährliche dreitägige Kulturwirtschaftsmesse, (Cultural and Creative Industry Fair) um Produzenten und Konsumenten zusammen zu bringen. Im Jahre 2014 war es die 7. Fachmesse dieser Art.

Die Aufgaben der Umsetzung werden partnerschaftlich geteilt: „we shall give full play to the industrial organization’s self-discipline function, realize self-management, self-restriction, and self-development, and reduce the government’s unnecessary administrative intervention“.

In den letzten Jahren sind an verschiedenen Standorten in der Stadt Kultur- und Kreativquartiere ganz unterschiedlicher Art und Weise entstanden:

- *186* ist ein Quartier, das auf dem Gelände einer alten Fabrik am Südrand der Innenstadt entstanden ist, und ein breites Spektrum von kreativen Unternehmen beherbergt, darunter zahlreiche Unternehmen des Schmuckgroßhandels, aber auch eine moderne Galerie.
- Das von der Stadt Nanjing eingerichtet *Design Zentrum* ist auf dem Gelände einer alten Maschinenfabrik entstanden. Unter behutsamer Modernisierung von Produktionshallen und Ergänzung durch architektonisch anspruchsvolle Architektur ist ein attraktives Kreativquartier an der Stadtmauer im Süden der Stadt entstanden.
- Das *Quartier 1912* hat nur noch sehr wenig mit dem Wirtschaftssegment zu tun, auch wenn es vorgibt ein Kreativquartier zu sein. Es ist vor allem ein Unterhaltungsviertel mit Restaurants, Bars und Clubs.

Die Beispiele zeigen, dass die Metropolen in China, nicht anders als in Europa auch, große metropolitane Inselwelten sind, mit wenig Brücken zwischen Kreativquartieren und all den anderen Quartieren, in denen die Bewohner der Städte wohnen, arbeiten und einkaufen. Die Kreativquartiere sind aber auch nur die Spitzen kreativer Eisberge, die deutlich machen, dass die wirtschaftliche Entwicklung in China sehr wohl kreative Potentiale frei macht (KUNZMANN/TANG 2013).

China: In Zukunft noch mehr kreative Metropolen?

China hat in seinen Metropolen unermessliche kreative und innovative Potentiale, die das Land auf lange Sicht weitgehend unabhängig von westlicher Kultur- und Kreativwirtschaft und zu einem gleichwertigen Akteur in der globalen Wirtschaft machen. Insbesondere im Bereich der Kommunikationstechnik will und wird China auf gleicher Augenhöhe mit den Vereinigten Staaten agieren. Die Zentralregierung in Beijing hat früh erkannt, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft ein wichtiger Bestandteil und Treiber nationaler, regionaler und lokaler Ökonomien ist. Sie hat dazu nationale Programme lanciert und Anreize gegeben, die von den Metropolen und den dort ansässigen Unternehmen und Unternehmern genutzt werden.

Dort ist die Kultur- und Kreativwirtschaft, in all ihren Facetten, zu einem wichtigen Segment lokaler Ökonomien geworden. Erste chinesische Unternehmen einer breit definierten Kultur- und Kreativwirtschaft sind bereits wichtige Akteure auf den Weltmarkt (z.B. Huawei, oder Wanda).

Im Verlauf der weiteren Urbanisierung des Landes werden sich die Metropolen der ersten Generation und der chinesischen Küste (von Beijing, Tianjin, Qingdao und Shanghai über Xiamen, Qangzhou und Hongkong,) neben der „Versorgung“ ihrer jeweiligen Einflußregionen im Hinterland weiter spezialisieren und international profilieren. Sie werden die lokale Wirtschaft mit kreativen Produkten und Dienstleistungen beliefern und die Nachfrage nach solchen Produkten zum Konsum, zur Ausstattung der Wohnungen sowie zur Unterhalten der metropolitanen Bevölkerung befriedigen. Die Metropolen der zweiten und auch dritten Generation im Inneren, im Westen und im Norden des Landes (Chengdu, X'ian, Kunming, Changchun, Harbin, Changsa und andere) werden ihre lokale Kultur- und Kreativwirtschaft weiter ausbauen. Sie werden ebenso, wie die Vorreiter-Metropolen, zahlreiche Technologieparks sowie Kultur- und Kreativquartiere entwickeln.

Die kreativen Quartiere in den Metropolen Chinas sind isolierte und in der Regel umzäunte urbane Inseln mit sehr viel menschlicheren Maßstäben und besseren Aufenthaltsqualitäten auf öffentlichen Wegen und Plätzen als andernorts. Sie sind in gewisser Weise Experimentierfelder für den strukturellen Wandel lokaler Ökonomien, wie auch für die Stadtentwicklung. Die kreativen Quartiere sind Pilotprojekte der Stadterneuerung, weil sie meist auf ehemaligen innenstadtnahen Industriearealen und dort mit viel Rücksicht auf das jeweilige industrielle und baugeschichtliche Erbe entwickelt wurden. In den nächsten Jahrzehnten werden Aufgaben eines behutsameren Stadtumbaus auf die chinesischen Metropolen zukommen. Die Metropolen werden, wenn sie als Unternehmens- und Wohnstandorte attraktiv bleiben wollen, das reparieren müssen, was sie in den wenigen Jahrzehnten spekulativer Stadtentwicklung versäumt haben. Dabei können sie aus den positiven wie Erfahrungen lernen, die sie mit der Entwicklung der Universitätsstädte, der Technologieparks und der ersten Kultur- und Kreativquartiere gemacht haben. Davon können dann auch kleinere und mittlere Städte profitieren, die sich auf ihr großes kulturelles Kapital besinnen, das im Rausch der ehrgeizigen nationalen Modernisierungspolitik etwas in Vergessenheit geraten ist oder zerstört wurde.

