

*Bernadette Loacker*

»BE CREATIVE!«  
Künstler und Kulturorganisationen als ›Vorreiter‹  
deregulierter Arbeits- und Lebenswelten?\*

Im folgenden Beitrag wird das Kunst- und Kulturfeld als mögliche »Leitbild-Branche« der projektförmig organisierten Arbeitswelt diskutiert und problematisiert. Transformationen des Kunst- und Kulturfeldes, welche sich seit den späten 1980er Jahren beobachten lassen, werden analysiert, um daran anknüpfend die normativen Erwartungen herauszuarbeiten, die der »kulturunternehmerische« Diskurs heute an den Künstler stellt. Das neue »Bild des Künstlers« macht schließlich verständlich, warum dieser zum »Helden« der flexibilisierten Arbeitswelt erklärt wird.

*Veränderung, Umgestaltung und Neubewertung des Kunst- und  
Kulturfeldes*

»Das 21. Jahrhundert ist das Jahrhundert der Kreativität.«  
(*Alfred Gusenbauer*, Bundeskanzler Österreichs 2006-2008)<sup>1</sup>

Der deutsche Künstler Heinz Rudolf Kunze beschreibt im »Schlussbericht« der *Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland« des Deutschen Bundestages* sein künstlerisches Selbstverständnis mit den Worten: »Wer erfindet, was gebraucht wird, ist nicht notwendig – nur hilfreich. Künstler aber erfinden, was nicht, noch nicht, aber immer gebraucht wird. Sie sind notwendig, denn sie wenden die Not ab – die Not des blinden, hoffnungs- und trostlosen Dahinvegetierens im prosaischen Seinszustand« (Kunze 2008: 344). Kunzes Forderung, »Kunst um der Kunst willen« (Adorno 1973) verfolgen zu können, wird im 21. Jahrhundert jedoch stark in Frage gestellt.

Noch vor 100 Jahren schien es dem Künstler zugestanden, Kunst ohne Zweckbestimmung, Definitionszwang oder Rechtfertigungsnot auszuüben. Gespeist war dieses Zugeständnis aus der Annahme, dass der Künstler darüber, dass er nicht entdecken

---

\* Der Abdruck erfolgt auszugsweise mit freundlicher Genehmigung des transcript Verlags Bielefeld: Bernadette Loacker:  *kreativ prekär: Künstlerische Arbeit und Subjektivität im Postfordismus*, Bielefeld 2010, S. 87–124 und S. 128–143.

<sup>1</sup> Vgl. Raunig (2007).

und gestalten muss, was »gebraucht« wird, erst in die Lage gebracht wird, einen schöpferischen »Möglichkeitssinn« zu entwickeln, über den er schließlich Neues schaffen kann. Im 18. Jahrhundert wurde der gesellschaftliche Bereich Kunst und Kultur zum Gegenpol der rational geprägten wirtschaftlichen Logik der »Notwendigkeit« erklärt. Der Kunst war »Funktionslosigkeit« gestattet. Freiheit wurde als ihr höchstes Gut anerkannt; sie wurde als Voraussetzung für künstlerisches Handeln verstanden. In der »Dialektik der Aufklärung« schreiben Adorno und Horkheimer (1977) der Kunst eine kritische Funktion zu. Das Problematisieren etablierter gesellschaftlicher Wahrheiten ist ihrer Perspektive folgend Teil der künstlerischen Praxis. Das Erfüllen dieser Aufgabe erfordert nach den Autoren die strikte Aufrechterhaltung des Gegensatzes zwischen künstlerischem und wirtschaftlichem Denken und Handeln. Die Kommerzialisierung des Feldes verunmöglicht ihres Erachtens die Ausübung dieser kritischen Funktion, sie unterwerfe die Kunst den Marktgesetzen und zerstöre die Autonomie, die Authentizität sowie das kritischsubversive Potential dieses Tätigkeitsbereiches. Für die Vertreter der »kritischen Theorie« muss der Künstler also notwendigerweise außerhalb oder allenfalls am Rande der Gesellschaft stehen, um seine Aufgabe ausüben zu können (vgl. auch Menger 2006: 19 f., Bourdieu 1999, Raunig/Wuggenig 2007).

Mit dem Begriff der »Kulturindustrie« wollen Adorno und Horkheimer bereits in den 1940er Jahren vor der Gefahr der Ökonomisierung des Kunst- und Kulturfeldes infolge der zunehmenden gesellschaftlichen Durchdringung des Kapitalismus warnen (vgl. Adorno/Horkheimer 1977). Als Adorno und Horkheimer ihre Kritik äußerten, weisen bereits erste Einwicklungen, insbesondere im Bereich der Kommunikationstechnologien, welche zur zunehmenden Verbreitung von Rundfunk und Fernsehen führten, auf die Entstehung kulturwirtschaftlicher beziehungsweise -industrieller Strukturen hin. Zugleich herrschte zu dieser Zeit noch die Auffassung vor, dass der Staat für die Förderung von Kultur und Kulturschaffenden verantwortlich ist; und er übernahm diese Verantwortung auch weitestgehend (vgl. Deutscher Bundestag 2008: 334). Denn Mitte des 20. Jahrhunderts folgte die österreichische beziehungsweise auch europäische Kulturpolitik nicht nur dem Credo, dass Kunst nicht ökonomisch verwertbar sein muss. Der kulturellen Förderungspolitik schien vielmehr der Gedanke inhärent zu sein, dass, was ökonomisch verwertet werden kann, kaum Kunst sein kann (vgl. Mayerhofer/Mokre 2007: 299). In den 1980er Jahren zeigen erste Entwicklungen, dass der pädagogische und demokratiepolitische Anspruch auf eine möglichst große Partizipation an Kunst und Kultur, der das sozialdemokratische kulturpolitische Handeln der siebziger Jahre geprägt hatte, zunehmend in Frage gestellt wird. Allmählich treten Bestrebungen in den Vordergrund, die kulturelle Ereignisse zum Massenkonsum umgestalten wollen, ähnlich wie dies Adorno und Horkheimer prognostizierten (vgl. Virno 2005). Sie verweisen auf den übernational einsetzenden Trend der Ökonomisierung von Kultur. Die kulturpolitische Logik, »Förderungen müssen sich (auch) rechnen«, etabliert sich schließlich in den neunziger Jahren (vgl. Mayerhofer/Mokre 2007: 300). Damit büßt das Kulturfeld zunehmend seinen Status ein, außerhalb wirtschaftlicher Verwertungslogiken stehen zu dürfen.

Wurde das Kunst- und Kulturfeld also ehemals als Ort betrachtet, von dem aus man Kritik an gesellschaftlich etablierten Normen, Wahrheiten und Machtstrukturen erwarten musste, wird das Feld heute als Hoffnungsträger und Motor für wirtschaftliche und soziokulturelle Entwicklungen und als Garant für gesellschaftlichen Wohlstand angesehen (vgl. Lotter 2007: 55, Misik 2007). Das Kulturfeld – und dessen Akteure – werden in der flexiblen politischen Ökonomie zum »best practice«-Modell. Das Konzept der »creative industries« zeigt, dass die soziale Position und das Funktionsverständnis von Künstlern seit einigen Jahren nachhaltig ins Wanken gekommen sind (vgl. Mayerhofer 2003: 39). Der Künstler wird heute nicht länger als »Gegenentwurf« zum Geschäftsmann angesehen. Ausgehend vom 18. Jahrhundert wird im Folgenden die gesellschaftliche und institutionelle Positionierung von Kunst- und Kulturschaffenden kurz skizziert.

*Veränderung des Künstlerbildes: vom »Außenseiter« der bürgerlichen Gesellschaft zum »Leitbild« der Wissensökonomie*

»Künstler ist nur einer, der aus einer Lösung ein Rätsel machen kann.«  
(Karl Kraus 1924)

Bereits in der *höfischen Kultur* wurde das »Kreative, Schöpferische« nicht länger nur als göttliche Gabe, sondern ebenso als, wenn auch besonders seltene, menschliche Fähigkeit begriffen (vgl. Mayerhofer/Mokre 2007: 295). In dieser Epoche hatten Künstler und »Intellektuelle« eine angesehene soziale Position inne. Sie waren zumeist durch so genanntes Mäzenatentum an den Adel gebunden. Der Wegfall der höfischen Kultur führte zum Verlust dieses künstlerischen »Schutzraumes« (vgl. Kunze 2008: 340, von Osten 2007). Kunze verweist in diesem Kontext darauf, dass der »höfische Künstler aufgrund des herausgehobenen Status seines Tuns gelegentlich eine Nähe zu seinem adeligen Auftraggeber herstellen konnte, die keinem anderen Bürger erreichbar war« (Kunze 2008: 340). Im bürgerlichen Zeitalter, »nach der industriellen und demokratischen Doppelrevolution, wurde dann entgegengesetzt das Verhältnis zwischen dem Künstler und seinem zahlenden Publikum als gloriose Ferne stilisiert« (ebd.). Mit der Entfaltung der bürgerlichen Gesellschaft Mitte des 19. Jahrhunderts setzte sich das »*Berufsbild*« des Künstlers – der Beruf ist bereits 1790 aufgekommen – durch. Damit verbunden ist, dass die gesellschaftliche Rolle des Künstlers anerkannt wurde. Allerdings wurde er zugleich zum gesellschaftlichen »Außenseiter« stilisiert (vgl. Mayerhofer 2003).

Soziale, politische und ästhetische Entwicklungsprozesse infolge der Aufklärung führten ab Mitte des 18. Jahrhunderts zu einer »Vergötterung des Innovatorischen, des schlechthin »Neuen« in Kunst und Gesellschaft« (Kunze 2008: 340). Sie führten auch zu einer klaren Trennung von Ökonomie, der Sachlichkeit, Effektivität und Effizienzorientierung aufgetragen, und Kunst, der Subjektivität, Individualismus, Authentizität und Freiheit zugewiesen wurde.<sup>2</sup> Der Künstler wurde als Gegenmodell zum gewinn-

---

2 Allerdings gerät »die Verbindung zwischen Authentizität, Originalität und Freiheit ... unmittelbar in Konflikt mit den moralischen Konventionen und der Nutzordnung des modernen Lebens, das heißt dem tech-

orientierten Wirtschaftsbürger begriffen: »Die Künstlerexistenz mit ihrem Hang zum Exzess, intensiven Erlebnissen und Grenzgängertum wurde verstanden als Antithese zur kalten Rationalität des Wirtschaftslebens, zum berechnenden Krämergeist des Bourgeois« (Misik 2007: 80). Voller Überzeugung wandte sich, »wer als Künstler etwas von sich hielt, von der ökonomischen Klasse« mit ihrer Pfennigfuchsermentalität und ihrem Konformismus ab« (ebd.). Die Autonomie künstlerischen Schaffens war in dieser historischen Epoche weitestgehend gesichert. Allerdings waren auch im ausgehenden 18. Jahrhundert die Lebensbedingungen des Künstlers oftmals prekär. Kunze zufolge führte der Künstler zu dieser Zeit eine »prekäre Existenz zwischen Bewunderung und Neid, weil er als ein von den Rationalitätszwängen befreites, ja geradezu erlöstes Ausnahmeexemplar der Selbstverwirklichung« (Kunze 2008: 341) galt. Das gesellschaftliche Bild des Künstlers war somit »zweigeteilt«: er wurde zum einen als Genie glorifiziert, zum anderen als »asozialer unzuverlässiger Faulenzer denunziert« (ebd.). Es entsprach dem Menschenbild der Moderne, dass der Künstler im aufkommenden Kapitalismus als autonomes »Genie« und »heiliger Narr der bürgerlichen Gesellschaft« (ebd.: 340) angesehen wurde. Er wurde »als Fachmann des Geheimnisses« (ebd.) verstanden, der »den Gegenentwurf zum normierten Zweckhandeln, umkränzt vom Heiligenschein der Originalität und Einsamkeit« (ebd.) lebt. Von seinem Erkenntnisvermögen macht er freien Gebrauch, so die Erwartung und Zuschreibung (vgl. Mayerhofer/Mokre 2007: 295f.). Die Spaltung von »Kunst« und »Leben«, von »Geistig-Intellektuellem« und »Materiell-Handwerklichem« ist für Kunze eine Konsequenz der Forderungen von »Vordenkern« wie Kant und Schiller. Deren Verlangen, Künstlern absolute Autonomie zuzugestehen, stärkte das Bild »der Bürger funktioniert, der Künstler phantasiert« (Kunze 2008: 343). Er ist »Romancier«, »Genie« und »Idealist« (vgl. Mayerhofer/Mokre 2007: 295). So wird der Künstler zum »Dienstleister des Höheren. Die neuen Eliten, die nach und nach den Adel ablösten, sind sein »Markt« (ebd.) – und damit ist der »Grundstein« der »kulturunternehmerischen« Entwicklungslinie gelegt. Auch Kunze (2008) sieht bereits zu dieser Zeit eine Tendenz entstehen, die den Künstler zum »Prototyp des Selbständigen, des Freiberuflers« macht. In den dreißiger Jahren des 19. Jahrhunderts setzt sich der »Typus des Bohémiens« durch, der sich radikal vom »Betrieb« abwendet und Authentizität und Autonomie ausdrücken will (vgl. Eikhof/Haunschild 2006: 236 f., von Osten 2007). Nichtsdestotrotz sieht Kunze (2008: 342) mit der Emanzipation des Künstlers von der höfischen Welt und vom »kirchlichen Dienst« die Individualisierung des Künstlers ebenso wie die Aufforderung, mit dem »Markt« zu kooperieren, um zu überleben, eingeläutet (vgl. auch Mayerhofer/Mokre 2007: 296). Das allmähliche Vordringen des Marktkapitalismus ist in Konsequenz keine plötzliche Entwicklung, sondern begleitet die Kunst- und Kultursphäre seit mehr als zwei Jahrhunderten (vgl. Menger 2006: 14).

---

nischen Fortschritt, der maschinellen Industrialisierung, der Gestaltung der gesellschaftlichen Machtverhältnisse nach streng eingehaltenen Regeln und dem – auch demokratischen – Gesetz der Mehrheit« (Menger 2006: 18, meine Kürzung). So stellt sich die Frage, wie angesichts eines auf individueller Authentizität beruhenden Differenzprinzips (das im ausgehenden 18. Jahrhundert eingefordert wurde), gesellschaftlicher Zusammenhalt hergestellt werden kann (vgl. ebd.).

Die zwanghaft wirkende Trennung von ökonomischen und künstlerischen Orientierungen, die im 18. Jahrhundert begann, scheint heute von der genau gegenteiligen Entwicklung, der ebenso zwanghaften Verknüpfung wirtschaftlicher und künstlerisch-kreativer Tätigkeiten und Werthaltungen abgelöst zu werden. Wurde der Künstler ehemals ausgegrenzt und von anderen gesellschaftlichen Sphären abgeschottet, so scheint die politische »Wiedergutmachung« heute in der gesellschaftlichen »Totalinklusion« des Künstlers zu liegen. Mit dieser Inklusion ist auch eine weitläufige Entgrenzung des Verständnisses von Kunst und Künstlern verbunden. Kunze zufolge werden gegenwärtig »die Begriffe von Kunst und Künstlertum auf jedes selbstverantwortete Ein- und Ausatmen« (Kunze 2008: 340) angewandt. Heute kann jeder zum Künstler werden. Das künstlerische Potential wird zunehmend in öffentlichen »Talentwettbewerben« bestimmt (vgl. Menger 2006: 33 ff.). Jeder ist eingeladen, sich zu bewerben. Kunze begegnet der Vermarktlichung künstlerischer Begabung mit Skepsis: »Für jedes Gebiet künstlerischer Betätigung gibt es heutzutage so etwas wie Rankings, Polls, Hitparaden – wer die anführt, ist ein Großkünstler« (Kunze 2008: 341). Freilich nicht automatisch – sogar eher selten – »ein großer Künstler, was Wagemut, Neugier, Innovationskraft betrifft. Die können nur ausgelebt werden, wenn modernes Mäzenatentum dahintersteht – oder eben finanzielle Unabhängigkeit« (ebd.). Doch »nur wenige Künstler erreichen je die materiellen Lebensumstände des Bürgertums, das sie mit geistigen Anregungen beliefern. Der arme Künstler ist, wie die meisten Klischees, nur allzu wahr« (ebd.: 343, vgl. auch Abbing 2006: 124 ff.). Das Bild des Künstlers hat sich in den vergangenen zwei Jahrhunderten sehr wesentlich verändert; das Klischee des »armen Künstlers« scheint allerdings zeitlos zu sein. Es ist über die Jahrzehnte hinweg auch Teil des künstlerischen Selbstverständnisses geworden (vgl. Lorey 2007). Zwar ist heute jeder »eingeladen«, Künstler zu sein, doch scheint das Arbeiten und Leben als Künstler, auch abgesehen von der ökonomischen Lage, nicht »einfacher« geworden zu sein. Kunze zufolge war es möglicherweise nie schwieriger, Künstler zu sein – »im absolut disparaten globalsimultanen Ewigjetzt der Geschichte. Denn das heißt, den Versuch zu unternehmen, das Leben als Totalität zu begreifen, die in keiner Parole aufgeht« (Kunze 2008: 344), als Ort aller Möglichkeiten, wunderbarer und schrecklicher – als unabsehbar. »Künstler sind und bleiben Leute, die einsehen, dass das Leben nicht zu fassen ist. Und die es dennoch versuchen« (ebd.).

Im Laufe der Geschichte waren »die Kreativen vor allen Dingen: Außenseiter, Verrückte, Spinner, Irre, die man zu Lebzeiten gerne an den Rand der Gesellschaft drängte« (Lotter 2007: 54). Diese »Künstler-Rollen« entsprechen jedoch nicht dem »Zeitgeist« der kreativen Wissensökonomie. Protagonisten der »kulturunternehmerischen Revolution« begrüßen den hohen sozialen Status, der den Künstlern heute zukomme (vgl. z. B. Florida 2002, 2005, Leadbeater 2007, 2008, Lotter 2007). Dass dem in der Vergangenheit nicht so war, liegt deren Urteil zufolge vor allem an den »Kreativen« selbst. Denn diese haben den »Mythos der gestörten Kreativen« mitgenährt, indem sie es sich lange *außerhalb der politischen Ökonomie* »bequem gemacht« und an dieser Randposition Gefallen gefunden haben (vgl. Lotter 2007: 54 f.). Heute

wird das bis ins 20. Jahrhundert hinein dominierende Bild – der Künstler als Gegenentwurf zum »homo oeconomicus« – nicht mehr als »adäquat« angesehen (vgl. Mayerhofer/Mokre 2006: 296, Loacker/Munro 2009). Lotter zufolge ist es »höchste Zeit«, dass die Künstler und Kreativen ihr Funktionsverständnis aktualisieren und den »neuen Bedingungen« anpassen (vgl. auch Koppetsch 2006: 181). Dabei ist nach Lotter ein erster notwendiger Schritt, dass sich die Künstler vom sicheren »Elfenbeinturm« sowie vom Selbstbild einer zwanghaft nicht-profitablen künstlerischen Tätigkeit und Existenz verabschieden (vgl. Lotter 2007: 61). Kritik wird in diesem Zusammenhang auch am in Europa nach wie vor dominierenden künstlerischen Selbst-Verständnis geübt, das an der Vorstellung des sog. »kreativen Genies« festhalte. Nach Lotter (2007: 61 f.) zeichnet sich dieses Verständnis durch Abgrenzung, Andersartigkeit, Unverständlichkeit und vor allem auch Unselbständigkeit aus. Es wird als »weltfremd« dargestellt – es »ist« nicht beziehungsweise zu wenig markt- und lösungsorientiert (vgl. dazu kritisch die Beiträge in Raunig/Wuggenig 2007).

Der normative Rahmen des kulturunternehmerischen Diskurses fördert beziehungsweise legt eine Veränderung des künstlerischen Selbstverständnisses nahe (vgl. Mayerhofer/Mokre 2007). Mit der diskursiven Neubewertung des Kunst- und Kulturfeldes geht somit auch eine Neupositionierung der in diesem Feld Tätigen einher. Der »culturepreneurial« Diskurs *weist* Kunst- und Kulturarbeitern einen Platz in der gesellschaftlichen Mitte zu und versieht sie mit einem ganz bestimmten Anforderungs- und Kompetenzprofil. Er macht den Künstler zum kreativen »Kulturunternehmer« (vgl. Loacker/Munro 2009), welcher wiederum als »Paradeexemplar« des modernen Wirtschaftssubjekts inszeniert wird. Der »Kulturunternehmer« nimmt die Probleme, die mit der Dekonstruktion der Wirtschafts- und Arbeitswelt einhergehen, aktiv »in Angriff« (vgl. Misik 2007: 81 f.); er wird so auch zum idealtypischen Vertreter des »kreativen Lebensstil«-Modells (vgl. Koppetsch 2006: 144 ff., Menger 2006, von Osten 2007). Den Befürwortern der Kulturreform geht die Neu-Positionierung der Kunst- und Kulturschaffenden dennoch nicht schnell genug. Kritik am Bild des zeitgenössischen Künstlers wird nicht zugelassen. Aktuelle Ökonomisierungs-, Flexibilisierungs- und Individualisierungstendenzen werden den Reformprotagonisten zufolge ohnedies nur von denjenigen kritisiert, »die es nötig haben« – und das sind die »Erfolglosen« oder die bereits »Gescheiterten«; nur diese stampfen »wütend gegen die totale Kommerzialisierung der Wissenschaft« (Lotter 2007: 62) oder »gegen den Einbruch des Kapitalismus in die Künste auf« (ebd.).<sup>3</sup>

Betrachtet man das Bild des Künstlers und des Künstlerhabitus<sup>7</sup> im historischen Wandel, so zeigt sich zusammenführend vor allem eines: »Die aus dem 19. Jahrhundert ererbte Vorstellung, die den Idealismus und die Selbstaufopferung des Künstlers gegen den berechnenden Materialismus und die Arbeitswelt ausspielte und der Figur

3 Im Zuge der »New Public Management«-Reform wurden auch im Bereich der öffentlichen Institutionen Marktöffnung und Leistungsorientierung als oberste Prämissen der Geschäftstätigkeit definiert. All jene, die das Ausmaß dieser »Managerialisierung« kritisierten, wurden ebenfalls als »erfolglos« oder »leistungsschwach« bezeichnet (vgl. du Gay 1996, 2000).

des originellen, provozierenden und rebellischen Künstlers die Gestalt des konformistischen und spießbürgerlichen Bourgeois entgegenhielt« (Menger 2006: 10), hat sich im flexiblen Kapitalismus verflüchtigt. Der künstlerisch-kreative »Kopf« ist zum Leitbild der flüchtigen Moderne und deren Gouvernementalität geworden (vgl. Lazzarato 2004). Bevor die »Leitbild«-Konstruktion des Künstlers und des Kulturfeldes im Detail erörtert wird, erscheint es allerdings notwendig, das Konzept der so genannten creative industries und dessen Entstehungshintergründe näher zu erläutern.

