

„Kulturexport“ nach Frankreich

Grundlage und Auswirkungen französischer Kulturpolitik

Sebastian Öttl*

» **„Kultur ist keine Ware. Die Völker wollen ihre Güter tauschen, sie wollen aber ihre Seele behalten.“** Auch drei Jahre, mehrere Regierungsumbildungen und eine Wirtschafts- und Finanzkrise später hat das Zitat von Jacques Chirac nichts an Aktualität und Relevanz eingebüßt; ebenso wenig wie die aus dieser Auffassung klar hervortretende Legitimation des französischen Staates, Kulturpolitik und -wirtschaft aktiv zu gestalten. Ganz im Gegenteil.

Exception culturelle

C'est en 2008 que l'ancien président Jacques Chirac a affirmé que *« la culture n'est pas une marchandise. Les peuples veulent échanger leurs biens, mais ils veulent garder leurs âmes. »*

Cette citation n'a rien perdu de son actualité, de même la volonté de l'Etat de participer activement à la définition de la politique culturelle de la France reste inébranlable. Une exception française qui flirte avec le protectionnisme culturel.

Réd.

Erst im Oktober 2010 bekräftigte der französische Kulturminister Frédéric Mitterrand anlässlich des jährlichen Treffens der französischen und internationalen Medienindustrie in Cannes den Anspruch der Politik auf Gestaltung der Medienlandschaft und meldete trotz klammer Staatskassen den Ausbau öffentlicher Subventionen für audiovisuelle Medien an. Ankündigungen dieser Art sind kein Einzelfall, sondern Konsequenz französischer kulturpolitischer Logik. Seit den emotional geführten GATT-Verhandlungen der 1990er-Jahre, spätestens aber seit der Diskussion um die 2007 in Kraft getretene UNESCO-Kon-

vention zur kulturellen Vielfalt, ist diese Denkweise bekannt. *Exception culturelle* ist seitdem nicht allein Gegenstand politischer Sonntagsreden, sondern greifbare Realität für alle Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft in Frankreich. Insbesondere in den audiovisuellen Medien spüren internationale Kulturschaffende und -vertreibende täglich die Auswirkungen französischer Kulturpolitik.

Obwohl über die französische kulturelle Ausnahme hinreichend diskutiert und publiziert wurde, scheinen viele ausländische Kulturschaffende weiterhin auf standardisierte, für ganze Branchen einheitlich formulierte *best practices* der „Auslandsförderung von Kultur“ zu vertrauen. Diese werden auch von höchsten Stellen, wie der deutschen UNESCO-Kommission, propagiert. Doch wenn seine Strategie sich allein an wirtschaftlichen Kriterien orientiert, droht der Export von Kulturgütern, wie beispielsweise von Filmen, zu scheitern; auch und gerade in Frankreich. Soll er dagegen erfolgreich sein, muss er als Kulturtransfer verstanden werden.

Kulturgüter wie Filme sind, weit mehr als herkömmliche Konsumgüter, kulturelle Artefakte und damit Repräsentanten ihrer Ausgangskultur. Als solche lassen sie sich nicht ohne Weiteres in den jeweiligen Rezeptionskontext integrieren.

* Sebastian Öttl ist Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Interkulturelle Kommunikation an der Universität Passau.

Auch die Prozesse dieses Kulturtransfers sind kulturell sensibel und damit mehr als einzelne, nach *best practice* Empfehlungen zu bearbeitende Abschnitte einer Wertschöpfungskette. Ihre Strategie muss folglich Gegebenheiten und Spezifika des Rezeptionskontextes mit einbeziehen. Als Konsequenz für den Filmtransfer nach Frankreich bedeutet dies zweierlei: erstens zu untersuchen, welcher Kontext hinsichtlich Akteure und Institutionen den Transferprozess beeinflusst, sowie zweitens zu berücksichtigen, welcher Stellenwert der Film selbst in Frankreich hat.