Literatur

- ANDERSSON, David Emanuel Ake E.; MELANDER, Charlotta. 2011: Handbook of Creative Cities. London, Ashgate.
- ANHEIER, Helmut; ISAR, YUDHISHTHIR Raj (Hg.). 2012: Cities, Cultural Policy and Governance. New York Sage.
- BIANCHINI, Franco et al. 1996: The Creative City in Britain and Germany. Report to the Anglo-German Foundation for the Study of Industrial Society. London.
- CARTA, Maurizio. 2007: Creative City: Dynamics, Innovations, Actions. Barcelona.
- CURRIER, Jennifer. 2008: Art and power in the new China: An exploration of Beijing's 798 district and its implications for contemporary urbanism. In: *Town Planning Review* 79/2-3: 237–267.
- FISCHER, Doris; MÜLLER-HOFSTEDT, Christoph. 2014: Länderbericht China. Bonn.
- FLORIDA, Richard. 2002: The Rise of the Creative Class – and How It Is Transforming. New York.
- GÖBEL, Christian. 2015: Innovationsgesellschaft China Politische und wirtschaftliche Herausforderungen. In: FISCHER, Doris; MÜLLER-HOFSTEDT, Christoph (Hg.): Länderbericht China. Bonn, Heidelberg: 573–606.
- Honeywell. 2014: China Smart City Technology Vision Report Six Key Areas for China's Smart City Development. Executive Summary October 2014. Morristown, New Jersey.
- HUANG, Rui (Hg.). 2004: Beijing 798. Beijing.
- JANSEN, Gregor. 2006: Totalstadt beijing case. High-speed Urbanisierung in China. Köln.
- KAHN-ACKERMAN, Michael. 2015: Die Gleichzeitigkeit des Ungleichzeitigen: Zur Situation der chinesischen Gegenwartskultur. In: FISCHER, Doris ; MÜLLER-HOFSTEDT, Christoph (Hg.): Länderbericht China. Bonn: 435–462.
- KEANE, Michael. 2011: China's New Creative Clusters. Governance, Human Capital and Investment. London.
- KUNZMANN, Klaus R.; WANG, Fang. 2003: Cultural Industries and Urban Economic Development. In: *Art Today* 4/30: 162–167.
- KUNZMANN, Klaus R. 2004: Culture, Creativity and Spatial Planning. In: *Town Planning Review* 75/4: 383–404.
- KUNZMANN, Klaus R. 2013: Creative Cities, Vision, Enthusiasm and Reality. In: *Project Second Chance* (Hg): Revitalisation through Arts and Culture. New Developments for 5 European Industrial Complexes. Nürnberg: 6–29.
- LANDRY, Charles. 2003: The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators. London.
- JIAN, Liu. 2011: Development of Cultural Industries and its Impacts on Urban Renovation. Presentation at Urban Planning & Design School of Architecture. Tsinghua.
- MILLER, Tom. 2012: China's Urban Billion. The Story behind the biggest Migration in Human History. London.
- MONTGOMERY, John. 2010: The New Wealth of Cities. City Dynamics and the Fifth Wave. Aldershot.
- MONTGOMERY, Lucy. 2010: China's Creative Industries. Cheltenham.
- Nanjing City Government* 2006: Outline of the 11th Fiveyear Development Planning for Nanjing Cultural Creative Industry 2006–2011.
- O'CONNOR, Justin; KONG, Lily. 2009: Creative Economies, Creative Cities. Asian-European Perspectives. Heidelberg.
- O'CONNOR, Justin; GU, Xin. 2006: A new modernity: the arrival of creative industries in China. In: *International Journal of Cultural Studies* 9/3: 271–84.
- O'CONNOR, Justin; GU, Xin. 2012: Creative industry clusters in Shanghai: a success story? In: *International Journal of Cultural Policy* 20/1: 1–20.

- PRATT, Andy. 2009: The challenge of governance in the creative and cultural industries. In: LANGE, Bastian (Hg.): Governance der Kreativwirtschaft: Diagnosen und Handlungsoptionen. Bielefeld: 271–288.
- SANTAGATA, Walter. 2010: The Culture Factory. Creativity and the Production of Culture. Berlin Heidelberg.
- SCHULTE, Barbara. 2015: Chinas Bildungssystem im Wandel. Elitenbildung, Ungleichheiten, Reformversuche. In: FISCHER, Doris; MÜLLER, Christoph (Hg.): Länderbericht China. Bonn:499–541.
- TANG, Yan; KUNZMANN, Klaus R. (Hg.). 2013: Creative Cities in Practice: European and Asian Perspectives. Beijing.
- VAN HEUR, Bas. 2012: Creative Networks and the City. Towards a Cultural Political Economy of Aesthetic Production. Bielefeld.
- VIVANT, Elsa. 2009: Qu'est-ce que la ville créative? Paris.
- XIANG, Hardy Yong; WALKER, Patricia Ann. 2014: China Cultural and Creative Industries Reports 2013. The 12th Five-Year Plan on Cultural and Creative Industries in Shanghai. Heidelberg.
- YI XIN; KUNZMANN, Klaus R. 2016: Nanjing: Knowledge Development in a Chinese City. In: INGALLINA, Patrizia; CHARLES, David (Hg.): The Urban University and the Knowledge Economy – New Spaces of Interaction (im Erscheinen).

Autor: Klaus R. Kunzmann, Professor em. TU Dortmund, Leitbilder der Raumentwicklung, klaus.kunzmann@udo.edu.