#### *Konzept und Politik der »Creative Industries«*

»Sie erwarten von mir, dass ich Ihnen sage, dass ich Ihnen definiere: Was ist Kunst? Und wenn ich es wüsste, ich würde es für mich behalten.« (Picasso)

Seit etwa zwei Jahrzehnten rückt *die ökonomische Bedeutung von »Kreativität«* in den Vordergrund des internationalen Kunst- und Kulturdiskurses. Ihre Ursprünge findet diese Entwicklung in Großbritannien (vgl. Mayerhofer/Mokre 2007: 293). In den 1980er Jahren wird dort die einsetzende »Vermarktlichung« von Kultur bereits spürbar. Ihren Ausdruck fand diese Entwicklung zuerst im Konzept der »cultural industries«, welches im Jahr 1992 vom *Greater London Council* eingeführt wurde. Mit diesem wird der kulturelle Sektor erstmals offiziell als Wirtschaftszweig bestimmt. Unter dem Begriff »cultural industries« wird die Herstellung, Distribution und Konsumtion von Produkten mit hohem Symbolcharakter subsumiert, dessen ökonomischer Wert sich von deren immateriellem Wert ableitet (vgl. EÖK/Erster Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht 2003: 6, Hesmondhalgh 2007: 36, O'Connor 2000). Mit dem »Boom« der neuen Medien in den neunziger Jahren wird der Begriff jedoch bald vom wirtschaftspolitischen Konzept der »creative industries« (im Folgenden in der Regel mit CI abgekürzt) abgelöst. Das britische *Department for Culture, Media and Sport* führt in den Jahren 1997 und 1998 die erste Studie zur Bedeutung des ökonomischen Potenzials der »creative industries« durch. Ergebnis der Untersuchung, die EU-weiten Einfluss hatte: das ökonomische Potenzial des kulturellen und kreativen Bereiches wurde als außerordentlich hoch eingeschätzt. In dieser Studie wurde die heterogene CI-Branche auch zu definieren versucht. Diese Begriffsbestimmung bezieht in das Feld der »Kreativindustrien« all jene Industrien und Aktivitäten mit ein, »which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property« (Mapping Document des Departments for CMS 1998: 3). Die Definition streicht vor allem zwei »Charakteristika« der CI-Branche hervor, die für die weitere Analyse des Konzepts noch von Bedeutung sein werden: Einerseits bringt die Begriffsbestimmung die Individualisierung und Individualisierbarkeit kreativer, künstlerischer und intellektueller Fähigkeiten zum Ausdruck (vgl. auch EÖK 2003). Andererseits hebt sie den ökonomischen Nutzen kreativer Arbeit

und die Verwertbarkeit und Vermarktlichung des kulturellen Sektors hervor (vgl. Mapping Document des Departments for CMS 1998: 3 f.).

Auffallend ist zudem, dass der Begriff *creative industries* erstmals in Großbritannien im Jahre 1997 auftaucht, just in dem Jahr, in dem Tony Blair als Vorsitzender der *Labour-Partei* zum Premierminister gewählt wurde. Blair stellt die »creative economy policy«, die Förderung von Bildung und Kultur, in den Mittelpunkt seines Regierungsprogramms. Mit der Initiative »creative Britain«, die auch unter dem Begriff »cool Britannia« Verbreitung gefunden hat, möchte Blair Großbritannien zum Vorreiter der »kreativen Gesellschaften« etablieren (vgl. Leadbeater 2007: 67). Als Intention seiner Bildungsoffensive formuliert er »den Einbezug von Kunst und/oder künstlerischen Strategien in alle Bereiche der Bildungsarbeit, der Wirtschaft und des Sozialwesens« (Mörsch 2003: 62). Das Programm setzte dazu vor allem zwei Schwerpunkte: einerseits die Schaffung von Strukturen, die die direkte Kooperation von Kultur, Kunst und Wirtschaft intensivieren und nachhaltig fördern. Andererseits die Umsetzung eines Maßnahmenkatalogs zur »kreativen Sozialisierung« der britischen Bevölkerung, welcher bereits bei der kindlichen Früherziehung ansetzt (vgl. EÖK 2003: 6). Als die wichtigsten Aufgabenbereiche und Zielsetzungen der »creative Britain«-Kampagne wurden »social inclusion«, »regeneration«, »access« und »diversity« definiert (vgl. Mapping Document des Departments for CMS 1998).<sup>4</sup>

Zehn Jahre später, im März 2007, hält Tony Blair im Londoner *Tate Modern*, eines der weltweit größten Museen für moderne Kunst, eine Rede, in der er auf seine Amtszeit zurückblickt.<sup>5</sup> Immer noch hält er daran fest, dass Kultur und deren Förderung im Mittelpunkt seiner Arbeit standen, und er betont nochmals seine zentrale politische Zielsetzung von 1997: »to make the arts and culture part of our ›core script« (Blair 2007). In diesem Zuge wiederholt Blair einige »wichtige« Aufgaben, Funktionen und Wirkungen von Kunst und Kultur. Den größten Beitrag, den das Feld seines Erachtens auf individueller und sozialer Ebene leistet, sieht er darin, dass »art, more than any programme of Government, worthy and necessary though those are, can make people consider, see things differently, understand where the other comes from« (ebd.). Zugleich betont Blair, dass der Kultursektor auch entscheidende nationalökonomische Beiträge liefere, und das bedeutet: »A nation that cares about art will not just be a better nation. In the early 21st Century it will be a more successful one« (ebd.).

Diese neuen Zuschreibungen und Erwartungen an das Kunst- und Kulturfeld verweisen darauf, dass das CI-Konzept die ökonomischen, politischen und sozialen Rah-

4 Zeitgleich tauchen erste kritische Stimmen auf, die die Ambivalenzen dieser Strategie der Kulturförderung thematisieren. So wird kritisch angemerkt, dass eine zu starke Orientierung am Publikum und an Publikumszahlen sich auf die Ausrichtung und damit Qualität künstlerischer Darbietungen auswirken würde. Auch der monokausale Bezug zwischen Kunst und gesellschaftlichem Nutzen wird problematisiert. Vor allem aber wurde bereits zu diesem Zeitpunkt vereinzelt darauf hingewiesen, dass der Künstler als Vorbild einer deregulierten und ökonomisierten Arbeitswelt benutzt werde (vgl. Mörsch 2003: 63ff., Dalton 2001).

5 Die Rede Blairs ist abrufbar auf der Webseite der britischen Regierung unter [www.number10.gov.uk/Page11166](http://www.number10.gov.uk/Page11166).



menbedingungen der Kunst- und Kulturproduktion – und damit auch die künstlerische Tätigkeit – verändert (vgl. Mayerhofer 2003: 39). Der CI-Diskurs stellt »Kreativität« in den Mittelpunkt der künstlerischen und kulturellen Produktion. Dabei wird Kreativität allerdings als *ökonomische* Ressource konzipiert, »die der Markt gleichermaßen mobilisiert wie verbraucht« (Bröckling 2004 b: 141). Bevor nun das Konzept der CI, das heute zur wirtschaftspolitischen Strategie jedes EU-Landes gehört, näher spezifiziert wird, muss vorweg auf eines hingewiesen werden: Es ist weder möglich, das Feld und die Akteure der CI eindeutig zu definieren, noch ist es möglich, das (analytische) Konzept von der (normativen) Politik der CI klar abzugrenzen (vgl. Alanen 2007). Wenn auch die Rede vom CI-»Diskurs« berechtigt scheint, so lässt sich konsequenterweise auch dieser nicht klar bestimmen. Vielmehr scheinen die »creative industries« – ebenso wie »Kreativität« – heute einen »Interdiskurs« zu konstituieren, der in verschiedenen sozialen Feldern und wissenschaftlichen Disziplinen agiert und wirkt (vgl. Link 1983).

Das Konzept der CI als Wirtschafts- und Arbeitszweig umfasst eine Vielzahl an kulturellen Branchen und Tätigkeiten. In den CI-Berichten der einzelnen EU-Nationen finden sich eng und weit gefasste Definitionen des Feldes. Zumeist werden unter dem »Label« CI sowohl die künstlerischen Kernbereiche, die angewandten Künste, der Bereich der »cultural industries« und neue »kreative« Berufsbilder, die vor allem in Folge technologischer Entwicklungen entstanden sind, subsumiert. Ebenso findet sich in vielen Begriffs- und Konzeptbestimmungen der kulturtouristische Bereich als Teil der CI wieder (vgl. Mayerhofer 2003, Mayerhofer/Mokre 2007). Etwas spezifischer – eine in der Literatur häufig zitierte Definition der CI-Branche bezieht folgende Berufsfelder mit ein: »Die creative industries umfassen alle Branchen der klassischen Kulturwirtschaft und die Kreativbranchen Werbung und Entwicklung von Software und Computerspielen« (EÖK 2003: 8 f.). Als Kernbranchen der Kulturwirtschaft werden »das Verlagswesen, die Filmwirtschaft, Privatfernsehen beziehungsweise -radio, Musik, visuelle und darstellende Kunst, Journalistenbüros, Museums-Shops, kommerzielle Kunstaustellungen, Einzelhandel mit Kulturgütern, Architektenbüros und die Designwirtschaft« (ebd., vgl. auch Pieper 2007: 100) genannt.

Diese Auflistung verdeutlicht die Heterogenität des CI-Feldes. Zudem finden sich sowohl im Bereich der analytisch-konzeptionellen CI-Literatur also auch in den entsprechenden politisch-normativen Studien sehr unterschiedliche Auffassungen und Begriffsverständnisse von Kunst, Kultur und Kreativität. Auch wird innerhalb des CI-Konzepts kaum zwischen künstlerischer, kultureller und so genannter kreativer Arbeit unterschieden (vgl. auch Mayerhofer 2003: 40 f.). In Bezug auf die *Produkte* und *Services* der CI-Branche wird die Herstellung von Gütern mit hohem *symbolischem Wert* beziehungsweise Kapital als Gemeinsamkeit bestimmt (vgl. O'Connor 2000). Was den Arbeitsprozess selbst betrifft, so wird als gemeinsamer Nenner der CI-Branchen »Kreativität als wesentlicher *Produktionsfaktor*« definiert. Unter Kreativität wird dabei prinzipiell alles verstanden, »was irgendwie Neues schafft« (Lotter 2007: 56). Die Zusammenfassung derart verschiedener Branchen unter dem Label CI erscheint nicht nur

diffus sondern auch problematisch. Die einzelnen Felder zeichnen sich durch sehr unterschiedliche Arbeitsinhalte aus. Ebenso sind in diesem Feld sehr verschiedene Organisationsformen von Arbeit zu finden. Die in den CI Beschäftigten sehen sich auch mit unterschiedlichen wirtschaftlichen und sozialen Zwängen konfrontiert (vgl. Mayerhofer 2003). Damit in Zusammenhang steht auch die Tatsache, dass die den CI zugeschriebenen Tätigkeitsfelder heterogene Ausrichtungen aufweisen. Sowohl kulturvermittelnde als auch kunstproduzierende Aktivitäten werden innerhalb der CI zusammengefasst. Das Feld der »Kreativwirtschaft« integriert kulturelle Tätigkeiten, die entweder in den privatwirtschaftlichen Bereich, den öffentlichen oder den Non-Profit-Bereich fallen. Die meisten CI-Konzepte fokussieren jedoch den privatwirtschaftlichen, gewinnorientierten Bereich der Branche (vgl. EÖK 2003: 2, vgl. auch Hesmondhalgh 2007: 12 ff.).<sup>6</sup> Im Unterschied beispielsweise zu Österreich rechnet das Land Nordrhein-Westfalen nur gewinnorientierte Kunst- und Kulturorganisationen den CI zu. In seinem vierten Kulturwirtschaftsbericht definiert das Bundesland: Das zentrale Kriterium für die Unternehmen und »Tätigkeiten der Kulturwirtschaft ist, dass sie erwerbswirtschaftlichen Zielen nachgehen. Der Output der Kulturwirtschaft umfasst die Vorbereitung, Schaffung, Vermittlung, Verbreitung und Erhaltung von künstlerischen, kulturellen und medialen Produkten, Waren und Dienstleistungen« (Kulturwirtschaftsbericht des Landes Nordrhein-Westfalen 2001: 9 ff.).

Die Unterschiedlichkeit des Feldes, die Vielzahl an Definitionen und die diffus verlaufende Grenze zwischen politischen und analytischen CI-Ansätzen macht es auch schwierig, die CI als zunehmend bedeutender Wirtschafts- und Arbeitszweig des EU-Raumes qualitativ und quantitativ zu erfassen. Das ist weniger für den vorliegenden Beitrag problematisch, als für jene wirtschaftspolitischen Institutionen und Akteure, welche sich die Erfassung und strategische Steuerung dieses Feldes zur Aufgabe gesetzt haben (vgl. EÖK 2003: 6). Der Bericht der *Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland«* (Deutscher Bundestag 2008: 499) nennt beispielsweise die Entwicklung einer »angemessenen« CI-Steuerungsstrategie als eine der großen Herausforderungen der Zukunft, auch wenn oder gerade weil der »Doppelcharakter kultureller Güter und Dienstleistungen – sowohl Träger von Ideen und Wertvorstellungen zu sein als auch auf Märkten gehandelt zu werden« (ebd.), die Organisation des Feldes aus wirtschaftspolitischer Perspektive besonders schwierig mache. Mehrere Untersuchungen weisen darauf hin, dass in den vergangenen zehn Jahren der künstlerische und kreative Bereich als Wirtschaftssektor sowohl auf der Angebotsseite (Beschäftigung, Produktion und Marktpräsenz) als auch auf der Nachfrageseite (Interesse an und Ausgaben für kulturelle Veranstaltungen etc.) deutlich gewachsen ist. Sie prognostizieren zudem, dass sich diese Entwicklung weiter verstärken wird (vgl. Menger 2006: 13, Caves 2000, Florida 2005). Kaum ein europäischer Staat will heute noch auf seinen jährlichen Bericht über die Bedeutung und die Entwicklung seines »Kreativwirtschafts-Sektors« verzichten.

---

6 Zu näheren Ausführungen in Hinblick auf die Abgrenzung und Abgrenzungsproblematiken zwischen Kunst und Kultur siehe Zembylas (2004).

Auffallend ist dabei, dass in allen politischen CI-Studien das Feld vordergründig als »Wirtschaftsfeld« thematisiert und analysiert wird. Der Fokus dieser Untersuchungen liegt stets auf dem ökonomischen Potential der Branche (vgl. Studie zu den Wiener CI 2004: 17). Untersuchungen zum sozialen und kulturellen Potential, zum ethisch-ästhetischen Kapital oder demokratisierenden und kritischen Potential gibt es bislang praktisch nicht (vgl. Abbing 2006, Raunig/ Wuggenig 2007). Im Folgenden wird der Arbeits- und Wirtschaftszweig CI exemplarisch veranschaulicht. Dabei wird vor allem auf die österreichische und deutsche »Kreativ- und Kulturwirtschaft«, aber auch auf die CI im EU-Raum Bezug genommen. Diese *Charakterisierung der CI-Branche* soll einerseits über die Größe und die Aktivitäten des Feldes »informieren«, andererseits aber vor allem zum Ausdruck bringen, welche Dimensionen und Argumente der politische CI-Diskurs schärft. Darüber soll sichtbar gemacht werden, *wie* auf das Feld geblückt beziehungsweise wie dieses konstituiert wird.

Kooperations-, Netzwerk- und Clusterstrukturen charakterisieren das Kulturfeld.<sup>7</sup> Es zeichnet sich zudem durch eine hohe Dynamik, Flexibilität und Mobilität sowie durch kurzfristige, zumeist projektbasierte Beschäftigungsformen aus. Den in diesem Feld tätigen Menschen werden zum einen eine besonders hohe fachliche Qualifizierung und ein hoher Bildungsstand, zum anderen eine hohe intrinsische Arbeitsmotivation zugeschrieben (vgl. Misik 2007: 88 ff.). Die CI-Studien bezeichnen den »Kreativwirtschaftssektor« als jungen und dynamischen Wirtschaftszweig. Die Hälfte der Creative-Industries-Unternehmen wurde erst in den letzten zehn Jahren gegründet. Auch die weitere Nachfrageentwicklung wird als sehr positiv eingeschätzt, denn die Branche weist eine Innovationsneigung auf, die wesentlich höher ist als die anderer Bereiche des Dienstleistungssektors. Dieser Umstand wird auf das große kreativ-künstlerische Potential des Arbeitsfeldes zurückgeführt (vgl. Studie zu den Wiener CI 2004: 12 f., vgl. auch Studie der Europäischen Kommission zu Kultur, Kulturwirtschaft und Beschäftigung 1998: 19 ff.). In Österreich wurden im Jahr 2000 zehn Prozent aller Unternehmungen dem Kreativwirtschaftsbereich zugeordnet.<sup>8</sup> Im selben Jahr waren 130 000 Beschäftigte in den CI tätig. Gegenüber dem Jahr 1995 stellt das eine Zunahme von nahezu einem Drittel dar (vgl. EÖK 2003: 2). Im Jahr 2001 waren bereits 15 Prozent aller in Wien Beschäftigten in den CI tätig. Betrachtet man die Beschäftigungsverteilung innerhalb der einzelnen Kulturfelder der CI etwas näher, so fallen jedoch eklatante Unterschiede auf: während die drei Bereiche »Software, Multimedia, Internet«, der audiovisuelle Bereich mit »Film und Fernsehen« sowie der Bereich »Grafik, Mode und Design« mit 56 Prozent den höchsten Beschäftigungsanteil auf-

7 Das Museumsquartier in Wien wird gemeinhin als Vorzeigebeispiel im Zusammenhang mit der hohen Bedeutung der sozialen Komponente in »Kreativwirtschaftsclustern« genannt. Beispielhaft kann an dieser Stelle aber auch das 2002 gegründete »alternative Kulturunternehmerzentrum Schraubenfabrik« in Wien genannt werden ([www.schraubenfabrik.at/](http://www.schraubenfabrik.at/)), in welchem etwa 20 so genannte Mikrounternehmen zusammenarbeiten.

8 In Österreich werden die Branchen kulturelles Erbe, darstellende Kunst, der sog. audiovisuelle und der visuelle Bereich, die Bereiche Buch und Presse sowie der »transversale Bereich« (z. B. Künstleragenturen) dem Feld der CI zugerechnet (vgl. EÖK 2003: 2).

weisen, weisen die Bereiche bildende und darstellende Kunst nur sechs Prozent des Beschäftigungsvolumens der Österreichischen CI auf (vgl. Studie zu den Wiener CI 2004: 21 ff.). Auch in anderen EU-Ländern steigt zwar das Beschäftigungsniveau der CI-Branche insgesamt an, allerdings stellen auch in diesen die traditionellen »Kern-Künste« nur einen marginalen Teil dar. Im Jahr 2002 waren im EU-Raum 6,5 Millionen Menschen in den CI beschäftigt (vgl. Pieper 2007: 100). In dieser Branche stellen »Mikrounternehmen« und Einpersonunternehmen (EPU) die dominante Organisationsform von Arbeit dar. In Wien sind 50 Prozent der CI-Unternehmen EPUs. Im EU-Raum findet sich eine ähnlich hohe Selbständigenquote. Die in diesem Feld erwerbstätigen Menschen erwirtschafteten im Jahr 2000 über 20 Milliarden Euro in Österreich; das ist gegenüber 1995 eine Zunahme von 50 Prozent.<sup>9</sup> Dieser Ertrag entspricht einem Beitrag von 6,6 Milliarden Euro zur Bruttowertschöpfung im Jahr 2000 (vgl. EÖK 2003: 2 f.). Die »deutschen CI« setzten 111 Milliarden Euro im Jahr 2004 um. Sie erwirtschafteten damit knapp drei Prozent des Bruttoinlandsproduktes und damit ebenso viel wie die deutsche Automobilindustrie (vgl. Pieper 2007: 100).

Die *Wirtschaftsentwicklung* der CI wird aufgrund dieser Zahlen als insgesamt positiv angesehen, dennoch weisen die entsprechenden Analysen auf einzelne »Problemfelder« hin, die eine schnellere und effektivere Entwicklung des Feldes behindern. So unterstreichen Untersuchungen zum ökonomischen Potential des Arbeits- und Wirtschaftszweiges immer wieder, dass die Branche zu wenige internationale Aktivitäten setze. Das »Exportpotential« sei zwar prinzipiell groß, praktisch werde es allerdings nicht genutzt. Kritisiert werden darüber hinaus fehlendes betriebswirtschaftliches und rechtliches Know-how, fehlende professionelle Unternehmensstrukturen,<sup>10</sup> die geringe Kapitalausstattung von selbständigen Kunst- und Kulturschaffenden und der unterdurchschnittliche Zugang zu Fördermitteln – nur knapp 20 Prozent der CI-Unternehmen erhalten Wirtschaftsförderungen.<sup>11</sup> Auch auf Schwierigkeiten beim Zugang zu externen Finanzierungsquellen weisen die Studien hin (vgl. EÖK 2003: 13 ff., vgl. auch Deutscher Bundestags 2008: 339). Nichtsdestotrotz zeigen die CI wie illustriert eine sehr große Wachstumsdynamik, die auch in der zunehmenden Bedeutung der Branche an der EU-Gesamtwirtschaft zum Ausdruck kommt. Von politischer Seite wird immer wieder betont, dass andere Wirtschaftsbereiche, wie beispielsweise der Tourismus, von den »Leistungen der Kreativen« in hohem Maße profitieren. Das große ökonomische Potential und die steigende soziokulturelle Bedeutung des Feldes machen es nun verständlich, dass das wirtschafts- aber auch das beschäftigungspolitische Interesse an den CI seit einigen Jahren zunimmt (vgl. EÖK 2003: 3). Denn nicht nur in Bezug auf die allgemeine Wachstumsrate sondern auch in Bezug auf die Beschäftigungsentwick-

9 Die Kunst- und Kulturförderungen der öffentlichen Hand machten im selben Jahr 1,9 Milliarden Euro aus, wobei der überwiegende Teil dieser Subventionierung in den öffentlich-institutionalisierten Kunst- und Kulturbereich floss (vgl. EÖK 2003: 2 f.).

10 Nach Koppetsch (2006) ist der CI-Professionalisierungsgrad allerdings gerade aufgrund steigender Marktabhängigkeit gering (vgl. ebd.: 182).