Der Kontext wird maßgeblich vom kulturpolitisch aktiven Staat gestaltet. Emblematisch hierfür ist die Förderung der nationalen Filmproduktion durch den *compte du soutien*, den 2010 ca. 544 Millionen Euro umfassenden Fonds der nationalen französischen Medienanstalt (CNC) zur Unterstützung der audiovisuellen Produktion. Jenseits davon ist der französische Kulturstaat mit einer Vielzahl anderer Maßnahmen gestaltend tätig: ob mit steuerlichen Vorteilen (SOFICA), einem ausgeklügelten Bürgschaftssystem (IFCIC), strenger Quotenregelung oder der Verpflichtung französischer Fernsehsender, in die Kinoproduktion zu investieren – die nationale Filmbranche wird durch zahlreiche Instrumente reguliert und gefördert.

Häufig nehmen diese den Umweg über die Fernsehanstalten. Dass dabei oligopole Strukturen auf dem französischen Filmmarkt nicht bekämpft, sondern „aktiv toleriert“ werden, ist nicht weiter verwunderlich; sind vertikal und horizontal voll integrierte sowie wirtschaftlich erfolgreiche Unternehmensgruppen wie UGC, Canal+ und Gaumont-Pathé doch die privatwirtschaftlichen Garanten einer unabhängigen französischen Film- und Kinolandschaft (rechtlich sind Gaumont und Pathé unabhängig, allerdings befinden sie sich in der Hand zweier Brüder: Nicolas Seydoux bei Gaumont und Jérôme bei Pathé).

Dieses System mit seinen Verflechtungen von Wirtschaft und Staat wird in Frankreich durchaus kritisiert. Doch die grundsätzliche Legitimität staatlicher Film- und Kulturpolitik steht damit nicht in Frage. Das Kino zählt zu den am weitesten verbreiteten kulturellen Praktiken und als siebte Kunstart (*septième art*) zur Hochkultur, wo-

durch es eine ähnlich privilegierte Stellung genießt, wie andere traditionelle kulturelle Ausdrucksformen auch. Es ist kulturelles Erbe und Stifter soziokultureller Identität, deren Vitalität *intérêt général* ist. Erst dies legitimiert den Staat und macht ihn zu einem unumgänglichen Akteur auf allen Ebenen des Filmtransfers.

Ökonomisch gesprochen führt derartige staatliche Einflussnahme zu Wettbewerbsverzerrungen und künstlichen Markteintrittsbarrieren. *Exception culturelle* ist, dieser Logik folgend, nichts anderes als ideologisch überhöhter Kulturprotektionismus. Solange aber die Interpretation derart einseitig bleibt, solange nicht verstanden wird, dass für Frankreich Film und Kultur im Allgemeinen keine einfache Handelsware ist, sondern direkter Ausdruck seiner *civilisation*, droht der Transfer hinter seinen Möglichkeiten zurückzubleiben.

Kurz- bis maximal mittelfristig orientierte, den Kontext vernachlässigende *best practices*, wie sie zur Auslandsförderung von Filmen vorgeschlagen werden, sind folglich nur begrenzt einsetzbar. Vielmehr ist der Transfer von Filmen nach Frankreich ein diachroner und langfristiger Prozess, der vor allem auf stabile Beziehungen setzen muss. Soziales Kapital im Sinne Bourdieus, also Zugang und Teilhabe an Netzwerken, scheint hier, wie so häufig in Frankreich, der wesentliche Erfolgsfaktor zu sein. Dies gilt für die Filmbranche ebenso wie für die gesamte Kultur- und Kreativwirtschaft und zahlreiche weitere Branchen.

Gerade das Beispiel der französischen Filmwirtschaft zeigt, welche Risiken bestehen, wenn institutionelle und kulturelle Besonderheiten missachtet werden, aber auch welche Chancen, wenn man sie berücksichtigt. Dabei verstehen sich die Überlegungen zum Kulturtransfer keineswegs als grundlegende Kritik an der wirtschaftswissenschaftlichen Perspektive. *Best practices* im Sinne pauschaler Strategien zur Absatzförderung für Kulturgüter sollten jedoch grundlegend überdacht werden. Der kreativen Integrität wegen, aber auch aus rein praktischen Gründen, können die Kulturgüter selbst nicht modifiziert werden, wohl aber die Verfahren ihrer Vermittlung. Andernfalls drohen Transfers zu scheitern und Märkte verloren zu gehen.