11 In den politischen Studien wird stets von Wirtschaftsförderung, jedoch nie von Kulturförderung gesprochen.

lung wird den CI ein signifikantes Gewicht zugeschrieben. Damit verbunden ist auch die prinzipielle Erwartung, dass besonders »kreative« und innovative Sektoren kontinuierlich neue Arbeitsgebiete und neue Berufsidentitäten hervorbringen (vgl. Menger 2006: 29). Dieser Charakterisierung zufolge scheint sich die »Vorbild«-Konstruktion des Kulturfeldes beziehungsweise der CI aus dem spezifischen wirtschafts- und arbeitsmarktpolitischen Entwicklungspotential sowie dem »kreativen Leistungsvermögen« zu ergeben. Der Kulturbereich wird heute als »Quelle der wirtschaftlichen und kulturellen Dynamik eines Landes« (ebd.: 13) vor- und dargestellt. Auch die vielen positiven Ausstrahlungswirkungen, die von den CI erwartet werden, machen das Feld zum Leitbild der flexiblen Wissensökonomie.

In der Netzwerkgesellschaft wird dem kreativen Potenzial von *Städten* eine zentrale Bedeutung bei der »Generierung von Wirtschaftswachstum« zugeschrieben (vgl. Florida 2002, 2005, dazu kritisch z.B. Nesbitt 2008). Darum muss Kreativität heute auch als nationaler Standort-, und Prestigefaktor fungieren (vgl. Mayerhofer/Mokre 2007: 301 f., Menger 2006: 13). Ein attraktives »Image«, ein wirksames »branding« ist allerdings genauso von Unternehmen und Beschäftigten gefordert. Der CI-Diskurs hält *Unternehmen* dazu an, die innovatorischen Potentiale des »Kulturfeldes Kunst und Kultur« (Misik 2007) zu »nützen« (vgl. Studie der Wiener CI 2004: 21). Unter hochkompetitiven Umweltbedingungen liefert das Feld Möglichkeiten zur heute unverzichtbaren Differenzierung. Kultur entwickle das symbolische Kapital von Unternehmen und fördere die »Ästhetisierung« von Produktlinien und Marken. Symbolisches Kapital wiederum fördert die Identifikation mit Unternehmen und deren Produkten, soweit jedenfalls die Erwartung (vgl. Handy 1998: 287 f., Misik 2007: 94 f.). Damit ist schließlich auf ein weiteres Potential des Kulturfeldes beziehungsweise der CI verwiesen – dem Feld kommen auch wichtige *Identifikationspotentiale* zu. Kultur stiftet Identität – und so gestalten die CI heute die Identität von Städten, Organisationen und Individuen mit. Kultur schafft Werte, Verbindung und Verbundenheit – die CI konstituieren Anziehung und fördern die Identifikation mit spezifischen »Orten«, vor allem aber schaffen sie Verbindlichkeit. In der flüchtigen Moderne wird die sinn- und identitätsstiftende Kraft der CI somit zu einem erwünschten Orientierungs- und Ankerpunkt. Diese »Leistung« verweist wiederum darauf, dass das Kulturfeld wesentlich mehr als »einfach nur« Lebensqualität schafft: es prägt Existenzformen und Lebensstile (vgl. Lazzarato 1998: 62). Zusammenfassend schreibt der CI-Diskurs dem Kunst- und Kulturfeld heute also vor allem folgende *Funktionen*, Aufgaben und Zuständigkeiten zu: Das Feld schafft *soziale Kohäsion* sowie sozialen und wirtschaftlichen *Wohlstand*. Es ist Motor für wirtschaftliche Entwicklungen, es schafft *Arbeitsplätze* und neue Arbeitsbereiche. Des Weiteren erhöht das Kulturfeld das symbolisch-*ästhetische Kapital* und fördert so die Attraktivität und Anziehungskraft von Wirtschaftsstandorten. Dem Kunstfeld kommt zudem eine wichtige *integrierende Funktion* zu. Es konstituiert und artikuliert individuelle und kollektive Identitäten. Schließlich kommt der Branche auch eine *Bildungsfunktion* zu. Kunst wird in der Wissensökonomie als zentrales »reflexions- und wissensgenerierendes Medium« (Zembylas 2007: 275) bestimmt.

Die ehemalige Berliner Kultursenatorin Goehler erachtet die CI gar als Vorreiter einer neuen Gesellschaftsform. Ihrer Einschätzung nach ermöglicht das Kulturfeld die schon lange notwendige Umgestaltung des unflexiblen und allzu regulierten »Sozialstaates« hin zur dynamischen »Kulturgesellschaft«. Goehler fordert die Politik auf, diesen Umgestaltungsprozess »im Interesse aller« künftig gezielter und nachhaltiger zu unterstützen (vgl. Goehler 2006). Da das Kulturfeld heute zum Hoffnungsträger der Wissens- und Netzwerkgesellschaft gemacht wird, wie es in obigen Ausführungen zu verdeutlichen versucht wurde, wird es auch »förderungswürdig«.<sup>12</sup> Die systematische Förderung der Branche verlangt auch eine im Jahr 2004 veröffentlichte Studie über die Wiener CI: »Akzeptiert man die Hypothese, dass in Zukunft wesentliche Impulse für die wirtschaftliche Entwicklung von der Verwertung von kulturellen Gütern und Kreativität ausgehen werden, dann scheint eine systematische Förderung dieses Sektors naheliegend« (Studie der Wiener CI 2004: 21). Für den vorliegenden Beitrag erscheint das Konzept der CI vor allem in zweierlei Hinsicht von Relevanz. Zum einen weist dieses Beschäftigungsfeld auf die weitreichenden Veränderungen des Kunst- und Kulturfeldes hin, die sich seit etwa zehn Jahren abzeichnen. Diese Veränderungen nehmen auch Einfluss auf das Handeln der Kulturschaffenden (vgl. Loacker 2010). Zum anderen erscheint das Feld vor dem Hintergrund aktueller arbeitsweltlicher Transformationsprozesse von Relevanz zu sein. Die CI sind ein sehr wettbewerbsintensives und »vermarktlichtes« Feld, in dem projektförmige und flexible Arbeits- und Organisationsformen dominieren. Im Folgenden sollen nun jene Veränderungen, auf die das wirtschaftspolitische Konzept der CI verweist beziehungsweise welche dieses erzeugt, explizit gemacht werden. Vor diesem Hintergrund kann auch die Konstitution des Kunst- und Kulturfeldes als Leitbild der Netzwerkökonomie verständlicher gemacht werden (vgl. Misik 2007).

*Die Auswirkungen der »Creative Industries«-Politik:  
Ökonomisierung von Kultur, Kulturalisierung von Ökonomie*

»Business art is the step that comes after art.«  
(Andy Warhol)

Für die Problemstellung dieses Beitrags ist es in erster Linie interessant und wichtig, bestimmte Logiken, Funktionsweisen, Bedeutungszusammenhänge und Sinnkontexte des CI-Diskurses transparent zu machen. Es geht also nicht darum, die aktuelle »Lage des Kulturfeldes« mitsamt seinen Steuerungs- und Förderungsstrategien zu beurteilen. Es sei auch darauf verwiesen, dass es zu einfach wäre und den Entwicklungen des Kultursektors nicht gerecht werden würde, würde man sie allesamt verurteilen. Ähnliches gilt in Bezug auf die wirtschafts- und kulturpolitischen Förderungsmaßnahmen.

---

<sup>12</sup> Wenn auch viele der im Kulturfeld tätigen Menschen von einer »systematischen Förderung« kaum etwas wahrzunehmen scheinen. Die Verteilung von Fördermitteln wird in der Regel als nicht nachvollziehbar bezeichnet. Auch werden die entsprechenden Förderungspraktiken nicht als angemessen oder »gerecht« empfunden (vgl. Mayerhofer 2003).

So erscheinen beispielsweise Bemühungen, die Unternehmens- und Organisationsstrukturen innerhalb des CI-Feldes zu verbessern, prinzipiell als durchaus sinnvoll – wenn auch an die Professionalisierung von Arbeits- und Berufsfeldern oftmals die Forderung nach Verwertbarkeit beziehungsweise Kommerzialisierung gekoppelt wird (vgl. auch Misik 2007: 91). Es fällt auch relativ leicht, die gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Vorteile wahrzunehmen, die mit einer steigenden Kulturalisierung einhergehen. Schwieriger erscheint es, Vorteile zu erkennen, die die Ökonomisierung von Kultur für Künstler schafft. Dass Ökonomisierungstendenzen allerdings nicht nur Bedrohung sein müssen, sondern auch neue Möglichkeiten für »cultural entrepreneurs« bieten können, versucht der Soziologe Banks zu verdeutlichen: »there is a wealth of evidence to suggest that cultural work is increasingly subject to the disaggregating and corrosive forces of the global economy« (Banks 2006: 467); however, it is also »the case that the possibilities for reaffirming individual choices are opened up as workers are forced to shoulder the burden of responsibility for the »career path«, as well as other non-economic aspects of the personal biography« (ebd.).

Im Folgenden steht die Analyse wesentlicher Auswirkungen der CI-Politik sowie die Skizzierung der neuen »*Gouvernementalität*« des Kulturfeldes im Vordergrund (vgl. Loacker/Munro 2009, Zembylas 2004). Wie erwähnt war das Jahr 1998 die »Geburtsstunde« der CI. In diesem Jahr wurde dem Feld die erste Studie »gewidmet«. Es war das britische *Department for Culture, Media and Sport*, das mit seiner Untersuchung zum Ergebnis kam, die CI seien der neue Hoffnungsträger gesellschaftlicher, politischer und ökonomischer Entwicklung. Zu diesem »Ergebnis« sind in der Zwischenzeit auch alle anderen EU-Nationen gelangt. Der hohe Stellenwert, den die CIs heute auch weit über den EU-Raum hinaus erlangen, wird in einer 2004 veröffentlichten Studie zu den Wiener CI so erklärt: »Dass Kultur auf Konsumentenmärkten ebenso wie in Unternehmensstrategien eine immer größere Rolle zukommt und dass kreative beziehungsweise wissensbasierte Leistungen für nahezu alle Wirtschafts- und Lebensbereiche an Stellenwert gewonnen haben, ermöglichte und ermöglicht die Expansion der CIs zu einem wesentlichen Wirtschaftssektor« (Studie zu den Wiener CI 2004: 20).

Mit dem CI-Konzept geht also zuallererst eine Fokussierung auf die ökonomischen Potentiale des Kunst- und Kulturfeldes einher. Das zeigt sich vor allem im Verständnis von »Kreativität«, das die CI prägt. Kreativität, jenes Element, das die heterogenen CI-Branchen verbindet, fungiert im künstlerischen Prozess nicht mehr um ihrer selbst willen, sondern erhält eine Zweckbestimmung. Der CI-Diskurs bestimmt Kreativität als »ein Mittel zur Produktion und vor allem zum Verkauf von Waren« (Mayerhofer/Mokre 2007: 304, vgl. Bröckling 2004b: 141). Zwar stellt »Kreativität« immer noch das Zentrum des künstlerischen Schaffensprozesses dar, sie wird aber innerhalb des CI-Diskurses tendenziell dem Streben nach ökonomischem Erfolg untergeordnet. Im kulturunternehmerischen Diskurs »erscheint Kreativität als ein Produktionsfaktor, der, anders als im traditionellen Kunst- und Kulturbetrieb, eingesetzt wird, um ein marktfähiges Produkt beziehungsweise eine marktfähige Dienstleistung zu erstellen« (Studie zu den Wiener CI 2004: 19). Auch wenn die »traditionellen Künste« von diesem »Funktionsverständnis« von Kreativi-

tät ausgenommen werden, sei an dieser Stelle betont, dass die kulturunternehmerische Rationalität und Logik heute das gesamte Kunst- und Kulturfeld durchdringt (hinzu kommt, dass in den meisten CI-Definitionen auch die »traditionellen Künste« unter dem Label CI subsumiert werden). Die Grenzenlosigkeit des CI-Diskurses impliziert somit, dass auch künstlerische Darbietungen und Leistungen der traditionellen Kulturbetriebe heute verstärkt nach kulturunternehmerischen Kriterien bewertet werden. Auch von diesen Institutionen und Initiativen wird die Produktion »marktgängiger« Produkte erwartet, auch sie kommen nicht mehr am »ökonomischen Tribunal« (Foucault 2004: 342) der Kontrollgesellschaft, dem Markt, vorbei.

Die steigende Vermarktlichung von Kultur resultiert tendenziell auch in einer Funktionalisierung: Vormalig wurde Kultur als kontextspezifisches »Set« von Werten, Glaubenshaltungen, Bedeutungs- und Sinnzusammenhängen und sozialen Praktiken begriffen. Der CI-Diskurs definiert das Verständnis und die Aufgaben von Kultur neu. In der Wissensökonomie wird Kultur diskursiv als »Tool« konzipiert, das das gesellschaftliche, organisationale und individuelle »creative capital« beziehungsweise das symbolische Kapital stärken und sichern soll (vgl. Caves 2000: 3 ff., Alanen 2007, Zembylas 2007). Durch den CI-Diskurs verschiebt sich somit die subjektive, ästhetische und wertebasierte Grundlage von Kultur zugunsten einer technischen und produktorientierten, welche nicht zuletzt auch eine Instrumentalisierung von Affekten und Emotionen nach sich zieht (vgl. Misik 2007: 84 f.). Adorno und Horkheimer (1977) zufolge *musste* die Kunst in Opposition zur Marktlogik stehen (vgl. Menger 2006: 21). Fünfzig Jahre später wird der Gegensatz zwischen Wirtschaft und Kunst/Kultur *diskursiv* aufgelöst. In der Wissensökonomie werden die CI zum Bindeglied zwischen Wirtschaft und Kultur ernannt; Kreativität wird zum »Inter(disziplinären)-Diskurs« gemacht. Diese »Verflüssigung« impliziert, dass künstlerische und kulturelle (Moral-) *Codes* zunehmend schwer von ökonomischen Codes zu trennen sind (vgl. Banks 2006). Dies stellt auch konzeptionelle *Analysen* des künstlerischen Arbeits- und Organisationsfeldes vor neue Herausforderungen – ganz abgesehen von den Ambivalenzen, die diese Entgrenzungstendenzen für die künstlerische Arbeits- und Organisations*praxis* selbst konstituieren.

Das CI-Konzept verdeutlicht das Zusammentreffen von wirtschaftlichen beziehungsweise marktorientierten Logiken und künstlerischen Zielsetzungen und Interessen auf exemplarische Weise. Kulturpolitiker sehen darin sowohl neue Möglichkeiten begründet – beispielsweise die Erhöhung der Attraktivität von Wirtschaftsstandorten – als auch Risiken, wie die zu starke Kontrolle des künstlerischen Schaffens durch den Markt. Dass dem Kulturfeld heute verschiedenste Spannungsfelder immanent sind, wird in der Regel auch von Protagonisten des wirtschaftspolitischen CI-Konzepts nicht negiert (vgl. Studie zu den Wiener CI 2004: 11). Dennoch üben diese an der europäischen Kulturtradition vor allem dahingehend Kritik, dass die Vermarktung und Kommerzialisierung von Kultur bisher universell abgelehnt wurde (vgl. ebd.: 17). Die *Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland«* versucht, die Dichotomie Kultur oder Ökonomie zu überwinden, indem sie die Notwendigkeit, sowohl kulturelle als auch



ökonomische Aspekte in der politischen CI-Diskussion zu behandeln, unterstreicht. Die Autoren des Projektberichts der Kommission erläutern in diesem Zusammenhang: »Wenn wirtschaftliche Aspekte in den Vordergrund treten, können die kulturpolitischen Motive vernachlässigt werden, deretwegen Kunst und Kultur als öffentliche Güter gefördert werden. Andererseits können die wirtschaftlichen Aspekte aus dem Blick geraten« (Deutscher Bundestag 2008: 500), und zwar dann, wenn ein Kulturverständnis vorliegt, »nach dem Kunst und Kultur für sich in Anspruch nehmen, allein künstlerischen Werten beziehungsweise ästhetischen Maßstäben zu folgen, da ökonomische Aspekte ihnen fremd seien. Dieses Paradigma hat in Deutschland eine lange Geschichte« (ebd.). Trotz dem »Zugeständnis«, dass Kultur und Wirtschaft nicht ganz unverständlich in einem traditionell spannungsreichen Verhältnis zueinander stehen, verweist der Bericht darauf, dass »Kultur – verstanden als Lebensweise im Rahmen gesellschaftlicher Prozesse und als gemeinsames Denk- und Wertmuster« (ebd.: 501), Aspekte ökonomischer Betätigung nicht ausschließt (vgl. ebd.). Die *Enquete-Kommission* folgt einem anderen Kulturverständnis als Adorno und Horkheimer (1977). Sie versucht ein Verständnis zu formieren, in dem Kultur nicht nur dann als »wertvoll« gilt, wenn sie nicht kommerzialisierbar ist, sondern *auch dann, aber nicht nur dann*, wenn sie sich vermarkten lässt. Dieser Zugang verdeutlicht auch eine wesentliche Logik des CI-Diskurses. Dieser konstituiert zwar einerseits eine Vielzahl an Spannungsfeldern für die Praxis der Kulturarbeit, im »Wahrheitsregime« (Foucault 1977/1994), das er hervorbringt, werden jedoch jegliche Widersprüche zwischen unternehmerischem und künstlerischem Denken, zwischen Marktlogik und Autonomie der Kunst aufgehoben. Im CI-Diskurs werden somit Marktgängigkeit beziehungsweise Kommerzialisierung nicht länger als Gefährdung künstlerischer Glaubwürdigkeit und Authentizität begriffen. Vielmehr scheinen sie einander zu bedingen (vgl. Misik 2007: 101).

Heute erscheint die Problematik »tatsächlich« anders gestaltet zu sein, als von Adorno und Horkheimer skizziert. Nicht jeder ökonomische Gedanke muss unweigerlich und zwingend die »künstlerische Freiheit« einschränken. Die heutige Problematik liegt viel eher in der spezifischen Gestaltung der Machtbeziehung zwischen Ökonomie und Kunst; und diese verweist bei näherer Betrachtung darauf, dass die Angst vor einer einseitigen Subsumtion der Kunst unter die Normen und Regeln der Ökonomie in mancher Hinsicht nicht völlig unberechtigt ist (vgl. auch Bourdieu 1999). Der CI-Diskurs verstärkt die Logik, dass kulturelle Tätigkeiten auch ökonomisch verwertbar sein müssen, um als förderungswürdig angesehen zu werden. Mit diesem Argument wird ein problematischer Umkehrschluss möglich: künstlerische Projekte, die ihren wirtschaftlichen Nutzen nicht erklären und beweisen können, werden für »nicht förderungswürdig« und damit letztlich auch als künstlerisch nicht »wertvoll« befunden. Misik zufolge stellt gerade das große ökonomische Potential des Kulturfeldes dessen größte Bedrohung dar, denn der kulturpolitische Diskurs hat dieses Potential in eine Norm verwandelt: »Aus der Erfahrung, dass sich kulturelle Kompetenzen ökonomisch rechnen *können*, entpuppte sich im Handumdrehen der Imperativ, dass sich kulturelle Kompetenzen rechnen *sollen, ja müssen*« (Misik 2007: 85, vgl. von Osten 2003). Wirt-

schaftspolitische Studien zu den europäischen »Kreativindustrien« bestärken diese Befürchtung teilweise. Zwar werden unter dem CI-Konzept auch nicht gewinnorientierte kulturelle und künstlerische Aktivitäten subsumiert, allerdings enthalten viele dieser Untersuchungen Handlungsempfehlungen, die Kunst- und Kulturorganisationen zur unternehmerischen Selbständigkeit führen sollen (vgl. Kulturwirtschaftsberichte des Landes Nordrhein-Westfalen 1998, 2001).

Die Problematisierung einer Tendenz, die den ökonomischen Erfolg zum entscheidendsten Bewertungskriterium der Qualität von Kunst macht, erscheint angebracht (vgl. Mayerhofer/Mokre 2007: 294). Getreu dem Leitspruch »weniger Staat, mehr privat« haben die USA das Kunst- und Kulturfeld nahezu vollständig liberalisiert. Konsequenz einer völligen Liberalisierung und Privatisierung dieses Sektors ist beziehungsweise wäre, dass tatsächlich nur mehr der »der Markt« über Wert und Qualität von Kunst und Kultur bestimmen würde. Die Einflussnahme und die Abhängigkeiten, die eine ausschließlich marktbestimmte Steuerung des Feldes konstituiert, erscheinen nicht begrüßenswert (vgl. Dalton 2001, Mörsch 2003). Zu große Zwänge, sich – gerade geltenden – Marktgesetzen unterwerfen zu müssen, schränken die Möglichkeit ein, dass die Kunst ihre »kritische Funktion« ausüben und wahrnehmen kann. Versteht man unter dieser kritischen Funktion das Infragestellen von gesellschaftlich akzeptierten Normen und Wahrheiten, so scheint sie gegenwärtig nicht mit »Erfolg« oder »Ruhm« belohnt zu werden. Misik zufolge ist Kunst »heute dann erfolgreich, wenn sie wie Mode ist: ›der letzte Schrei‹« (Misik 2007: 100). Während Balzac Anfang der fünfziger Jahre noch betonte, dass sich der Künstler in keine Moden begibt, sondern sie anweist (vgl. Balzac 1952: 16, zit. in Bourdieu 1999: 96 f.), fordert der kulturunternehmerische Diskurs Kunstschaffende heute tendenziell dazu auf, sich – notwendigerweise – kurzfristigen Moden anzupassen (vgl. z. B. Menger 2006: 34). Nesbitt (2008: 8) sieht mit den neuen Steuerungslogiken des Kulturfeldes auch die Entstehung eines neuen Kunst- und Kulturverständnisses verbunden. In diesem Verständnis werde Kultur »solely in terms of its *exchange value*, stripped of any emancipatory potential« (ebd., meine Hervorhebung), betrachtet und beurteilt.

Der CI-Diskurs konstituiert die klare Aufforderung, dass sich in der Wissensökonomie auch Kunst- und Kulturorganisationen am Prinzip der Markt- und Gewinnorientierung auszurichten haben (vgl. Mayerhofer 2003: 41). Adorno (1973) bestimmte als zentrales Wesensmerkmal der Kunst deren Autonomie und als deren Funktion ihre »Funktionslosigkeit« (vgl. ebd.: 336 f.). Das CI-Konzept zeigt deutlich, dass der »Selbstzweck« von Kunst und Kultur im Verschwinden begriffen ist. Das Zugeständnis, dass Kunst nicht ihren »Gebrauchs- und Tauschwert« vorführen muss, besteht nicht mehr (vgl. Mayerhofer 2003). In den USA und in England zeigen sich bereits Trends, dass Kunst welche selbstreferentiell und ohne öffentliche Partizipation (im Sinne von Mitbestimmung) entsteht, kaum mehr finanziell gefördert wird. Künstler und Kulturorganisationen sehen sich heute mit der Anforderung konfrontiert, ihre »gesellschaftliche Nützlichkeit« öffentlich sichtbar machen zu müssen (vgl. Mörsch 2003: 63). Die normative Erwartung, Kultur und Kulturschaffende sollen den Nutzen

ihrer Tätigkeiten kommunizieren, ist wiederum an die Bereitschaft und Fähigkeit geknüpft, dass Künstler sich, ihre Ideen und Vorhaben verständlich machen: Der CI-Diskurs scheint die *Verständlichkeit* von Kunst notwendig zu machen, damit einerseits der Markt künstlerische Projekte bewerten und gegebenenfalls fördern kann, und damit Künstler und Kulturorganisationen andererseits auf Erwartungen der »Kunst- und Kulturkonsumenten« eingehen können. Auch damit ist die Gefahr verbunden, dass die Verständlichkeit von Kunst zum Imperativ umgestaltet wird, dem sich Kulturschaffende unterwerfen müssen. Die universale Norm, Kunst muss sich, um förderungswürdig zu sein, der Sprache des Marktes beziehungsweise der »Masse« anpassen, erscheint problematisch – auch wenn zugleich die völlige Unverständlichkeit von Kunst, wie sie zu Beginn des 20. Jahrhunderts das (Selbst-)Verständnis von Künstlern prägte, als unzureichendes Kriterium für künstlerische Qualität angesehen wird (vgl. Kunze 2008: 343, Virno 2005).<sup>13</sup>

In einer deregulierten Gesellschaft, die am Prinzip der Leistungs- und *Wettbewerbsorientierung* ausgerichtet ist, müssen sich alle gesellschaftlichen Bereiche rechnen, so das Argument der Reformbefürworter (vgl. Neckel 2004). Seit einigen Jahren dringen darum auch in das Kunst- und Kulturfeld verstärkt Management-, Evaluierungs- und Controllingverfahren ein, die dessen Leistungen erfassen, messen, bewerten und transparent machen sollen (vgl. Zembylas/Mokre 2003, vgl. auch Power 1999, 2004). Der Aspekt der Brauch- und Verwertbarkeit muss heute *von Beginn an* in den künstlerischen Arbeitsprozess einfließen; mehr noch, der Wert von künstlerischen Projekten sollte nach Möglichkeit von vornherein festgelegt werden. Diese Aufforderung konstituiert ein weiteres Paradox: für die künstlerische Produktion, in deren Mittelpunkt die Entfaltung von Kreativität steht, ist grundsätzlich gerade ein bestimmtes Wagnis und Risiko, eine gewisse (Erfolgs-)Unsicherheit charakteristisch (vgl. Loacker 2008, Menger 2006).

Vielleicht ist dieses »Paradox« mit ein Grund, warum der Bericht der *Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland«* (Deutscher Bundestag: 8) seine Ausführungen zur aktuellen Bedeutung des Kunst- und Kulturfeldes mit der sehr bestimmten und klaren Position einleitet: »Kultur ist kein Ornament. Sie ist das Fundament, auf dem unsere Gesellschaft steht und auf das sie baut. Es ist Aufgabe der Politik, dieses zu sichern und zu stärken« (ebd.). Die Wirkungen des CI-Diskurses, die sich seit etwa zehn Jahren im internationalen Kunst- und Kulturfeld abzeichnen, deuten allerdings kaum darauf hin, dass sich der Staat beziehungsweise die Politik heute noch für die Sicherung von Kunst und Kultur verantwortlich erachten. Mit der steigenden Ökonomisierung von Kultur setzt sich auch die *Selbstverantwortungs-Maxime* in diesem Feld mehr und mehr durch; der Automatismus, die Gesellschaft ist für die – finanzielle – Absi-

---

<sup>13</sup> Ähnliche Entwicklungen lassen sich gegenwärtig auch im Bereich der Wissenschaft beobachten. Mit der NPM-Reform, die längst die Universitäten erfasst hat, etabliert sich zunehmend die Norm, Wissenschaft muss verständlich sein, um gesellschaftlich akzeptiert zu werden (vgl. Loacker/Weiskopf/Auer 2006). Auch Förderungspreise für »verständliche Wissenschaft« erfreuen sich zunehmender Beliebtheit (vgl. z. B. den »Klaus Tschira Preis für verständliche Wissenschaft« 2008).

cherung von Kunst und von Künstlern zuständig, wird hingegen zunehmend abgelehnt. Anders als im wohlfahrtsstaatlichen System erwarten Subventionsgeber und Mäzene heute einen expliziten und unvermittelten Return on Investment (vgl. Misik 2007: 85). Wenn kulturelle Projekte entsprechend dem zu erwartenden »return on investment« gefördert werden, dann stehen nach Misik die so genannten Big Names, die »Celebrities« in der Gunst der Stunde (vgl. ebd.: 95). Denn der ROI orientiert sich an den größten Effekten (z. B. für Städte), an den größten Publikumszahlen, an dem Ausmaß der Schlagzeilen und der öffentlichen Aufmerksamkeit, nicht etwa am kritisch-subversiven oder ethisch-ästhetischen Potential künstlerischer Aktivitäten.

Die Transformation des Kulturfeldes in »kreative Industrien« stellt also auch die Frage neu, wer die Zuständigkeit und Verantwortung für den Sektor übernimmt beziehungsweise übernehmen soll. In den USA scheint die Frage bereits beantwortet zu sein; Kultur wird – zumindest was ihre finanzielle Förderung betrifft – zur »Privatsache« erklärt (vgl. Mörsch 2003). Allerdings führt das zunehmende wirtschaftspolitische Interesse am Kulturfeld auch dazu, dass Kultur aufs Neue den Status einer »öffentlichen Angelegenheit« erhält. Wie ausgeführt ist das Feld Wirtschaftsmotor, es stiftet nationale Identität, soziale Kohäsion und schafft Wohlstand (vgl. Blair 2007). Diese Faktoren machen Kultur zu einem gesellschaftlichen Verhältnis. Die Frage nach der finanziellen und sozialen Absicherung des Feldes und der Menschen, die in diesem tätig und beschäftigt sind, ist damit aber nicht geklärt. Problematisch erscheinen Entwicklungen, die die individuelle Existenzsicherung zur Privatangelegenheit von Künstlern erklären, deren künstlerisches Schaffen allerdings als öffentliches Gut verstehen, an dem die Gesellschaft »umsonst« partizipieren kann beziehungsweise an dem sie sich »umsonst bereichern« darf (vgl. Abbing 2006: 181 ff.).<sup>14</sup>

Mit welchen Argumenten und welcher Sprache heute die »Notwendigkeit« einer neuen Kulturpolitik begründet wird, wird im Folgenden unter Bezugnahme auf den Kulturmanager und Journalisten Lotter aufgezeigt, der sich für die vollständige *Liberalisierung* des Kunst- und Kulturfeldes einsetzt. Der Autor bezeichnet es als »längst überfällig«, dass von Kunst- und Kulturorganisationen unternehmerische Zielsetzungen und Ausrichtungen verlangt werden. So wie alle anderen Protagonisten der kulturunternehmerischen Reform verweist auch Lotter auf die »Unumgänglichkeit« der Übernahme von Selbstverantwortung, denn auf diesem Wert baue die Netzwerkgesellschaft auf: »Unternehmen und Organisationen, die Veränderung nicht zulassen, haben aufgehört, Unternehmen zu sein. Sie sind zur Bürokratie geworden. Der Zweck der Bürokratie ist der Erhalt der eigenen Struktur« (Lotter 2007: 61). In der Kunst nennt man so etwas »Kunst um der Kunst willen. Dies ist bis heute ein herausragendes Merkmal der alten Kulturwirtschaft. Sie zielt auf Bestand ab. Sie ist subventionsabhängig« (ebd.). In diesem Zusammenhang kritisiert Lotter, dass man, ganz im Unterschied zur amerikanischen Kulturpolitik, eine solche Spielart in Europa für normal halte. Während

<sup>14</sup> Mayerhofer und Mokre (2007) fordern auch eine radikale Reformierung des etablierten »Copyright-Systems«, damit »finanzielle Gewinne den Kreativen und nicht der dazwischen geschalteten Industrie zugute kommen« (ebd.: 309).

amerikanische Kunst- und Kulturinitiativen sich schon lange an die »neuen Bedingungen« angepasst haben und sich als *Kulturunternehmen* begreifen, werde der Gedanke, dass Kulturorganisationen sich auch selbst erhalten beziehungsweise ohne öffentliche Förderungen auskommen können, in Europa und bei europäischen Kunst- und Kulturbetrieben immer noch stark abgelehnt.<sup>15</sup> Diese Haltung ist für Lotter ein Indiz dafür, »wie missverstanden der Begriff der Kreativität in der Kulturwirtschaft nach wie vor ist« (ebd.). Zwischen Kunst und Ökonomie zu unterscheiden, hält Lotter nicht für legitim. Auch Unternehmen können sich nicht darauf berufen, »Konzern des Konzern wegen« (ebd.) zu sein. Darum dürfe es heute auch Kulturorganisationen nicht mehr zugestanden werden, ihre Aktivitäten über die Maxime »Kunst für die Kunst« (ebd.) zu legitimieren. Das ist für den Kulturmanager die falsche Norm, ein überaltertes Vorstellungs-Modell künstlerischer Funktion. Er geht noch einen Schritt weiter, indem er das Verharren auf dieser Funktion als Ausrede von Kunst- und Kulturorganisationen bezeichnet, »zu der es kommt, weil die Kreativität fehlt, sich wirklich selbständig zu machen. Kein Künstler schafft ein Werk an und für sich. Kein Unternehmen hat einen Zweck, wenn es nicht einen Markt findet« (ebd.), auf dem seine Produkte und Ideen zur Verfügung gestellt werden. Und was schließt Lotter aus seiner Argumentationslinie? Dass Subventionen schaden – und zwar allen. Nicht nur dem Staat als Geldgeber, sondern auch den Kulturinstitutionen selbst, da sie als deren Abnehmer zu Almosenempfängern degradiert werden. Sie schaden aber des Weiteren auch den künstlerischen »Produkten«, denn einen »Wert« hat man heute nicht, man muss ihn sich immer wieder aufs Neue verdienen. Der bislang praktizierte Förderungs-Automatismus führe darum auch zu einer Entwertung künstlerischer Darbietungen und Leistungen (vgl. ebd.).

Argumente wie jene Lotters, die zur weiteren Durchsetzung und Verbreitung der »kulturunternehmerischen Revolution« führen sollen, finden sich in der normativ ausgerichteten Kulturmanagementliteratur immer wieder (vgl. auch Leadbeater 2007, 2008). Die Analyse des Kunst- und Kultursektors zeigt, dass sich das Feld bereits weitestgehend an die »neoliberalen« Leit- und Steuerungsprinzipien *Selbstverantwortung, Individualisierung, Wettbewerb, Unsicherheit* und Dynamik angepasst hat. Es scheint »den Druck wirtschaftlicher Rentabilität und die Kriterien der Gewinnerwirtschaftung« (Menger 2006: 26) »anerkannt« zu haben. Die neue Regierungsrationalität macht den Markt zum Entscheidungsträger über künstlerischen Erfolg oder Misserfolg. Teil dieser gouvernementalen Strategie ist eine Rhetorik, die verspricht, »die Talente setzen sich am Markt durch«, denn der Markt erkennt die »Talente«, und Talente fördert er selbstverständlich gerne. Dies erlaubt auch die Übertragung der gesellschaftlichen Verantwortung für Kunst und Kultur an den Markt (vgl. Mayerhofer/Mokre 2007).

Künstler werden heute am Markt, von welchem sie durchgängig evaluiert werden, »gehandelt« (vgl. Menger 2006: 92). Dabei werden die künstlerischen Begabungen

---

<sup>15</sup> Zu prekären Auswirkungen, die eine solche Verlagerung von Aufgaben und Zuständigkeiten für Künstler produzieren kann, vergleiche die Ergebnisse einer Untersuchung zur sozialen Lage freier Kulturinitiativen in Tirol. Dieser Studie zufolge führen äußerst knappe strukturelle und finanzielle Förderungen dazu, dass sich eine Vielzahl der Initiativen vor allem mit organisatorischen und kulturvermittelnden Tätigkeiten befassen muss und nur sehr begrenzt ihren kreativ-künstlerischen Projekten nachgehen kann (vgl. Handbuch »baettle research« 2007).

und Kompetenzen nach den jeweilig geltenden Normen und Regeln des Kunst- und Kulturmarktes beurteilt (vgl. Bourdieu 1999). Zentrales Bewertungskriterium stellt zu meist die »Reputation« von Kunst- und Kulturorganisationen, künstlerischen Projekten und den darin mitwirkenden Künstlern dar. Die vom Markt (und dessen Interessen) bestimmte »Reputation« ist wiederum direkt mit Beschäftigungs-, Wiedereinstellungs- und Aufstiegschancen in künstlerischen Netzwerken verbunden (vgl. Menger 2006: 31). Diese »Reputation« als Ausdruck künstlerischer Begabung anzusehen, erscheint der Sache beziehungsweise den spezifischen Rahmenbedingungen des künstlerischen Arbeitsmarkts jedoch nicht gerecht zu werden. Menger verweist in diesem Zusammenhang darauf, dass »die Faktoren, die ein Talent, eine Fertigkeit oder eine Kompetenz bestimmen, ... an sich nur unter Bezugnahme auf die Determinanten der Innovationskonkurrenz definier- beziehungsweise messbar« (ebd.: 93, meine Kürzung) sind. Der Soziologe bezeichnet den »Künstlermarkt« auch als »Reputationsmarkt«, dessen Funktionieren er so erklärt: »Im Unterschied zu einer planbaren Karriere innerhalb eines Unternehmens ist die ständige Erfolgungewissheit eine zentrale Voraussetzung dieser Reputationsmärkte« (ebd.: 52). Nur auf diese Weise lässt sich »die Innovation stimulieren, die Kreativität der Arbeit sichern, ohne dass Konkurrenten oder neue Mitbewerber entmutigt werden« (ebd., vgl. auch Reszczyński 2005: 341ff.). Allerdings scheint das *Wettbewerbs- und Konkurrenzprinzip*, ergänzt durch das *Zufallsprinzip*, nicht nur die Dynamik des Feldes zu befördern. Diese Steuerungsprinzipien führen trotz so genannter Innovationskonkurrenz tendenziell zu einer Normierung künstlerischen Schaffens. Denn die starke Marktorientierung und -abhängigkeit innerhalb des Kulturfeldes führt zwangsläufig zu einer gewissen Homogenisierung und *Normierung* künstlerischen Schaffens und damit auch zu einem Verlust an kultureller Vielfalt.

Das Kunst- und Kulturfeld zeichnet sich durch einen äußerst intensiven Wettbewerb um Fördermittel und Sponsoren aus. Wenn öffentliche Fördergelder zunehmend reduziert werden und die Liberalisierung des Feldes, dem Vorbild der Vereinten Nationen folgend, fortgesetzt wird, sind Kulturorganisationen dazu angehalten, sich den Erwartungen des Marktes anzupassen. Damit einher geht auch eine Veränderung der inhaltlichen Schwerpunktsetzung dieser Organisationen. Denn die neuen Rahmenbedingungen fordern Kunst- und Kulturinitiativen auf, sich und ihre Aktivitäten sichtbar zu machen, in ihre eigene Selbst-Vermarktung, in ihre »corporate identity« zu investieren. Im Kampf um die zur Verfügung stehenden Mittel werden tendenziell jene gewinnen, denen die Anpassung und Selbstdarstellung am Besten gelingt. Jene, denen es gelingt, den Wert ihres »Projekts« geschickt zu inszenieren, jene, die ihre Förderer überzeugen können, der »exchange value« wird beträchtlich sein.

Betrachtet man die Entwicklungen des Kulturfeldes seit etwas mehr als einem Jahrzehnt, so wird klar, dass dieses heute nicht mehr außerhalb anderer sozialer Felder steht, sondern in die Bereiche Wirtschaft und Politik integriert wurde (vgl. Mayerhofer/Mokre 2007). Der CI-Diskurs hebt den Widerspruch zwischen künstlerischen und wirtschaftlichen Produktionslogiken auf. Von »wechselseitiger Nutzenstiftung und Förderung« ist heute die Rede. So heben wirtschaftspolitische Akteure und Institutionen, die die Transformation von Kunst- und Kulturorganisationen in »Krea-

tivindustrien« vorantreiben, immer wieder den demokratisierenden Effekt hervor, welcher das CI-Konzept gerade über die Aufhebung des Gegensatzes von Wirtschaft und Kultur schaffe (vgl. Studie zu den Wiener CI 2004: 19). Skeptiker hingegen problematisieren die »naive« und affirmative Haltung gegenüber der »kulturellen Globalisierung« (vgl. Wuggenig 2002). Auch in empirischen Untersuchungen zu den Arbeitsbedingungen und Arbeitsrealitäten der Kulturschaffenden findet sich der Aspekt der Demokratisierung kaum (vgl. Eichmann/Flecker/Reidl 2007, Lazzarato 2004, Mayerhofer/Mokre 2007, Raunig/Wuggenig 2007). Diesen Studien zufolge bestehen Ungleichheiten innerhalb des Feldes insbesondere in Bezug auf die finanzielle Subventionierung und den Zugang zu Förderungsquellen, die öffentliche Anerkennung, Sichtbarkeit und mediale Thematisierung sowie in Bezug auf Mitsprache- und Mitgestaltungsmöglichkeiten künstlerischer Initiativen an der Kulturpolitik (vgl. Handbuch »baettle research« 2007, Rohrer 2005, Zembylas/Mokre 2003).

Im nächsten Abschnitt werden die spezifischen Organisationsformen und -mechanismen des künstlerischen *Arbeitsfeldes* näher analysiert. Die Erörterung und Diskussion der Rahmenbedingungen, innerhalb derer der künstlerische Arbeits- und Produktionsprozess statt findet, zeigt zugleich auch »Funktionen« des Kulturfeldes in der »neuen Arbeitswelt« auf.

### *Der Kunst- und Kultursektor als Experimentierfeld für neue Konzepte von Arbeit(sorganisation)*

Dass das Kulturfeld heute vielfach als »Leitbranche« der neuen Arbeitswelt vorgestellt wird, darf eine grundsätzliche Frage nicht vergessen lassen: *Ist Kulturarbeit (auch) Arbeit?* Ist die schöpferische Tätigkeit eine produktive Arbeit im eigentlichen Sinne? Lassen sich ihre Methoden und Organisationsformen überhaupt auf andere Arbeits- und Produktionsbereiche übertragen – »oder handelt es sich vielmehr um so exotische Voraussetzungen, dass die kreative Beschäftigung aus dem eigentlichen Definitionsrahmen der Arbeit fällt und fast so etwas wie ihr Gegenteil darstellt?« (Menger 2006: 7). Ist die künstlerische Tätigkeit eher nutz- und zweckloses Spiel als nützliche Arbeit? Oder sind die Künste seit einigen Jahren gar keine atypische Arbeitssphäre mehr und folgen bereits den gemeinhin geltenden ökonomischen Gesetzen (vgl. ebd.: 14)? Versteht man Arbeit als eine *bezahlte* »Leistung zur Sicherung seines eigenen Unterhalts und des Fortbestands seiner Angehörigen« (ebd.), so scheinen schöpferisch-kreative Tätigkeiten eher keine Arbeit darzustellen. Versteht man Arbeit als kontinuierliches Abwägen »zwischen Freud und Mühsal« (ebd.), scheint das künstlerische Schaffen ebenso tendenziell keine Arbeit darzustellen (vgl. ebd., Schumacher 1998).

Die Unklarheit, ob künstlerische und kulturelle Tätigkeiten überhaupt als Arbeit bestimmbar sind, steht schließlich wohl auch in Zusammenhang damit, dass der Wert kultureller Arbeit »schon immer« zuallererst in ihrem »symbolischen Kapital« lag, und dass auch »schon immer« unklar war, wie dieses erfasst und bewertet werden kann (vgl. O'Connor 2000). Virno zufolge war und ist es beispielsweise relativ einfach, die

Arbeitsleistung des Bauern, der den »primären Tätigkeiten« nachgeht, oder die des Arbeiters, der die »sekundären Tätigkeiten« ausführt, festzustellen (vgl. Virno 2005: 74). »Kulturarbeiter« hingegen »produzieren weder aus dem Nichts« (ebd.: 75), wie es die Bauern tun, »noch verwandeln sie irgendwas« (ebd.), wie es für die Arbeiter typisch ist. Es weisen also weder die spezifische Haltung, die Kunst- und Kulturschaffende ihrem »Beruf« entgegen bringen, noch deren Arbeitsinhalt und deren ökonomische Lage darauf hin, dass Kunst- und Kulturarbeit Arbeit im eigentlichen Sinne ist (vgl. auch Koppetsch 2006: 165 ff.). Dennoch – oder vielleicht gerade deswegen – wird der Kultursektor zum »Leitbild« der flexiblen Netzwerkgesellschaft erkoren. Im Folgenden werden einige Spezifika der künstlerischen Arbeit, des künstlerischen Arbeitsfeldes und des Arbeitsmarkts, der vielfältige Widersprüche inkludiert, skizziert.

#### *Charakteristika künstlerischer Arbeit und Arbeitsorganisation*

Das Kunst- und Kulturfeld als Arbeitssektor zeichnet sich durch ein hohes Ausbildungsniveau, vielfältige Kompetenzen und Talente aus. Die kontinuierliche Weiterbildung und -entwicklung der eigenen Fertigkeiten wird als typisch für Kulturschaffende angesehen. Zugleich ist der »Künstler-Arbeitsmarkt« über eine hohe Diskrepanz zwischen Qualifikation und Erwerbssituation sowie zwischen erbrachter Leistung und Remuneration charakterisierbar. Trotz sehr niedriger und ebenso unregelmäßiger Einkommen wird Kunst- und Kulturschaffenden jedoch eine ausgesprochen hohe Arbeitsmotivation und Identifikation mit ihrer Tätigkeit zugeschrieben (vgl. Abbing 2006: 81, Eichmann u. a. 2007: 11 ff., Mayerhofer 2003). Die künstlerische (ähnlich wie die wissenschaftliche) Arbeit, beruht vor allem auf dem *Einsatz persönlicher und kollektiver Ressourcen*, welcher oftmals so extensiv ist, dass Künstler von ihrer Tätigkeit »besessen« scheinen (vgl. Menger 2006: 7, Terranova 2004).

Die hohe Dynamik und die netzwerkförmige Strukturierung des künstlerischen Arbeitsmarkts verlangen von Künstlern zudem eine hohe Flexibilitäts- und Mobilitätsbereitschaft. Die Selbständigenquote innerhalb des Feldes ist ausgesprochen hoch, wengleich Projektarbeit die dominante Beschäftigungsform darstellt. Weiter lässt sich im Kunstfeld trotz hoher Spezialisierung ein ausgeprägter organisatorischer »Einfallreichtum« beobachten, welcher »der klassischen Kritik an der Arbeitsteilung die Grundlage entzieht« (Menger 2006: 29). Der künstlerische Produktionsprozess scheint besonders flexible Strukturen zu erfordern (vgl. Weick 2003: 299 f.). Das bedeutet, kreative Ressourcen können in den hoch qualifizierten Arbeitsprozessen nur dann zum Tragen kommen, wenn *routinehafte Arbeitsabläufe zumindest teilweise ausgehebelt* werden. Anders ausgedrückt, der künstlerische Arbeitseinsatz, Leistungsbereitschaft, Motivation und Reflexivität können nur dann einen »Nutzen« haben, wenn die Arbeitsabläufe in weiten Teilen unvorhersehbar – beziehungsweise »innovationsfreundlich« sind (vgl. Menger 2006: 7 f., vgl. auch Loacker 2008).<sup>16</sup>

<sup>16</sup> An dieser Stelle sei auf das Paradox der österreichischen Bundes-Förderungspraxis verwiesen, welche darauf beruht, das künstlerische Organisationen den Wert, den Nutzen und die Ergebnisse geplanter Kunst-Projekte vorab erklären und definieren müssen, um für deren Ausarbeitung subventioniert zu werden.



Hinzu kommt, dass innerhalb des Feldes informelle Beziehungsnetze zwischen Individuen und Initiativen tendenziell formell, rechtlich bestimmte Formen der Arbeitsorganisation ersetzen. Primäre Intention dieser Netzwerke ist zumeist die Schaffung eines organisatorischen Rahmens, der die Bildung von Arbeitsteams fördert und notwendige Informationen über Arbeitsplätze, Engagements usw. transportiert. Schließlich ermöglicht ein solcher Rahmen auch, der in der Kulturszene stark ausgeprägten Individualisierung von Arbeit und Arbeitsressourcen zumindest teilweise entgegen zu wirken (vgl. Menger 2006: 48). Denn das hohe Risiko, das mit unberechenbaren Erwerbs- und Karriereverläufen einhergeht, wird im Kulturfeld mehr und mehr individualisiert. Gleichzeitig ist das Kunst- und Kulturfeld hoch kompetitiv. Damit verbunden sind ein Arbeitskräfteüberschuss und eine chronische Unterbeschäftigung, die weibliche Kulturproduzentinnen noch stärker trifft als ihre männlichen Kollegen (vgl. Koppetsch 2006: 152 ff., vgl. auch Studie der Europäischen Kommission zu Kultur, Kulturwirtschaft und Beschäftigung 1998).

Die so genannte »Normalbiographie«, darstellbar als dreigeteilte Biographie von Ausbildung – Beruf – Pension, die sich im postfordistischen Paradigma aus vielen Arbeitsbereichen »verabschiedet«, war am Künstlermarkt seit jeher kaum vertreten. Vielmehr sind Zyklen aus Erwerbstätigkeit, Arbeitslosigkeit, unbezahlter Arbeit, Aus- und Weiterbildung etc. Normalität in diesem Berufsfeld. Die »erforderliche« Flexibilität projektbezogener Organisationsformen ist in dieser Branche für eine durchwegs hohe friktionelle Arbeitslosigkeit verantwortlich.<sup>17</sup> Aus individueller Perspektive sind häufige Wechsel von Arbeitsverhältnissen, die zu raschen Wechseln zwischen Erwerbstätigkeit und -losigkeit führen können, nicht vermeidbar. Dieses Spezifikum hat zur Konsequenz, dass eine Vielzahl von Künstlern mehreren Erwerbstätigkeiten, oftmals auch Tätigkeiten, die nicht im Bereich der künstlerischen Produktion liegen, nachgehen, um ihre künstlerische Existenz nicht aufgeben zu müssen beziehungsweise um die Unsicherheiten des Kunstfeldes durch eine Zusatzbeschäftigung zumindest partiell kompensieren zu können. So genannte »Bastelbiographien«, stark fragmentierte Erwerbsverläufe beziehungsweise Brüche in der Erwerbsbiographie, mehrfache Statuswechsel und damit verbunden auch »patchworkartige Einkommensstrukturen« sind im Kulturfeld häufig anzutreffen (vgl. Menger 2006: 65, Schmid 2000, Voß/Pongratz 2004). Eine Konsequenz dessen ist, dass prekäre Arbeits- und Lebensbedingungen in vielen Sparten des Kunst- und Kulturfeldes (v. a. im Bereich der bildenden Kunst) weit verbreitet sind (vgl. Mayerhofer/Mokre 2007: 305; McRobbie 2005).

Wenn nun auch das Kulturfeld schon lange über kurzfristige, unsichere, flexible Organisationsformen charakterisierbar ist, so bedeuteten fehlende Berechenbarkeit von Angeboten oder Aufträgen sowie flexible Beschäftigung nicht immer eine Gefährdung der eigenen Existenz. Besonders wissensintensive Arbeit war ehemals relativ

---

<sup>17</sup> Wobei Menger (2006: 69) auch darauf verweist, dass die Bildung einer stillen Reserve an potenziellen Mitarbeitern und die Talentspekulation nicht allein auf die funktionalen Flexibilitätserfordernisse zurückzuführen sind, »sondern auch auf die Zugewinne, die sich der Kulturbetrieb von einer optimalen Vielfalt an Talenten und einem raschen Erneuerungstempo verspricht« (ebd.).

gut bezahlt; ein hohes Ausbildungs- und Qualifizierungsniveau wirkte sich positiv auf die individuelle wirtschaftliche Erwerbssituation aus. Diese Kausalbeziehung ist in den vergangenen Jahren stark ins Wanken gekommen (vgl. z. B. Moldaschl/Sauer 2000, Wilkens 2004). Seit knapp zwei Jahrzehnten verschärfen sich die Rahmenbedingungen kreativer sowie künstlerischer Arbeit deutlich. Insbesondere der Wettbewerb und die Konkurrenz innerhalb der »Szene« intensivieren sich seit einigen Jahren kontinuierlich (vgl. Schmid 2000). Damit verbunden ist eine Zunahme an individuellem Risiko, an Improvisationserfordernissen sowie an Flexibilitäts- und Mobilitätszwängen (vgl. Haak 2008, Haak/Schmid 1999).

Die Zahl der am Markt verfügbaren Kunst- und Kulturschaffenden liegt heute anhaltend über der Zahl an tatsächlich Beschäftigten. Konsequenterweise sind die Flexibilitätskosten innerhalb des Kunst- und Kulturfeldes sehr ungleich verteilt (vgl. Menger 2006: 64 f.). Nach Menger geht das »Ungleichheitspotential« des Kulturfeldes jedoch weit über diese Flexibilitätskosten hinaus. Er spricht, ähnlich wie der Ökonom Abbing (2006: 280 ff.), von »spektakulären Ungleichheiten«, die das Feld vor allem in Hinblick auf Einkommens- und Reputationsverteilung aufweist (vgl. Menger 2006: 37 ff.). Diese eklatanten Verteilungs- und Erfolgsungleichheiten scheinen gesellschaftlich akzeptiert, und vielerorts sogar begrüßt zu werden (vgl. ebd., vgl. auch Mayerhofer 2003). Menger zufolge kommt es heute in »Kampfritualen«<sup>18</sup> zu einer unerbittlichen Auslese »verkaufsträchtiger Talente«. Er vergleicht diese Bewerbe mit Sportwettkämpfen und beurteilt deren Bewertungskriterien als nicht nachvollziehbar, unvollständig und unzureichend (vgl. auch Reszczyński 2005: 341 ff., Zembylas/Mokre 2003). Diese »Talentbörse« funktioniere wie ein perfekt organisierter Lotterriebetrieb (vgl. Menger 2006: 25 f.). Das Konkurrenzprinzip wird in diesen Bewerben zugleich offen zur Schau gestellt – ganz im Unterschied zu den Beurteilungs-Maßstäben, die die Qualität und den Wert »künstlerischer« Kompetenzen und Leistungen definieren. Diese erscheinen undurchsichtig – was sie allerdings in die Lage versetzt, feldspezifischen Ungleichheiten zu weiterer Legitimation zu verhelfen (vgl. ebd.: 47).

Übernational an Bedeutung gewinnende Talentwettbewerbe laufen der Förderung kultureller Vielfalt, wie sie in den 1960er und siebziger Jahren proklamiert wurde, zuwider. Künstler unterscheiden sich »in ihren künstlerischen Ausdrucksmöglichkeiten und ihrer Erfindungsgabe radikal« (Menger 2006: 33); Subjektivität und Individualität scheinen den künstlerischen Schaffensprozess wesentlich mit zu gestalten und diesem gerade seine Einzigartigkeit zu geben (vgl. Lazzarato 1998). Dennoch werden Künstler zunehmend in öffentlichen Leistungs- und Talentwettstreiten, in denen bestimmte Begabungen und Kompetenzen situations- und kontextspezifisch als »erfolgreich« definiert werden, »miteinander verglichen und rücksichtslos in eine Rangordnung gepresst« (Menger 2006: 33). Auf diese Weise werden künstlerische Arbeiten objektiviert und normiert (vgl. Foucault 1977/1994).

---

<sup>18</sup> Beispielfähig können an dieser Stelle Literaturpreise, Musikwettbewerbe oder Ausscheidungswettkämpfe für die »Medienstars der Zukunft« genannt werden.

Am »Künstlermarkt« lässt sich heute eine paradox anmutende Mischung »aus Individualismus und Kommunitarismus« (Menger 2006: 26) beobachten (vgl. Terranova 2004). Wesentliche *Steuerungsprinzipien* dieses Marktes sind ein stark ausgeprägter individualisierter Wettbewerb und die weitläufige Verbreitung der Selbstverantwortungs-Norm, was bedeutet, dass ein Großteil der Künstler auf eigene Kosten und eigenes Risiko tätig werden muss. Zugleich werden vom Kulturschaffenden ganz selbstverständlich bestimmte »Ideale«, wie beispielsweise hohes Engagement, Anpassungsfähigkeit, Risikofreude, ausgeprägtes Kooperationsinteresse und Selbstlosigkeit, eingefordert. Diese Ideale sind ebenso wie die künstlerischen Leistungen in der Regel wiederum mit einer Evaluierung durch Außenstehende verbunden, welche auch die jeweilige Reputationszuschreibung vornehmen (vgl. Menger 2006: 26 f., Power 1999). Zu »Gewinnern« werden nur wenige gemacht.

Künstlerarbeitsmärkte werden immer wieder als sog. »winner-take-it-all«-Märkte bezeichnet. Dies, da der »Löwenanteil« jenen zufällt, »die besonders hoch im Kurs stehen, während die Übrigen mit einer ungleich abgestuften Verteilung der Gewinne vorlieb nehmen müssen, die nicht unbedingt das unterschiedliche Leistungsvermögen widerspiegelt« (Menger 2006: 42). Auch hier zeigt sich eine Scherenentwicklung innerhalb ein und derselben Berufskategorie – und diese Ungleichverteilung bezieht sich nicht nur auf die ökonomischen Verhältnisse der Kunst- und Kulturschaffenden. Sie bezieht sich ebenso auf Autonomie- und Selbstverwirklichungsmöglichkeiten sowie auf öffentliche Anerkennung und Reputation (vgl. ebd.: 49). Auch Koppetsch (2006: 182) kommt in ihrer Untersuchung der beruflichen Identität »der Kreativen« zum Schluss, dass aufgrund von Marktabhängigkeiten nur sehr wenige Kulturarbeiter berufliche Autonomie erlangen können. »Künstlermärkte« sind nicht nur »winner-take-all«-Märkte. Sie repräsentieren nach Abbing (2006: 114) und Mayerhofer und Mokre (2007: 305) auch die Arbeitsmärkte mit den *durchschnittlich geringsten Einkommen*. Bedenkt man wiederum den hohen Ausbildungsgrad von Künstlern, wird die Differenz zur »Leistung« (beziehungsweise zum Leistungspotential) noch eklatanter. Nicht nur die Erfolgchancen sind trotz hoher Begabung, Qualifizierung und großem Engagement beziehungsweise Arbeitseinsatz gering, sondern selbst die Möglichkeiten, seine künstlerische Tätigkeit regelmäßig auszuüben, sind häufig nur begrenzt gegeben (vgl. Menger 2006: 16).

Kulturpolitiker beziehungsweise kulturpolitische Organisationen, die sich gegen die völlige Liberalisierung des Feldes stellen, fordern darum die Gesellschaft beziehungsweise den Staat auf, Einkommens- und Absicherungsmodelle zu entwickeln und zu fördern, die die Spezifika künstlerischer Arbeits- und Lebensverhältnisse berücksichtigen (vgl. Abbing 2006, Mayerhofer/Mokre 2007, Menger 2006, Raunig/Wuggenig 2007, Zembylas/Mokre 2003). Wie skizziert führt der CI-Diskurs jedoch tendenziell zur Auflösung beziehungsweise Aufhebung der gesellschaftlichen Verantwortungsübernahme für Künstler. Mit der zunehmenden Etablierung dieses Diskurses setzen sich auch neue Wahrnehmungs- und Denkmuster durch: der gesellschaftliche Nutzen künstlerischer Produktion wird weitestgehend als selbstverständlich erachtet. Zugleich wird dem Kunstfeld eine »Ethik (oder auch nur Rhetorik) der Uneigennützigkeit und des Gemeinnutzens« (Menger 2006: 27) zugeschrieben (vgl. auch Abbing 2006: 78 ff.).

Die Ökonomisierung und die Vermarktlichung des Kunst- und Kulturfeldes wirken sich innerhalb des Arbeitsfeldes nun allerdings ganz unterschiedlich aus. Manche Branchen der »Kreativindustrie«, insbesondere die »jungen«, profitieren mitunter auch von der wirtschaftspolitischen Neubewertung des Feldes. Andere hingegen, vor allem die »traditionellen Künste«, leiden unter den Veränderungen mehr als sie gewinnen, denn sie scheinen vor allem aufgrund ihrer (nicht gewinnorientierten) Ausrichtung an Wert zu verlieren. Die Entgrenzung von Kunst und Kultur produziert eine nahezu unendliche Vielfalt an »kulturellen« (Unterhaltungs-)Angeboten. Wuggenig (2002) verweist unter Bezug auf Waters (1995) darauf, dass die Globalisierung im kulturellen Bereich bereits weiter fortgeschritten ist als im Bereich der Ökonomie und Politik. Damit verbunden ist auch, dass einerseits der Wettbewerb um »Kulturinteressierte« zunimmt, andererseits der Kampf um finanzielle Fördermittel ansteigt.

Mit dem CI-Konzept verändert sich die kulturpolitische Subventionierung. Gefördert wird tendenziell jene Kultur, deren Förderung sich »rentiert«. Schließlich bewirkt der kulturunternehmerische Diskurs eine Verschiebung der Machtstrukturen zwischen klassischen »humanistischen« Kunst- und Kulturorganisationen – beispielsweise Theater und (nicht-zeitgenössische) Museen – und kommerziell-populären Kultur- und Symbolvermittlern (wie z. B. Film und Fernsehen). Dieses Machtverhältnis verschiebt sich zugunsten populärer Kulturangebote (vgl. auch Koppetsch 2006: 109 f., Misik 2007). Allerdings sind nicht nur die Reputations-, Erfolgs-, und Erwerbchancen innerhalb der äußerst heterogenen »Kultur- und Kreativindustrien« ungleich verteilt, auch die Motivationslagen, die Handlungsorientierungen und das »Berufsethos« der Kulturarbeiter scheinen sehr unterschiedlich zu sein. Dies versucht auch eine Untersuchung zu den Arbeitsbedingungen im Wiener Kreativsektor aufzuzeigen, die zum Ergebnis kommt, dass sich die Branche aus vier unterschiedlichen Gruppen beziehungsweise Typen von »Kreativen« zusammensetzt (vgl. Eichmann u. a. 2007): Einer dieser Gruppen wird ein Arbeitsethos zugeschrieben, das primär auf dem faktisch erzielten »Unternehmens-Erfolg« basiert. Das Erbringen einer »professionellen Leistung« (Dritten gegenüber) steht der Studie zufolge für die zweite Gruppe im Vordergrund ihres Tuns. Die dritte identifizierte Gruppe von »Kreativen« strebe zuallererst eine erfolgreiche »Firmen-Laufbahn« an. Für die vierte Gruppe schließlich scheint das »Kunst-Schaffen« selbst am Wichtigsten zu sein (vgl. ebd.: 36 ff., vgl. auch Koppetsch 2006: 141 ff.).

Kurz resümiert sind laut dieser Untersuchung in der Wiener Kulturbranche also zum einen »Kreative« tätig, welche in erster Linie »unternehmerisch« motiviert sind und ihre Arbeitsinhalte am zu erwartenden ökonomischen Kapital ausrichten. Zum anderen wird eine zweite Gruppe von Kreativarbeitern bestimmt, deren Tätigkeiten vor allem von ästhetischen Idealen geleitet werden. Für diese steht die Schaffung von symbolischem Kapital im Vordergrund. Dieser Gruppe wird eine stark intrinsische Arbeitsmotivation zugeschrieben (vgl. Eichmann u. a. 2007: 31 ff.). In der folgenden *Tabelle* finden sich zusammengefasst die zentralen Werthaltungen und Tätigkeitsmuster, mit welchen die Studie die vier verschiedenen »Identitäts-Formen« der Kreativ- und Kulturarbeiter beschreibt.

Tabelle: Idealtypen von Berufsorientierungen

	<b>Unternehmens- erfolg</b>	<b>Professionelle Leistung</b>	<b>Kunstschaffen</b>	<b>Firmenlaufbahn</b>
Berufsziele	Erfolg, dann Autonomie	Balance zwi- schen Erfolg, Autonomie und Sicherheit	Autonomie und Anerkennung, ästhetische Kriterien	Sicherheit, Rezi- prozitat, Zugeho- rigkeit vor Erfolg und Autonomie
Identifikations- fokus	Eigenes Unternehmen	Professions- status wichtig, nicht Beschäfti- gungsstatus	Communities, Kunstszenen	Unternehmen des Arbeitgebers
Arbeit und Leben	Erwerbsarbeit im Zentrum, Privatleben als Rest-lebenszeit	Erwerbsarbeit vor Privatleben, aber von aktuel- ler Tätigkeit und Stellung im Le- benszyklus ab- hängig	Erwerbsarbeit Teil des Lebens- entwurfs, Ableh- nung der Tren- nung von Er- werbs- und Privatleben	Erwerbsarbeit und Privatleben gleich- rangig, nach Möglichkeit Trennung von Erwerbs- und Privatsphäre
Arbeits-Formen	Arbeitgeber, Führungskräfte, EPU	EPU, Free- lancer, Ange- stellte, seltener Arbeitgeber	EPU, Freelan- cer, seltener Arbeitnehmer und -geber	Angestellte, auch Freelancer
Branchen/Berufe	alle Branchen, seltener in künstlerischen Feldern	technische Berufe: IT, Ton- und Kamera- Technik, Architektur	künstlerische Berufe: Film, Design, Architektur (»Baukultur«)	IT, Werbung und ORF, kaufmännische Berufe
weitere Charakteristika	vor allem Man- ner; im Sample der seltenste Typus	vor allem Per- sonen mit lang- jähriger Berufs- erfahrung	Trennung von Brotberuf und künstlerischer Tätigkeit	vor allem jüngere Personen (Ausnahme: ORF)

Quelle: Eichmann u. a. 2007: 38

Was an dieser Stelle resümierend jedoch für alle Kunst- und Kulturschaffenden zu gelten scheint: Sie sehen sich infolge der Veränderungen des Feldes mit einer Vielzahl an widersprüchlichen Erwartungen konfrontiert. Insbesondere die Aufforderung, die künstlerischen Vorstellungen und Ansprüche »marktgangig« zu machen, erfahren viele Künstler und Kulturorganisationen als äußerst »herausfordernd« beziehungsweise belastend (vgl. Eikhof/Haunschild 2006: 237 ff.). Die steigende Marktorientierung des Feldes und die gleichzeitige Zunahme der Individualisierung künstlerischer Arbeit erhöhen auch das Risiko und die Unsicherheit, mit welcher sich Kunst-

ler heute konfrontiert sehen. Das *Steuerungsprinzip des dynamischen und unberechenbaren Marktes* fordert die Kunstschaffenden zu mehr Eigeninitiative, Selbstmanagement und unternehmerischem Denken auf, wollen sie am Künstlermarkt überleben (vgl. Studie der Europäischen Kommission zu Kultur, Kulturwirtschaft und Beschäftigung 1998: 19 ff.). Die künstlerische Berufssphäre scheint vor allem auf einem Originalitäts- und Innovationsgebot, das auf Differenzierung und Unsicherheit beruht, und einem Risikomanagement, welches diese Unsicherheit zu reduzieren sucht, aufzubauen (vgl. Menger 2006: 49). Somit lassen sich künstlerische Organisationsformen von Arbeit zusammenfassend beschreiben über ein hohes Maß an persönlichem Engagement und Arbeitsautonomie, über die Akzeptanz oder vielmehr Forderung von Flexibilität, über ein riskantes Gleichgewicht zwischen materiellen Gewinnen und nicht-finanziellen Entschädigungen sowie zwischen Kooperation und Konkurrenz und schließlich über eine gezielte Nutzung von Ungleichheiten (vgl. ebd.: 24). Die Widersprüche, die die Rahmenbedingungen künstlerischer Produktion heute erzeugen, scheinen der kapitalistischen Ausrichtung und Organisation der Märkte sehr ähnlich zu sein und sich zunehmend auch in anderen Arbeitsfeldern und Beschäftigungssystemen wiederzufinden.

Doch trotz der beschriebenen Spannungsfelder, trotz aller Ungewissheiten und dem hohen Risiko, welches mit dem künstlerischen Beruf verbunden ist, strahlt das Kulturfeld für viele Menschen Attraktivität aus. Es müssen nicht-finanzielle Argumente sein, die für ein »Künstlerleben« sprechen. Es müssen immaterielle Entschädigungen, wie beispielsweise die Hoffnung auf psychische Befriedigung, gesellschaftliche Anerkennung, geringe Arbeitsroutinen etc. sein, die das Feld reizvoll erscheinen lassen (vgl. Menger 2006: 53 f.). Denn dass das künstlerische Arbeitsfeld prinzipiell ein großes *Potential* für eine hohe Arbeitszufriedenheit aufweist – zumindest, wenn man den in der Arbeits- und Organisationspsychologie und Führungstheorie etablierten Kriterien folgt (vgl. ebd.: 54, Neuberger 1984: 533 ff., Oechsler 2006: 297 ff.) – ist weitestgehend unbestritten. Diese Kriterien beziehungsweise Faktoren beziehen sich in der Regel auf das Maß an Tätigkeitsspielräumen, an Entscheidungs- und Kontrollspielräumen sowie an Kooperationsspielräumen, über welches Beschäftigte verfügen. Auch partizipativ ausgerichtete Führungs- und Organisationsstrukturen sowie die Wertschätzung und Anerkennung der individuell erbrachten Leistung (»Sozialprestige«) werden in der entsprechenden Literatur als so genannte »Motivatoren« angeführt.

Friebe und Lobo, Autoren des Buches »Wir nennen es Arbeit. Die digitale Bohème oder intelligentes Leben jenseits der Festanstellung«, beschreiben den Kreativsektor jedenfalls als äußerst attraktives und reizvolles Arbeitsfeld. Bevor die »Vorbildfunktion« des Kulturfeldes, die dieses im postfordistischen Arbeitsparadigma erhält, diskutiert wird, wird im Folgenden das Arbeitsverständnis dieser »neuen Bohémiens« skizziert. Darüber soll zum einen ersichtlich werden, mit welchen Herausforderungen sich »Kultur- und Kreativarbeiter« heute konfrontiert sehen. Zum anderen soll die Charakterisierung der neuen »Bohémiens« verdeutlichen, welche Aufgaben und Funktionen sie sich und ihrer Tätigkeit zuschreiben. Das Selbstverständnis und die Selbstwahr-

nehmung dieser Kreativ- und Kulturarbeiter scheinen in direktem Zusammenhang mit den normativen Erwartungen des »kulturunternehmerischen« Diskurses zu stehen.

### *Die Renaissance der Bohèmiens?*

Friebe und Lobo (2006) bezeichnen die neue Bohème, der sie sich selbst zuordnen, als »eine Gruppe, die ihr Schicksal arbeitstechnisch in die eigenen Hände nimmt und dabei mehr Wert auf Selbstprogrammierung und individuelle Freundschaften legt als auf karrierefördernde Anpassung« (ebd.: 28 f.). Die digitale Bohème besteht den Autoren zufolge aus »Menschen, die sich dazu entschlossen haben, ein *selbstbestimmtes Leben zu führen*« (ebd.: 15 f., meine Hervorhebung).<sup>19</sup> Friebe und Lobo betonen, dass diese Menschen ihre kreative Arbeit nicht einfach als »Job« verstehen, der zu tun ist. Vielmehr beziehe sich die Bohème auf eine »zukunfts-gewandte Daseinsform«; sie stelle ein »attraktives Lebensmodell« dar. Der neuen Bohème geht es laut Friebe und Lobo darum, »nicht nur so zu leben, wie man will, sondern auch so zu arbeiten, wie man leben will, und dabei keine Kompromisse einzugehen und keinen Aufschub zu dulden« (ebd.: 28). Dabei streben die Bohèmiens eine »internet-affine, kulturelle Identität« (ebd.: 281) an, die sie nicht auf die berufliche Sphäre beschränken wollen. Als Gemeinsamkeit der vielen und sehr unterschiedlichen Mitglieder der neuen »kreativen Klasse« bezeichnen die Autoren »das Lebensgefühl eines neuen Aufbruchs ins Unge- wisse und das *spielerische Austesten* neuer Formen der Arbeit und Kooperation« (ebd.: 43, meine Hervorhebung, vgl. auch Leadbeater 2008).

Friebe und Lobo (2006) bezeichnen das Leben in der digitalen Bohème als »riskant, aber vielversprechend« (ebd.: 19). Darum ist für sie die Grundvoraussetzung für ein Leben in der digitalen Bohème »die Fähigkeit, ein gewisses Maß an Zukunftsangst und Unsicherheit auszuhalten« (ebd.: 100). Die Autoren selbst begrüßen die zunehmende Individualisierung von Arbeit, denn sie sind gerne selbstverantwortlich. Stabilitäten, Inflexibilität und Routine lehnen sie ab. Dem traditionellen linearen Berufs- und Karriereweg wollen sie nicht folgen. Das starre und erstarrte System der abhängigen Erwerbsarbeit produziert ihres Erachtens nicht nur Massenarbeitslosigkeit sondern auch »Massenunzufriedenheit« (ebd.: 17, vgl. Lotter 2007, Sprenger 2005). Darum verzichten die neuen Bohèmiens auf eine Festanstellung. Sie sind selbständige »Kreativunternehmer«, die in verschiedensten, oftmals simultan laufenden Projekten tätig sind (vgl. Friebe/Lobo 2006: 91 ff.). Sie brauchen – im Unterschied zur »analogen Bohème« – keinen stabilen Ort mehr, an dem sich ihre Tätigkeiten materialisieren; sie gehen einer Vielzahl an unterschiedlichen Aktivitäten und »Initiativen« nach. Verbunden ist die digitale Bohème über virtuell-reale Orte beziehungsweise »Kommunikationsnetze« (vgl. ebd.: 42, vgl. kritisch Sennett 1999: 131 ff.). Diese sozialen Netze bewegen sich »zwischen Kommerz und Kunst, Wirtschaft und Leidenschaft« (Friebe/

---

<sup>19</sup> Vergleiche dazu auch die von F. Bergmann initiierte Bewegung »Neue Arbeit, neue Kultur«, die ein neues Verständnis und Konzept von Arbeit begründen soll. Ziel der Initiative ist es, moderne Technologien so einzusetzen, dass selbstbestimmtes Arbeiten für mehr Menschen möglich wird (vgl. Bergmann 2005).

Lobo 2006: 19). Die neuen Bohèmiens verstehen sich also nicht mehr als Gegenmodell zum gewinnorientierten, rational kalkulierenden Geschäftsmann, wie es noch für die Bohèmiens im 20. Jahrhundert kennzeichnend war (vgl. Eikhof/Haunschild 2006: 235 ff., Mayerhofer/Mokre 2007: 296, Misik 2007). Sie sind »Kreativunternehmer« und verbinden als solche strategisch-unternehmerisches Kalkül mit kreativer Arbeit. Friebe und Lobo beschreiben die Mitglieder dieser neuen »kreativen Klasse« als neugierig, experimentier- und risikofreudig, als verspielt, erfahrungs- und wissbegierig, als engagiert, hoch motiviert und »leidenschaftlich«. Sie sind gegenüber Unbekanntem offen und an neuen Netzwerkkontakten, Kooperationen und Projekten stets interessiert (vgl. dazu auch die Beiträge in *brand 1 05*/ Pieper 2007).

Dies führen Friebe und Lobo (2006) auch darauf zurück, dass innerhalb der neuen Bohème »Respekt« das Grundprinzip der Zusammenarbeit darstelle. Die »Kreativunternehmer« der Bohème bilden »Respektnetzwerke«. Sie arbeiten kontinuierlich am Aufbau einer neuen »Respektökonomie«, die auf den Erhalt und die Pflege sozialer Netzwerke abzielt (vgl. ebd.: 78). Die Arbeits- und Lebensphilosophie der neuen Bohème lautet: »so viel für Geld arbeiten wie nötig, so viel in Respektnetzwerke investieren wie möglich« (ebd.: 79). Diese Haltung beziehungsweise Philosophie scheint vor allem *strategisch* begründet zu sein. Für Friebe und Lobo ist die Haltung jedoch eine »Notwendigkeit«, hat doch die Gruppe der neuen Bohème, die einer unsicheren Zukunft entgegenblickt, ein Interesse an ihrem eigenen Bestehen beziehungsweise Überleben. »Respektnetzwerke« scheinen dieses sicherzustellen: »Wir wissen einfach zu wenig über die Zukunft. Was wir jedoch wissen, vielleicht auch nur spüren oder ahnen, ist, dass uns *diese informellen Freundschafts- und Respektnetzwerke einmal retten* oder zumindest vor dem Größten bewahren werden« (ebd.: 80, meine Hervorhebung). Wird Respekt also zum »Rettungsanker« in einer unsicheren und entgrenzten Arbeitswelt? Ja, aber nicht nur. Friebe und Lobo, die sich als Sprachrohr der neuen Bohème verstehen, sind sich nämlich sicher, dass sich die persönliche Zufriedenheit »eben nicht nur nach dem Kontostand« (ebd.: 108) bemisst, »sondern auch nach dem gut gefüllten Respektkonto und einer zumindest ausgeglichenen Karmabilanz« (ebd.: 108 f.).

Die neue »kreative Klasse« wird bereits innerhalb des Wertesystems des flexiblen Kapitalismus sozialisiert. Sie scheint die Normen des netzwerk- und projektbasierten Arbeitsethos wie Dynamik, Schnelligkeit, Instabilität, Mobilität und Selbst-Verantwortung, nicht nur zu akzeptieren sondern auch zu begrüßen. Friebe und Lobo beurteilen beispielsweise die schnelle Bildung und Veränderung von Partnerschaften, Allianzen und Teamzusammensetzungen als positiv, da sie die rasche Verbreitung von Ideen und Fähigkeiten fördern. Auch die Etablierung der »Projektpolis« (Boltanski/Chiapello 2006) wird als positiv bezeichnet; sie erlaube die Verbindung von individualistischen Werthaltungen und einer stark ausgeprägten kollaborativen Arbeitspraxis (vgl. Friebe/Lobo 2006: 276 f.). An dieses »Ethos« knüpft auch Florida (2002) in seinem Buch »the rise of the creative class« an. Er charakterisiert die Arbeitshaltung der neuen »creative class« vor allem über ein sehr hohes Maß an Toleranz, Offenheit, Netzwerkorientie-



rung und Wissbegierde (vgl. auch Caves 2000). Die digitale Bohème stellt die Freiheiten, die die neue Arbeitswelt gibt, in den Vordergrund. Den Gefahren und Begrenzungen der Wissensökonomie will sie aktiv und »ideenreich« begegnen, ist doch ihr zentrales Handlungsmotiv an Rainald Goetz (1999) anknüpfend – »don't cry – work« (ebd.: 289). Denn die neue Bohème wendet sich zuallererst gegen Fremdbestimmung. Primäres Ziel der digitalen Bohème ist die Selbstverwirklichung auch innerhalb der Arbeitswelt, und dieses sieht sie nur realisierbar, wenn sie sich von der »Festanstellung« abwendet und den »Schritt in die Selbstständigkeit« (Friebe/Lobo 2006: 29) geht. Die Darstellung des Arbeitsverständnisses und -ethos' von Friebe und Lobo deutet an, dass sich die digitalen Bohémiens »ganz freiwillig« zu »unternehmerischen Subjekten« (Bröckling 2007) machen. Sie lehnen die Vorstellung eines (Sozial-)Staates, der sich für sie verantwortlich fühlt, sogar ab. Die neue Bohème stellt keine Forderungen. Sie hat keine Erwartungen an »Vertreter« aus Politik und Wirtschaft, sie übt keine Kritik, sondern sie bemüht sich selbst, an der Verbesserung ihrer Existenz- und Arbeitsbedingungen zu arbeiten. Friebe und Lobo (2006) verlangen von sich beziehungsweise von den neuen Bohémiens jedoch, sich politisch und öffentlich künftig stärker zu engagieren, um der Entwicklung prekärer Existenzbedingungen entgegenzuwirken (vgl. ebd.: 279). Dafür sei es notwendig, die Lebensvorstellung, Lebenshaltung und Arbeitsweise dieser neuen Gruppe klarer auszuformulieren und weiter zu reflektieren. Nächste wichtige Aufgabe der Bohémiens ist somit, die »eigenen Existenzbedingungen zukunftssicher zu machen, politisch zu flankieren und abzusichern« (ebd.: 289). Entsprechende Konzepte wollen sie in Eigeninitiative entwickeln. Freilich erklären auch die Vertreter der neuen kreativen Bohème, dass »die Ausweitung staatlicher Vorsorgeeinrichtungen für Freiberufler und Kleinselbstständige, wie sie die Künstlersozialkasse darstellt, ... über den Abbau von Lebensrisiken die Popularität eines solchen Modells deutlich erhöhen« (ebd.: 285, meine Kürzung) und so die Gruppe schneller vergrößern würde. Die Förderung solcher Modelle und Programme nehmen Friebe und Lobo »im Moment« allerdings nicht wahr. Das beanstanden sie zwar nicht, aber sie sehen es als Ursache, dass die Bohème – noch – kein Gesellschaftsmodell darstellt, das für alle arbeitenden und nicht-arbeitenden Menschen, unabhängig von Ausbildung, Lebenssituation und Alter, Gültigkeit erlangt (vgl. ebd.: 284 f.). Im Moment sehen die Autoren darum die neue Bohème, ebenso wie die ehemalige »analoge Bohème«, zu einem großen Teil aus »Bürgersöhnen und Töchtern aus höherem Hause« (ebd.: 279) zusammengesetzt, welche »aus einer privilegierten Position heraus gegen das Lebensmodell ihrer Eltern opponieren« (ebd.). Damit gestehen die Autoren, dass es leichter fällt, sich der unsicheren Arbeitswelt affirmativ zuzuwenden und sich an »wackelig formulierten« Glücksversprechen zu orientieren, *wenn ein sicherer sozialer und ökonomischer Rückhalt gegeben ist* (vgl. ebd.: 279 f.). Auch verweisen sie unter Bezugnahme auf Bourdieu (1999) darauf, dass in der digitalen Bohème bestimmte Klassenunterschiede nicht oder noch immer nicht verwischt werden können (vgl. Friebe/Lobo 2006: 280). Nun sei an dieser Stelle dahingestellt, welche Relevanz dem Bourdieuschen Klassen-, Milieu- und Habituskonzept im postdisziplinären Paradigma

zukommt; erwähnenswert scheint dieses Eingeständnis allerdings allemal. Und zwar insofern, als es verdeutlicht, wie wichtig die Analyse der kontextspezifischen Einbettung arbeitender Menschen ist, will man ein Verständnis ihrer Arbeits- und Lebensrealität entwickeln. Wenn also diese neue kreative Bohème zu ihrem Leitspruch erklärt, »etwas Besseres als die Festanstellung finden wir allemal!«, so scheint dieses »Motto« nicht ohne seine Entstehungshintergründe und -bedingungen nachvollziehbar zu sein.

Resümierend versteht sich die »digitale Bohème« als »wesentliches Element« einer alternativen und spontanen Kulturszene, die der Bourgeoisie beziehungsweise der bourgeoisen Bohème gegenübersteht (vgl. Friebe/Lobo 2006: 23). Sie ist an ihrer eigenen Entwicklung und Ausweitung interessiert. Friebe und Lobo sind der Überzeugung, dass sich die neue Bohème künftig in allen gesellschaftlichen Feldern verankern wird. Ebenso wie Florida (2003) wollen auch sie, dass Kreativität im 21. Jahrhundert nicht mehr ein »Privileg« einzelner ist, sondern dass sie in allen Arbeits- und Wirtschaftszweigen und Lebensbereichen an Bedeutung und Akzeptanz gewinnt. Gemeinsames Ziel: die Formierung einer »kreativen Gesellschaft« (vgl. Leadbeater 2007: 65, Goehler 2006). Darum verwehren sich die »neuen Kreativen« auch nicht, als Vorbild der schönen neuen Arbeits- und Wirtschaftswelt verstanden zu werden (vgl. Florida 2005). Vielmehr erscheint das Aufgehen des Kultur- und Kreativsektors in der flexiblen politischen Ökonomie ganz im Sinne der neuen Bohème zu sein. Friebe und Lobo (2006) sind als deren Vertreter bestrebt, die Möglichkeiten der globalisierten Kulturwelt herauszustreichen. Sie betonen die großen Erfolgchancen, welche heute den kleinen und unbekannteren Künstler-Gruppen, den so genannten »Außenseitern«, zukommen. Ihrer Einschätzung nach sind zunehmend auch »die Großen« bereit, von der »Kreativität der Kleinen« zu lernen (vgl. ebd.: 36). Die Beschreibung der »Arbeitsethik« der »neuen Kreativen« – mit der sich Friebe und Lobo (2006) eigentlich gegen den »Neoliberalismus« wenden wollen (vgl. ebd.: 17) – kann als exemplarisches Beispiel dafür angesehen werden, wie das »Wahrheitsregime« des CI-Diskurses auf das Verhalten und das Selbstverständnis von Kultur- und Kreativarbeitern Einfluss nimmt und dieses neu rahmt. Die wesentliche Problematik der Darstellungen zum Leben und Arbeiten als Bohémien von Friebe und Lobo scheint darin zu liegen, dass sie die normativen Erwartungen des kulturunternehmerischen Diskurses nicht nur bereitwillig akzeptieren, sondern willkommen heißen. Indem sie bereitwillig »aus der Not eine Tugend machen«, stärken sie »neoliberale« Managementideologien und fördern die weitere Durchsetzungskraft und Legitimation des »neuen Geistes des Kapitalismus« (vgl. Boltanski/Chiapello 2006, Incorvaia/Rimassa 2006).

Die folgenden Ausführungen nehmen Bezug auf das Kulturfeld als Leitbild der projektbasierten Wissensökonomie. Die Hintergründe dieser Leitbild-Konstruktion werden dabei vor allem aus arbeitsweltlicher Sicht beleuchtet.

*Leitbildfunktionen des Künstlers in der schönen neuen Arbeitswelt*

Die Leitbildkonstruktion des Künstlers mutet zumindest auf den ersten Blick etwas paradox an. Einerseits werden Künstler belächelt, nicht ernst genommen und mitunter sogar verspottet. Ihre Tätigkeit wird oftmals eher als unproduktives »Spiel« denn als Arbeit begriffen (vgl. auch Menger 2006: 8). Andererseits geht vom »künstlerischen Habitus« eine bestimmte Form der Faszination und Magie aus. Künstlerischem Schaffen wird immer wieder mit Bewunderung begegnet, und zumindest teilweise sind künstlerische Berufe auch mit einem hohen Sozialprestige verbunden. Laut Menger (2006) ist der Künstlerberuf heute »zu einer Art Paradigma der freien, an keinerlei Routine gebundenen Arbeit mit – ihrem Ideal nach – hohem Selbstverwirklichungsgehalt geworden« (ebd.: 53). Bei näherer Betrachtung scheinen es vor allem drei Komponenten zu sein, die die künstlerische Tätigkeit für die »neue Arbeitswelt« besonders interessant und attraktiv machen: die spezifischen Arbeitsinhalte, die individuelle Einsatzbereitschaft und die typischen Formen der Arbeitsorganisation (vgl. ebd.: 27f.). Das heißt: es sind sowohl die umfassenden kulturellen Kompetenzen und das hohe intellektuelle Kapital, die für den künstlerischen Schaffensprozess charakteristisch erscheinen, als auch die spezifischen Rahmenbedingungen – die projektbasierten Organisationsformen von Kunst- und Kulturarbeit – sowie schließlich die den Künstlern zugeschriebenen »erfolgreichen Arbeitstugenden« beziehungsweise die »gute Arbeitsethik«, welche diese zum Vorbild des postfordistischen Arbeitsparadigmas machen (vgl. Florida 2002). Diese drei »Leitbildfunktionen« werden im Folgenden näher beleuchtet.

*Der »Produktionsfaktor Kreativität«*

Warum ist gegenwärtig der »Wettbewerb um die kreativsten Köpfe« voll im Gange (vgl. Goehler 2006)? Es liegt Lotter zufolge daran, »dass kein ernsthafter Ökonom heute daran (zweifelt), dass Ideen und Kreativität das wichtigste Wirtschaftsgut des 21. Jahrhunderts sein werden« (Lotter 2007: 53, meine Ergänzung). In der dynamischen Wissensökonomie wird Kreativität auch im Arbeits- und Produktionsprozess zu einem wichtigen »Rohstoff«; »kreative Arbeit war früher exklusiv, heute ist sie normal« (ebd.: 57). Aufgrund der ihr immanenten »Eigensinnigkeit«, ihrer unberechenbaren Entwicklungswege, ihrer kontingenten Flüchtigkeit und Abstraktion beziehungsweise aufgrund ihres fehlenden Wesens und unklaren Ziels scheint Kreativität allerdings ein ganz spezieller Rohstoff zu sein. Er ist unberechenbarer als die anderen, und damit gleichermaßen »wünschenswerte Ressource wie bedrohliches Potential« (Bröckling 2004 b: 139). Dieser Gedanke findet sich bereits bei Adorno und Horkheimer (1977) wieder. Sie schrieben dem Kapitalismus zwar die Fähigkeit zu, selbst die geistige Produktion zu mechanisieren, zu parzellieren und seriell zu gestalten, dennoch erwarteten sie nicht eine völlige Unterwerfung des Kulturfeldes unter die fordistischen Kriterien der Arbeitsorganisation. Sie bezeichneten es für die Kulturindustrie als notwendig, »dem Informellen, dem Nicht-Geplanten, dem plötzlichen Sicheinstellen des

Unvorhergesehenen, der kommunikativen und schöpferischen Improvisation einen gewissen Raum zu überlassen« (Virno 2005: 77) – nicht, »um die menschliche Kreativität zu fördern, sondern um eine zufrieden stellende Produktivität der Firma zu erreichen« (ebd.). Das moderne Kreativitätsmanagement bewegt sich genau in diesem Spannungsfeld zwischen *Entfesselung und Domestizierung von Kreativität* (vgl. Bröckling 2007: 153 f., Styhre/Sundgren 2005). Ihm kommt die Funktion zu, zum einen Innovation und die kontinuierliche Re-Produktion des Neuen zu fördern, zum anderen aber auch Risiko und Ungewissheit zu vermeiden beziehungsweise individualisiert »auszulagern« (vgl. Menger 2006: 91). »Kreativitätscontrolling« ist also damit betraut, die »produktiven Seiten von Kreativität nutzbar zu machen und ihre destruktiven zu beschneiden« (Bröckling 2004 b: 140). Für Kreativität – als Rohstoff betrachtet – gilt also letztlich, was auch für andere Rohstoffe gilt. Sie muss zuerst in einer spezifischen Weise geformt und kanalisiert werden, um *nützlich* zu werden. In der flüchtigen Moderne wird nach einer ganz bestimmten Form der Kreativität gesucht. Eine Kreativität, die schnelle Ergebnisse und Erfolge produziert, die kein langwieriges und ungewisses Experimentieren erfordert. Eine Form der Kreativität, die sich an den Markterfordernissen und Kundenwünschen orientiert, eine Kreativität, die sich mit Sicherheit kommerzialisieren und gewinnbringend vermarkten lässt.<sup>20</sup> Konsequenterweise geht es auch in einer individualisierten Arbeitswelt, die auf dem Prinzip Eigenständigkeit und Eigenverantwortlichkeit basiert, »nicht einfach« darum, kreativ zu sein, sondern »unternehmerisch kreativ« zu werden (vgl. Leadbeater 2007: 65). Es ist die Verknüpfung von künstlerisch-kreativem Agieren und unternehmerisch-strategischem Denken, die als erfolgsversprechend angesehen wird. Managementautoren, die die Dekonstruktion der Arbeitswelt als »Gewinn für alle« bezeichnen, beurteilen die Verbindung von Künstlertum und Unternehmertum als äußerst produktiv (vgl. Aubrey 1994), denn »Kreativität verlangt nach Menschen mit Selbstorganisation. Unternehmern also« (Lotter 2007: 60, vgl. Friebe/Lobo 2006). Und diese Kompetenzen werden den in den »Kreativindustrien« Beschäftigten zugeschrieben (vgl. Leadbeater 2007).

Im fordistischen Arbeitsparadigma wurden die Künstler von den intellektuell ebenso wie von den körperlich Tätigen unterschieden. Zudem wurden die Kunstschaffenden von den unternehmerisch Tätigen eindeutig abgegrenzt (vgl. Balzac 1952: 16, zit. in Bourdieu 1999: 96 f., vgl. Gutenberg 1968). Heute hingegen vereint der »creative entrepreneur« in seinem kreativen Tätigwerden intellektuelle Fähigkeiten, manuelle Fertigkeiten *und* unternehmerische Initiative (vgl. Lazzarato 1998: 61, Mayerhofer/Mokre 2007: 304 f.). Die »neuen Kreativen« scheinen das Bild des »Unternehmers« als »Leitbild zeitgenössischer Subjektivität« (Bröckling 2007) anerkannt und übernommen zu

20 Allerdings kann das Wirken von Kreativität diskursiv nicht determiniert werden. Lazzarato (1998: 63) zufolge wird sich die unberechenbare, »ereignishaft«, immateriell-abstrakte Seite der Kreativität stets der völligen kapitalistischen Aneignung entziehen. Versteht man Kreativität als »Ereignis«, dann ist damit auch verbunden, dass sie prinzipiell nicht ursächlich zu erklären, nicht von außen zu bestimmen und nicht zu kalkulieren ist (auch nicht in Hinblick auf ihre Wirkungen). Das kreative Ereignis ordnet sich keiner Marktnachfrage oder sonstigen Mode unter. Es ist nicht kopierbar, es entspringt nicht der »Konserve«, es ist auch nicht konservierbar. Es entzieht sich der gesetzmäßigen Regulierung (vgl. Loacker 2008, Nowotny 2007).

haben (vgl. Eichmann u. a. 2007). Dass die Bedeutung immaterieller Arbeit beziehungsweise nicht-physischer Produktion seit etwa 20 Jahren zunimmt, verweist also zum einen auf die Aufhebung der Trennung zwischen »materieller und intellektueller Arbeit« (Lazzarato 1998: 46), andererseits macht diese Entwicklung auch die zunehmende Relevanz der kulturellen und symbolischen Dimension von »Waren« und Produkten deutlich (vgl. ebd.). Da sich das Kulturfeld bereits seit Langem durch hohe Instabilität, Dynamik und Flexibilität beschreiben lässt, wird dem Kulturschaffenden eine große Expertise im Akquirieren von sozialem Kapital zugeschrieben.<sup>21</sup> Künstler werden immer wieder als »Experten symbolischer Kommunikation« (Menger 2006: 9) bezeichnet (vgl. Misik 2007: 84, Rifkin 2004).<sup>22</sup> Die hohe Bedeutung, die *Kommunikation* und dem Faktor »Subjektivität« innerhalb des kulturellen Produktions- und Konsumtionszyklus beziehungsweise Verwertungsprozesses zukommt, wird auch als wesentlicher Grund für die Leitbildkonstruktion von Kulturarbeit angesehen (vgl. Lazzarato 1998: 54 f.). Virno (2005: 73 f.) sieht ebenso wie Lazzarato (1998: 43 f.) subjektbezogene, »dynamische und offene« Formen der Kommunikation sowie Kooperation als charakteristisch für immaterielle und kulturelle Arbeit an. Lazzarato zufolge wird der Produktionsprozess immaterieller Arbeit im Postfordismus zu einem »gesellschaftlichen Verhältnis«, »das Innovation, Produktion und Konsum einschließt« (ebd.: 48). In diesem Verhältnis werden Information, Wissen sowie Kooperation organisiert. Für die Erstellung immaterieller Güter ist der »Produzent« alleine nicht mehr ausreichend; sie bedarf einer produktiven Kooperation zwischen Produzenten und »Konsumenten« (vgl. ebd.: 46 f.). Der Konsument wird in dieser Kooperationsbeziehung nicht länger als passiv begriffen, auch er ist »aktives, kreatives, kommunizierendes Subjekt« (vgl. ebd.: 60, Lazzarato 2004).

Nach Lazzarato (1998) weist nun immaterielle Arbeit nicht nur einen »virtuosen« sondern auch einen »politischen« – und damit »ideologischen« Charakter auf, an welchen die »Problematik des Sinns« (ebd.: 62) geknüpft ist:<sup>23</sup> wenn Kulturarbeit über das Vermögen verfügt, Sinn zu bilden und zu stiften, dann ist sie auch fähig, strategischen Einfluss auf die Ausrichtung gesellschaftlicher Kooperationsformen zu nehmen (vgl. ebd.: 60 f.). Dieser Gedanke impliziert, dass immaterielle Arbeit nicht nur Waren produziert, sondern auf das Kapitalverhältnis selbst weitreichenden Einfluss nehmen kann (vgl. ebd.: 57). In der Wissensökonomie werden »tendenziell alle Industrien zu »Creative Industries«« (Misik 2007: 85). Wenn man als Definitionsmerkmal dieser

---

21 Abbing (2006: 114 f.) verweist in diesem Zusammenhang allerdings auf die fehlende Reziprozität zwischen sozialem, kulturellem und ökonomischem Kapital innerhalb der Branche.

22 Seit einigen Jahren investieren Unternehmen immer höhere Beträge in Kunst, Kunstförderung und Kulturprojekte. Das Interesse an und die Förderung von Kunst und Kultur scheinen heute zum »guten code of conduct« zu gehören (vgl. Beitrag im Standard »Warum sammeln Unternehmen Kunst?« vom 9. Februar 2008).

23 Diese politische Dimension immaterieller Arbeit legt es nahe, dass sich Kreativ-, Wissens-, und Kulturarbeiter am Politiker und dessen Einstellungen orientieren (vgl. Virno 2005: 75). Virno bezeichnet Politiker als »Kommunikationsexperten voller Pathos«. Zudem schreibt er ihnen die »Gabe« zu, strategisch wichtige Kontakte knüpfen zu können, und diese in ihrem Interesse beziehungsweise zu ihren Gunsten als gesellschaftliches »Spektakel« (Debord 1978) zu inszenieren (vgl. Virno 2005: 79).

jungen Branche die Produktion und Konsumtion von Kultur bestimmt, dann drängt sich tatsächlich die Frage auf, welche sozialen und arbeitsweltlichen Bereiche nicht Teil der »Kreativindustrien« sind (vgl. Hesmondhalgh 2007: 11). Virno (2005) sieht heute alle gesellschaftlichen Felder von den Organisations- und Verfahrensweisen der »Kulturindustrie« beeinflusst. Seiner Analyse zufolge hat sich die Verschränkung von Virtuosität, Politik und Arbeit überallhin ausgebreitet (vgl. ebd.: 78). Mit der Durchsetzung des »Paradigmas der Kulturindustrie« verwandelt sich laut Virno selbst »Virtuosität in Massennarbeit« (ebd.: 73).

Adornos und Horkheimers Analyse problematisierte die Gefahren einer zunehmenden »Fordisierung der Kulturindustrie«. Allerdings ließ sie die simultane Entwicklung der »Kulturalisierung des Fordismus«, welche letztlich das postfordistische Paradigma der Arbeitsorganisation einläutete, weitestgehend außer Acht. Auch Virno (2005) verweist in seiner Analyse darauf, dass die Entstehung der Kulturindustrie zur Überwindung des fordistisch-tayloristischen Systems geführt hat – und »das Paradigma der postfordistischen Produktion in ihrer Gesamtheit auf den Punkt gebracht« (ebd.: 76) hat. Ehemals typisch künstlerische Organisationsformen werden heute vom »neoliberalen« Managementdiskurs als universales »Ideal-Modell« der netzwerkförmigen, an Dynamik und Flexibilität ausgerichteten Organisation inszeniert, wie im Folgenden gezeigt werden soll (vgl. Boltanski/Chiapello 2006, Loacker 2008, Starkey u. a. 2007).

#### Die Organisation künstlerischer Arbeitsprozesse

In der Wissensökonomie können Organisationen nicht länger straff hierarchisch und bürokratisch geführt werden, denn alle sind auf Kreativität »angewiesen« (vgl. Lotter 2007: 59). Da Kreativität »von Freiheiten, nicht Kommandos« (ebd.) lebt, ist die Umkehrung etablierter sozialer und organisationaler Machtstrukturen nach Lotter nicht umkehrbar (vgl. ebd.: 54): in der kreativen Wissensgesellschaft genügt es nicht mehr, »ein leicht regierbares und manipulierbares Völkchen aus Erbsenzählern und mediokren Systemerhaltern hinter sich zu wissen, um Macht zu haben« (ebd.). Denn »ohne Kreativität keine Kohle. So einfach ist das« (ebd.). Lotter zeigt sich überzeugt, dass die neuen Abhängigkeitsverhältnisse Organisationen und Individuen gleichermaßen fordern und fördern. Für Beschäftigte eröffnet kreative Arbeit neue Handlungsspielräume – und für Organisationen »rechnet sie sich« (vgl. auch Kanter 2001, Sprenger 2005). Wenn auch die neuen Machtverhältnisse, deren Wirkungen und Nebenwirkungen innerhalb der Management- und Organisationsforschung sehr unterschiedlich beurteilt werden (vgl. z. B. Maravelias 2007), scheint doch unbestritten, dass die zunehmende Verbreitung von immaterieller und kreativer Arbeit eine Veränderung traditioneller Organisations-, Steuerungs- und Kontrollformen von Arbeit erforderlich macht (vgl. Caves 2000, Lazzarato 1998, 2004, Menger 2006, Virno 2005). In neuen Organisationsformen von Arbeit liegt es begründet, dass gerade »die Kunst, die sich seit zwei Jahrhunderten mit aller Kraft gegen die Allmacht des Marktes stemmt, heute als Vorreiter bei der Erprobung (hyper-)flexibler Arbeitsformen« (Menger 2006: 70) definiert wird (vgl. die Beiträge in Voß/Pongratz 2004).

Wie im vorangehenden Abschnitt aufgezeigt wurde, ist das Kunst- und Kulturfeld ein sehr dynamisches und wettbewerbsintensives. Es unterliegt kontinuierlichen Veränderungen, welche zum Beispiel in technologischen Entwicklungen oder Nachfrageverschiebungen begründet sein können oder auch gouvernemental erwünscht sind (vgl. dazu die Beiträge in Raunig/Wuggenig 2007, Lazzarato 2006). Das Kulturfeld ist von Kooperations- und Kontaktvielfalt geprägt, wenngleich sich nur wenige Verbindungen durch Kontinuität und Stabilität auszeichnen (vgl. Eichmann u. a. 2007: 7 ff., Mayerhofer 2003: 42 ff.). Die ausgeprägte Dezentralisierung, Individualisierung und die netzwerkförmige Strukturierung des Kulturfeldes implizieren, dass Kulturorganisationen und -initiativen zudem ein besonders hohes Risiko auch in Hinblick auf die »Absatzchancen« von Produkten und Gütern tragen (vgl. Caves 2000). Diese spezifischen Branchen-Rahmenbedingungen erfordern von Kulturbetrieben und -initiativen unbürokratische und dynamische Organisationsformen, eine hohe Improvisationskompetenz, eine rasche Anpassungsfähigkeit an veränderte Anforderungen und damit eine hohe Flexibilität in Hinblick auf die eigene Organisationsstrategie (vgl. auch Weick 2003: 345 ff.). Haak und Schmid zeichneten bereits Ende der neunziger Jahre auf Basis einer vergleichenden Analyse des Gesamtarbeitsmarktes und des Künstlerarbeitsmarktes nach, dass – sofern die Dynamik der Flexibilisierungs- und Individualisierungstendenzen von Arbeit anhält – Organisationsformen künstlerischer Arbeit und Produktion »zumindest teilweise paradigmatisch für den zukünftigen Arbeitsmarkt sein können« (Haak/Schmid 1999: 30). Die Dynamik hat angehalten. In der flüchtigen Moderne sieht sich nicht länger nur die künstlerische Arbeitssphäre mit deregulierten und unsicheren Märkten konfrontiert. Permanente kulturelle, wirtschaftspolitische und technologische Veränderungen und hoch kompetitive organisationale Umweltbedingungen führen dazu, dass das Erbringen einer »kreativen und innovativen Performance« als Schlüsselaufgabe von arbeitenden Menschen und Organisationen angesehen wird. Um diese sicherzustellen, werden Disponibilität, Mobilität und kollektive Spontaneität heute verstärkt in organisationale Handlungs- und Steuerungsstrategien integriert. Es sind also nicht nur die spezifischen Arbeitsinhalte und -weisen von Kunst- und Kulturschaffenden, die Vorbild sein sollen, sondern es sind auch deren Organisationspraktiken, die zunehmendes Interesse wecken (vgl. Loacker 2008: 106 f., vgl. Starkey u. a. 2007: 5).

Auch die Beschäftigungs-Modelle Arbeitskraftunternehmer und »Ich-Unternehmer« sind wie dargestellt im Kulturfeld besonders weit verbreitet (vgl. Eikhof/Haunschild 2004, 2006). Nur sehr wenige Künstler sind in traditionellen Beschäftigungsverhältnissen tätig. Vielmehr werden flexible, kurzfristige Projektverträge innerhalb des Feldes als »Normalarbeitsverhältnis« betrachtet. Mörsch (2003) sieht künstlerische Arbeitsformen heute zu Projektionsflächen künftiger Beschäftigungsverhältnisse stilisiert. In einer deregulierten Arbeitswelt, die zunehmend von projektbasierten Beschäftigungsformen dominiert ist, wird der Künstler tendenziell zum Prototyp des Beschäftigten, »der sich in einem ungewissen Wirtschaftskontext bewegt und ... den Risiken der interindividuellen Konkurrenz und den neuen Unsicherheiten der beruflichen Karriereplanung ausgesetzt ist« (Menger 2006: 10, meine Kürzung). Insbesondere

für den in der Projektpolis selbständig Beschäftigten wird er zum vielversprechenden Ideal (vgl. Koppetsch 2006: 198). Der »culturepreneur« verdeutlicht exemplarisch die hohe Bedeutung, die innerhalb der Polis individueller Leistungsbereitschaft, Kooperationswillen, *Ambiguitätstoleranz*, Selbstorganisationskompetenz und dem Prinzip *Selbstverantwortung* zukommt (vgl. Haak 2005: 2 ff., Haak/Schmid 1999). Der aktuelle (Kultur-)Managementdiskurs erklärt das Kunstfeld zum »Experimentierfeld für Flexibilität« (Menger 2006), während er den Künstler als flexibles und selbstdiszipliniertes Subjekt bestimmt, das seinen Selbstwert und seine Reputation an den laufenden Projekten bemisst, und dabei jedes einzelne Projekt als neue Entwicklungschance betrachtet (vgl. Peters 1999). Auf diese Weise ermöglicht die Bezugnahme auf den unternehmerischen Künstler-Typus auch die Aufhebung des Widerspruchs zwischen der Forderung nach einer zunehmenden Ästhetisierung von Arbeit und einer verstärkten Vermarktlichung des arbeitenden Subjekts (vgl. auch Koppetsch 2006: 198).

Vor diesen Hintergründen erscheint es nicht weiter überraschend, dass heute »die vernetzte Organisation in den kreativen Beschäftigungsbereichen und die Arbeits- und Kommunikationsbeziehungen in der Welt der Kunst anderen Arbeitssphären ein Organisationsmodell« (Menger 2006: 9) liefern (sollen). Im 21. Jahrhundert werden Kunst- und Kulturschaffende diskursiv zu »Helden« der Arbeit und ihrer Organisation gemacht (vgl. Mayerhofer 2003: 42). Sie werden als Vorreiter einer Arbeitswelt genannt, die sich vom Normalarbeitsverhältnis verabschiedet hat, und sich stattdessen der Selbständigkeit und der »Projektmacherei« verschrieben hat. In dieser neuen Arbeitswelt wird die stets ungewisse Arbeits- und Erwerbssituation der »creative entrepreneurs« zum attraktiven neuen Standard erklärt (vgl. ebd.: 45). Bei näherer Betrachtung scheint diese Attraktivität jedoch vor allem dem »typisch« künstlerischen Arbeits- und Lebensstil geschuldet zu sein.

#### Arbeitshaltung und Ethos von Künstlern

Noch vor dreißig Jahren stand das Arbeitsethos des Künstlers dem bürgerlichen Arbeitsethos entgegen. In der flüchtigen Moderne hingegen wird die den Künstlern zugeschriebene Arbeitshaltung zum Leitbild für die Beschäftigten der Projektpolis erklärt (vgl. Boltanski/Chiapello 2006, Hesmondhalgh 2007, McGee 2005, Rübke 2000, Schumacher 1998). Die normativen Erwartungen, die der CI-Diskurs an den Kunst- und Kulturschaffenden stellt, sind ambivalent und nehmen, da der Künstler heute allen sozialen Feldern als Projektionsfläche dient, kontinuierlich zu. Sie beziehen sich sowohl auf künstlerisch-kreative Fertigkeiten, auf das Ethos der Kunst- und Kulturschaffenden sowie auf die künstlerische Persönlichkeit selbst.

Florida (2002) charakterisiert in seinem Bestseller »the rise of the creative class« die »neuen Kreativen« über die »3 Ts« »Technologie, Talente und Toleranz«. Er bezeichnet die »creative class« nicht nur als sozialer Motor für wirtschaftliches Wachstum. Seiner Auffassung zufolge wird sich die Arbeits- und Lebenseinstellung der kreativen Klasse im 21. Jahrhundert zum Vorbild für alle gesellschaftlichen Bereiche entwickeln. Ebenso wie Blair (2007) schreibt auch Florida Kultur- und Kreativarbeitern



die Fähigkeit zu, Menschen begeistern zu können. Dieses Motivationspotential scheint mit zentralen Werten der *Künstlerkompetenz* – wie Fantasie, Spiel, Improvisation, »atypisches Verhalten« und »kreative Anarchie« – in Zusammenhang zu stehen (vgl. Menger 2006: 9). In der Wissensökonomie werden vom Künstler neben kulturellen und intellektuellen Kompetenzen vor allem soziale und (Selbst-)Management-Kompetenzen eingefordert (vgl. Florida 2002). Die Figur des »culturepreneurs« verweist exemplarisch darauf, dass die Künstlerkompetenz heute auf den »schöpferischen Erfindergeist« und den »strategischen Unternehmergeist« abzielt (vgl. Kernbeiß/Schiffanker 2002: 21 f., zit. in Mayerhofer 2003: 41). Auch wenn wie dargelegt für das Kulturfeld und für Kulturarbeit ein hohes Maß an Individualität und Individualisierung charakteristisch ist (vgl. Mapping Document des Departments for CMS 1998: 3, Haak/Schmid 1999), wird dem Künstler zum Beispiel zugeschrieben, dass er um seine Abhängigkeit von »Netzwerken« und Projekten Bescheid weiß und darum stets um die Etablierung neuer Kontakte und Verbindungen bemüht ist (vgl. Studie zu den Wiener CI 2004: 11 ff., Menger 2006). An dieses Bild anknüpfend erklärt Leadbeater (der auch Blairs Kampagne »creative Britain« unterstützte), dass »kreative Menschen« trotz ihrer Selbständigkeit und Individualität kommunikativ und kooperationsinteressiert sind (vgl. Leadbeater 2007: 66).

Der CI-Diskurs macht den Kunst- und Kulturschaffenden jedoch nicht nur zum Unternehmer seines Arbeitsvermögens beziehungsweise seiner Kreativität, sondern auch zum Manager und aktiven Gestalter seiner künstlerischen Identität. Dabei erstaunt es nicht weiter, dass auch das diskursiv konstituierte Bild der vorbildlichen *Künstlerpersönlichkeit* durch Vielfalt geprägt ist: dieses Bild bestimmt den Künstler als leidenschaftlich, ehrgeizig, unermüdlich, eigeninitiativ und -verantwortlich, wiss- und erfahrungsbegierig, risikofreudig, struktur- und hierarchiefeindlich, gut organisiert, diszipliniert, kooperativ, individualistisch und anpassungsfähig (vgl. Mayerhofer/Mokre 2007: 304 ff., Misik 2007: 82 ff., Röbbke 2000). Die Zuschreibungen erinnern an Angerers frühe Definition des Kulturarbeiters. Sie skizziert diesen als »eine durchschnittlich 25-bis 30-jährige Person, multiskilled, flexibel, psychisch stark im Nehmen, unabhängig, alleinstehend, ortsungebunden, die zugreift, wo es im Bereich der Kunst, der Musik, der Medien etwas zu holen gibt« (Angerer 1998: 26, zit. in Mayerhofer 2003: 46). Mit dieser Charakterisierung wird deutlich, dass das Bild des »Geniekünstlers« von einem neuen »Typus« des Kulturschaffenden abgelöst wurde beziehungsweise wird. Im 21. Jahrhundert setzt sich die Bohème aus »kreativen Menschen« zusammen, die »Lust aufs Handeln« (Virno 2005: 84) haben; Menschen, die bereit sind, »sich mit dem Möglichen und dem Unvorhergesehenen auseinander zu setzen« (ebd.), und zwar effizient und effektiv. Die »culturepreneurs« der neuen Bohème treten Flexibilisierungs- und Deregulierungstendenzen der Arbeitswelt selbstbewusst und ohne Furcht entgegen. Die zunehmende Entgrenzung von Arbeit und Leben sehen sie als kreativitätsfördernd an. Den »Originalitätsimperativ« (Menger 2006: 32) bejahen sie, denn sie verfügen über »Improvisationskompetenz« und die Fähigkeit, kontinuierlich Neues in den Re-Produktionsprozess von Arbeit und Leben einzubringen (vgl. ebd., vgl. auch Aubrey 1994, Leadbeater 2006, 2008, Lotter 2007,

vgl. kritisch Loacker 2008, Greene/Mole/Storey 2008). Friebe und Lobo (2007: 28) bezeichnen die digitale Bohème als »neue Avantgarde der Arbeitsgesellschaft« und deren Organisationsprinzipien. Wichtige Werte, auf denen ihr *Arbeitsethos* beruht, sind Selbstbestimmung, Selbstverantwortung, Respekt, Offenheit, Risikofreude, Flexibilität, Individualität, Kollaboration und Commitment – mit diesen Arbeitstugenden will die neue Bohème nicht zuletzt auch einen Beitrag zur »Verbesserung« der (Arbeits-)Welt leisten, wie Friebe und Lobo erklären (vgl. ebd.: 17, vgl. auch Blair 2007, Florida 2002, 2005).

Es macht den Anschein, Kunst- und Kulturschaffende verfügen über genau jene Fähigkeiten, Werte, Tugenden und Einstellungen, die in der Projektpolis als wünschenswert und zielführend angesehen werden. Der Künstler drängt sich somit als Vorbild einer dekonstruierten Arbeitswelt geradezu auf (vgl. Röbbke 2000: 54). Einige empirische Studien kritisieren nun allerdings, dass das diskursive neue Künstlerbild Ambivalenzen des netzwerkbasierten Arbeitsethos' ausblendet. Koppetsch (2006: 197) sieht innerhalb flexibler Erwerbsformen ein neues Arbeitsethos »zwischen Selbstverwirklichung und Selbstausbeutung« entstehen, »in dem das Leitbild des Kreativen zum Subjektideal geworden ist« (ebd., vgl. auch Eichmann u. a. 2007: 60 ff.).<sup>24</sup> Auch verweist ein Gros der empirischen Untersuchungen des Kulturfeldes darauf, dass die meisten Künstler, gemessen an ihren Qualifikationen und ihrem Arbeitsaufwand, ein »sehr bescheidenes Leben« fristen (vgl. Eikhof/Haunschild 2006, Haak/Schmid 1999, Koppetsch 2006, Menger 1999, 2006, Misik 2007). Da der kulturunternehmerische Diskurs dem Künstler allerdings eine rein intrinsische Motivation sowie das Bedürfnis zuschreibt, für seine Biographie selbstverantwortlich zu sein, erscheint ein »bescheidener Lebensstil« bewusst und willentlich gewählt (vgl. Studie zu den Wiener CI 2004: 46, vgl. EÖK 2003). So wird die hohe individuelle Einsatzbereitschaft von Kunst- und Kulturschaffenden als Bestätigung dafür angesehen, dass Künstler ihre Befriedigung und Erfüllung in den immateriellen Seiten ihrer Tätigkeit suchen und – als »Selbstverwirklichungs-Profis« (Kunze 2008) – auch finden. In wirtschafts- und kulturpolitischen Studien werden immer wieder die immateriellen Anreize und das hohe Maß an Selbstbestimmung, das die dynamischen Strukturen des Künstlermarktes eröffnen, hervorgestrichen (vgl. Kunze 2008: 340). Allerdings sind diese Anreize, die die künstlerische Arbeit zwar prinzipiell beinhaltet, aufgrund der spezifischen Arbeitsbedingungen und -situationen oftmals nur begrenzt nutzbar (vgl. Loacker 2010). Dennoch bilden sie die Basis einer ideologischen Verklärung der Künstlerarbeit. Mit dieser ist wiederum die Gefahr einer Verabsolutierung nicht-materieller Wertprinzipien verbunden. Sie zeigt sich Menger zufolge darin, dass finanzielle Not teilweise als Voraussetzung für die Freisetzung schöpferischer Energie bestimmt wird (vgl. Menger 2006: 54 f.).

---

24 Der Imperativ der individuellen Selbstverwirklichung wirft allerdings die Überlegung auf, welche kollektiven Ideale, die ebenso dem Künstlerethos zugeschrieben werden, mit diesem Diktat vereinbar sind (vgl. auch Menger 2006: 51 ff., Terranova 2004).

Aus organisationaler Sicht scheinen sich aus der völligen Identifikation von Beschäftigten mit ihrer Arbeit hohe Kreativitäts-, Wissens- und Innovationskapazitäten und damit hohe Produktionsgewinne zu erschließen (vgl. Menger 2006: 8). Mengers Untersuchungsergebnisse weisen darauf hin, dass in der Kunst schon lange eine Praxis dominiert, »die andere Segmente des qualifizierten Arbeitsmarktes heute übernehmen, um die Produktivität ihrer hoch qualifizierten Mitarbeiter zu steigern« (ebd.: 47). Der Wert der Arbeitskräfte wird »nach dem Erfolg der Projekte bemessen, an denen sie zuletzt beteiligt waren« (ebd.). Die »Gouvernementalität der Gegenwart« (Bröckling u. a. 2000) stilisiert den Künstler zusammenfassend zum *Lebenskünstler*; und als solchen verallgemeinert, verankert sie ihn als gesellschaftliche Leitfigur (vgl. Lazzarato 2007). Künstler werden heute in der gesellschaftlichen Mitte positioniert, denn von dort scheinen sich die künstlerische Lebenshaltung und der kreative Lebensstil am Besten verbreiten zu können, von dort scheinen sie besonders positiv auf andere gesellschaftliche Gruppen »abzufärben«, und von dort scheint sich schließlich die »Kulturgesellschaft« (Goehler 2006) entfalten zu können (vgl. Misik 2007: 87 f.).

Die Analyse des aktuellen kulturunternehmerischen Diskurses macht verständlich, warum heute sowohl die Arbeitsinhalte, die Organisationsformen als auch die »Tugenden« von Künstlern als Leitbild dienen. Es steht außer Zweifel, dass Arbeitsformen und -beziehungen heute in vielen Berufsfeldern zunehmend dynamisch, kurzfristig, unsicher und projektbasiert organisiert sind, ebenso wenig wird in Frage gestellt, dass zum Beispiel Kreativität, Offenheit gegenüber Neuem, Eigeninitiative und »Teamfähigkeit« in solchen Beschäftigungsformen an Bedeutung gewinnen. Insofern soll nicht bestritten werden, dass bestimmte Organisationstypen, Arbeitsbereiche und Berufssphären von künstlerischen Organisationsformen von Arbeit lernen können (vgl. Haak 2005, Loacker 2009). Zugleich verweist eine genauere Analyse der postfordistischen Arbeitswelt aber auch darauf, dass die universale Leitbild-Konstruktion des Kunst- und Kulturfeldes nicht aufrechterhalten werden kann. Im flexiblen Kapitalismus wächst beispielsweise der Niedriglohnsektor mit geringen Qualifikationen an, ebenso nehmen so genannte »neo-tayloristische Arbeitsformen« – zum Beispiel die Arbeit in Callcentern – zu (vgl. Haunschild 2008). Für diesen Beitrag ist jedoch vor allem die ethisch-soziale Problematisierung der künstlerischen Vor- und Leitbildfunktion von Bedeutung. Das schließt auch das Sichtbarmachen der Grenzen der Übertragbarkeit des »Modells« Kunst- und Kulturarbeit auf andere soziale Felder und Arbeitsbereiche mit ein. Im Folgenden soll abschließend resümiert werden, warum bestimmte Aspekte im Zusammenhang mit der diskursiven Leitbildkonstitution des Künstlers als ambigüös und prekär beurteilt werden.

*Problematisierung des Künstlers als »Held der neuen Arbeitswelt«*

»Ich merke nichts davon, dass wir angeblich Helden sein sollen.«  
(SchauspielerIn)

Es erscheint nicht sinnvoll, alle kultur-, wirtschafts- und arbeitspolitischen Initiativen, die gegenwärtig »im Namen der Kreativität« gesetzt werden, pauschal abzulehnen. Da aktuelle Ökonomisierungstendenzen innerhalb des Kunst- und Kulturfeldes allerdings einen tendenziell totalitären Charakter aufweisen, insofern als Kulturarbeit *nur mehr* dann als »wertvoll« beurteilt wird, wenn ihr »Nutzen« eindeutig messbar ist, wird vor allem die Infragestellung dieser Entwicklung als notwendig erachtet. Der CI-Diskurs hat die *Möglichkeit*, dass künstlerisches Schaffen ökonomisch verwertbar ist, in eine *Norm* umgewandelt. Heute verblasst der »Selbstzweck«, der Kunst über lange Zeit hinweg zukam, mehr und mehr. In den Vordergrund tritt stattdessen die Forderung nach einer Angleichung unternehmerischer und künstlerischer Leistungs- beziehungsweise Erfolgs-Maßstäbe und Zielsetzungen (vgl. Lotter 2007: 61). Kunst- und Kulturorganisationen haben nun allerdings nicht nur andere, sondern auch wesentlich vielfältigere beziehungsweise komplexere Aufgaben und Funktionen zu erfüllen als privatwirtschaftliche Unternehmen, deren Geschäftstätigkeit prinzipiell allein am Kriterium der Gewinnerzielung ausgerichtet ist (vgl. Loacker 2009). Die (scheinbar) idente Betrachtung, »Behandlung« und Bewertung von künstlerischen Organisationen und Unternehmen beziehungsweise von Künstlern und Unternehmern wird konsequenterweise nicht als angemessen angesehen. Der kulturunternehmerische Diskurs will zum einen die Leistungen, die Wirtschaftlichkeit und Rentabilität von Kunstorganisationen und Künstlern sichtbar machen, zum anderen fordert er »Kultur für alle«. Die Frage, wie die vielfältigen Beiträge, die das Kunst- und Kulturfeld für die Gesellschaft und jeden einzelnen erbringt, gewürdigt und »entlohnt« werden können, geht in diesem Diskurs tendenziell verloren (vgl. auch Abbing 2006: 181ff. ).

Mit der Konstitution der normativen Erwartung, dass Kunst ihren Nutzen öffentlich sichtbar machen muss, steigt auch der Einsatz von Beurteilungs- beziehungsweise Evaluierungs- und Controllingverfahren innerhalb des Kunst- und Kulturfeldes. Diese sollen künstlerisches Schaffen und Wirken objektiv vergleichen und bewerten. Kritischen Stimmen zufolge geht damit auch eine Normierung künstlerischer Tätigkeiten einher. Solche Normierungstendenzen spiegeln sich in einem zunehmend homogenen, »traditionell-konservativen« und »massenwirksamen« Kulturangebot wider (vgl. Mörsch 2003: 72, Zembylas 2004, Zembylas/Mokre 2003). Einerseits scheint weitestgehend unbestritten, dass der Wert künstlerischer und kultureller Arbeit primär in ihrem symbolisch-ästhetischen Kapital liegt, welchem ein singulärer, unvergleich- und unverwechselbarer Charakter immanent ist. Andererseits werden innerhalb des Kulturfeldes Arbeitsaufträge und Engagements heute vermehrt in Form öffentlicher Wettbewerbe vergeben, die über das Verfahren des objektiven Vergleichs den »besten« Kandidaten bestimmen sollen. Der künstlerische Arbeitsmarkt zeichnet sich jedoch durch nicht

»sachlich« begründbare Ungleichheiten aus, die in dieser Ausprägung in kaum einem anderen Arbeitssegment bestehen. Mit der Konstruktion des Kulturfeldes als Leitbranche der neuen Arbeitswelt geht auch die Gefahr einher, dass ungleiche Zugangs-, Erwerbs-, Reputations- und Erfolgchancen als Selbstverständlichkeit toleriert und akzeptiert werden (vgl. auch Menger 2006: 37 ff.).

Ungleichheiten und Unsicherheiten sind wie beschrieben charakteristisch für den kulturellen Arbeitssektor. Darum scheinen auch herkömmliche arbeits- und sozialrechtliche Bestimmungen den Rahmenbedingungen künstlerischer Arbeit nicht gerecht zu werden. So fordert Menger (2006) den Staat auf, für Kunst- und Kulturschaffende adäquate soziale Absicherungsmöglichkeiten zu schaffen, da in diesem Feld »klassische Arbeitgeber« entweder nicht vorhanden oder nicht bereit sind, diese Absicherung zu übernehmen. An diese Aufforderung knüpft er die widersprüchlich erscheinende »Gleichung« an: »In den kreativen Wissensgesellschaften sollte eigentlich die Erwerbsarbeit Teil einer magischen Gleichung sein: Flexibilität – Kreativität – Eigenverantwortung – Karrieresicherheit« (ebd.: 88). Damit will Menger die ideologische Behauptung, Planungssicherheit und Berechenbarkeit der individuellen Erwerbssituation stehen Flexibilität und Kreativität entgegen, problematisieren (vgl. ebd.). Wer also flexibel und anpassungsfähig ist, sich eigenverantwortlich organisiert, und wem darüber hinaus ein hohes Maß an Kreativität zugeschrieben wird, der sollte nach Menger auch das Recht auf (bezahlte) Arbeit haben beziehungsweise bei »nicht selbst verschuldetem Arbeitsausfall« das Recht auf Arbeitslosengeld. Der CI-Diskurs folgt allerdings einer anderen Logik. Er fordert vom Kunst- und Kulturschaffenden zum einen, dass er sein künstlerisches Vermögen marktorientiert ausrichtet und verwertet, und zum anderen, dass er für sein künstlerisches Wirken und (Über-)Leben Eigenverantwortung übernimmt (vgl. z. B. Lotter 2007: 61). Der CI-Diskurs erklärt den Künstler also zum unternehmerischen Subjekt, das für die »Herstellung« seiner spezifischen »Produkte« über die gesamte »Wertschöpfungskette« hinweg selbstverantwortlich ist (vgl. Mayerhofer 2003: 45). Mayerhofer und Mokre (2007: 306) problematisieren dieses Künstler-Bild und die Motivationslagen, die der CI-Diskurs den Kulturschaffenden und deren Handeln zuschreibt. Ganz unabhängig von dieser – wichtigen – Problematisierung scheint es jedoch unmöglich, dass Künstler sich den subjektivierenden Wirkungen des Diskurses entziehen können. Dieser konstituiert neue Abhängigkeiten, Zwänge und Normen und ein neues Bild des Künstlers (vgl. Foucault 1977/1994). Darüber verschieben sich auch der Selbstbezug der Kunstschaffenden und individuelle und kollektive Selbstdeutungen (vgl. auch Alvesson/Sveningsson 2003: 982 ff., Koppetsch 2006: 181 f.).

Viele Künstler sehen (im Unterschied zu »Kulturunternehmern) ihr Tun als »Berufung« an, der sie nachgehen *müssen*.<sup>25</sup> Das künstlerische Schaffen, das von ihnen

---

25 Laut einer Studie des AMS zur Berufsmotivation und Berufsrealität von Absolventen akademischer Disziplinen werden künstlerisch-kreative Studienrichtungen (z. B. Architektur) vor allem aufgrund einer hohen intrinsischen Motivation gewählt, während zum Beispiel das Studium der Betriebswirtschaft vor allem aufgrund des zu erwartenden »materiellen Outputs« verfolgt wird; das Motiv »Berufung« nimmt in dieser Disziplin kaum Einfluss auf die Studien- und Berufswahl (vgl. näher Mosberger/Salfinger/Kreiml/Putz/Schopf 2007).

prinzipiell nicht als »Arbeit« bezeichnet wird, wird als besonders sinnstiftend erfahren. Das bedeutet allerdings nicht, dass die künstlerische Tätigkeit nicht immer wieder als große Kraftanstrengung und Verausgabung empfunden wird (vgl. Eichmann u. a. 2007). Der Umstand, dass Künstler Freude an ihrer Arbeit haben, führt durch den kulturunternehmerischen Diskurs dazu, dass künstlerische Arbeit zum »Hobby«, zur Privatangelegenheit erklärt wird. Die damit verbundene Problematik ist offensichtlich: Wenn, wie im Falle des Künstlers, Arbeit zur Möglichkeit beziehungsweise zum Ort der »Erfüllung persönlicher Sehnsüchte und Leidenschaften« wird, dann scheint sie es nicht zu »verdienen«, wie andere – »mühevoll« – Arbeiten betrachtet und behandelt zu werden. Und ist das künstlerische Tätigsein erst einmal im privaten »Freizeitbereich« verortet, löst sich auch die Diskussion um eine gerechte beziehungsweise angemessene Entlohnung und soziale Absicherung auf. Dennoch – oder vielleicht gerade deswegen – wird der Künstler zum Leitbild zeitgenössischer Subjektivität gemacht. Im vorliegenden Kontext wird es als wichtig erachtet, die Einseitigkeit dieses »Heldenbildes« hervorzuheben. Vom Künstler profitieren und lernen zu können, erscheint als festgeschriebenes und naturgegebenes Gesetz. Wenn es jedoch um die Frage geht, welche Anerkennung der Künstler dafür erhält, dann werden gerne jene »Spezifika« künstlerischen Schaffens hervorgehoben, die diesem den Status »Arbeit« streitig machen. Vor diesem Hintergrund scheint die mancherorts bestehende Skepsis, die »selbstlose« Arbeitshaltung von Künstlern kann als Rechtfertigung für deren Ausbeutung dienen, nicht unverständlich zu sein (vgl. McGee 2005, Schumacher 1998). Der kulturunternehmerische Diskurs suggeriert zudem, der Kunstschaffende wähle seine teils beschwerlichen Arbeits- und Lebensbedingungen »freiwillig« und autonom. Der Künstler suche die Ungewissheit und das Risiko, er lehne Planungssicherheit und jede Form der Stabilität ab (auch in Bezug auf seine Einkommens- und Erwerbslage), er erachte selbst die »Not« für das künstlerische Schaffen als prinzipiell produktiv.

Jedoch wählen Künstler keineswegs »freiwillig« das Prekariat (vgl. dazu näher die Ergebnisse der empirischen Studie in Loacker 2010). Allerdings tragen bestimmte Verhaltensweisen (wie Askese), ethisch-politische Anschauungen und Überzeugungen von Kunst- und Kulturschaffenden zu einer ungewollten »Selbst-Prekarisierung« bei (vgl. Lorey 2007) Prekäre Arbeits- und Lebensbedingungen werden von Kunstschaffenden oftmals akzeptiert, nicht thematisiert, ignoriert beziehungsweise »schön geredet« (vgl. Nellissen 2005: 175 ff.). Auch Friebes und Lobos Beschreibung des neuen Bohémiens als autonomes, proaktives, selbstverantwortliches, kreatives und unternehmerisches Subjekt, das für die Möglichkeit selbstbestimmten und spielerischen Arbeitens Unsicherheitsfaktoren und gelegentliche finanzielle Engpässe gerne in Kauf nimmt, wird als problematisch angesehen (vgl. Friebe/Lobo 2006: 92 ff.). Problematisch insofern, als diese Aussagen beziehungsweise Argumente dem aktuellen »Geist des Kapitalismus« zu weiterer Verbreitung, Legitimation und Gültigkeit verhelfen. Dieser neue »Geist« wendet die *Bereitschaft*, für höhere Selbstbestimmung unsichere Erwerbslagen zu akzeptieren, im Handumdrehen in die *Norm* um, prekäre Arbeitsbedingungen sind selbst gewählt, da sie Kreativität und Autonomie fördern (vgl. Boltanski/Chiapello 2006).

Die Figur des Künstlers wird heute zum Rollenmodell »für flexibilisierte, durch und durch ökonomisierte Subjekte einer neoliberalen Gesellschaft« (Mörsch 2003: 63). Die flüchtige Moderne ist wie diskutiert von der Flexibilitäts- und Kreativitätsnorm und einem stark ausgeprägten Originalitäts- und Improvisationsimperativ bestimmt. Neue Arbeits- und Produktionsbedingungen »verlangen« von jedem einzelnen eine künstlerische Arbeitshaltung und einen künstlerischen Lebensstil. Dabei scheint die Berufung auf das »Erfolgsmodell Künstler« eine positive Wahrnehmung und Beurteilung gegenwärtiger Deregulierungs- und Entgrenzungstendenzen von Arbeit zu unterstützen. Das Versprechen des »Neo-Management-Diskurses« lautet: jeder, der bereit und fähig ist, das Arbeitsethos und die »Ästhetik der Existenz« (Foucault 2007) des Künstlers zu imitieren, kann heute zum »Helden« werden (vgl. auch Mayerhofer 2003, Röbbke 2000). Resümierend entsteht der Eindruck, in der flexiblen Netzwerk- und Wissensökonomie können viele gesellschaftlichen Bereiche und Institutionen vom neuen »Leitbild« profitieren – im Unterschied zum Künstler selbst. McRobbies (2005) Untersuchungen verweisen darauf, dass so genanntes »creative impoverishment« innerhalb des hoch kompetitiven, unsicheren und stark individualisierten kulturellen Arbeitsfeldes seit einigen Jahren kontinuierlich zunimmt. Solche Diagnosen lassen den Glanz, den der kulturunternehmerische Diskurs der Figur und dem Lebensstil des Künstlers zuschreibt, etwas verblassen. Sie machen aus dem »erfolg- und ruhmreichen Helden« einen tendenziell »hungerleidenden Helden«. Die Künstler selbst können die ihnen zugelegte »Helden«-Figur in der Regel nicht nachvollziehen und lehnen diese einheitlich und dezidiert ab. Das »Helden«-Bild scheint auch die Formierung der künstlerischen Identität kaum zu beeinflussen (vgl. dazu näher Loacker 2010). Zudem nehmen viele Künstler nicht wahr, dass ihnen eine gesellschaftliche Leitbild-Rolle zugeschrieben wird. Vielmehr beklagen die Künstler mangelnde gesellschaftliche Aufmerksamkeit und Wertschätzung. Dies führen sie darauf zurück, dass die Relevanz und Produktivität künstlerischen Schaffens nicht direkt und eindeutig ersichtlich sind, und in Konsequenz das künstlerische Tätigsein oftmals nicht als Arbeit verstanden werde (vgl. auch Rohrer 2005: 330 ff.).

»Je unwahrscheinlicher die Befolgung einer Norm ist, desto öfter, entschiedener und hartnäckiger wird sie beschworen und bekräftigt« (Bauman 2007: 8). Diese Hypothese Baumans erscheint verständlich und nachvollziehbar; und doch ist es zugleich wichtig zu unterstreichen, dass diskursiv erzeugte Normen und Anrufungen, wie intensiv und bestimmt sie auch proklamiert werden, das individuelle und kollektive Handeln nicht determinieren können. Das bedeutet, dass diskursive *Normen* und Erwartungen nicht mit den konkreten Arbeits- und Organisationspraktiken, die sich innerhalb sozialer Gefüge entwickeln, gleichgesetzt werden können (vgl. Loacker 2010).<sup>26</sup> Wenn sich

---

26 Auch der kulturunternehmerische Diskurs bleibt nicht ohne »Gegendiskurs«. Bewegungen und Initiativen, die nicht bereit sind, sich den einseitig festgelegten Normen und »Spielregeln« des CI-Diskurses zu unterwerfen, sind Ausdruck dafür. Als Beispiel einer solchen »Gegenbewegung« kann die »baetlegroup for art« genannt werden. Sie wurde 2005 in Tirols Landeshauptstadt Innsbruck gegründet und versteht sich als Vertretung der freien Kulturszene der Stadt. Mit ihrem Projekt »Kultur ist Arbeit. Arbeit verdient Geld« verweist die Initiative

auch seit den neunziger Jahren eine starke Ökonomisierung des Kunst- und Kulturfeldes, dessen Akteure, Aktivitäten und Produkte zunehmend vom Markt reguliert und bewertet werden, beobachten lässt, kann der »Kunst-Markt« nicht ausschließlich auf wirtschaftliche Logiken und Motive reduziert werden. Künstlerische »Waren« beziehen ihren Wert nicht primär aus ihrem ökonomischen Kapital (vgl. Misik 2007: 102 f.). Der CI-Diskurs verschiebt zwar den Handlungsrahmen von Kulturorganisationen und Künstlern, er nimmt dem Kunst- und Kulturfeld aber nicht das kritische Potential und das Vermögen, auch in Zukunft Werte, Identitäten und Ideale (anders) zu formen und zu verbreiten. Künstlerisches Schaffen wird stets Wirkungen und Nebenwirkungen produzieren, die nicht voraussehen und nicht zu kanalisieren sind. Gerade die Spezifika künstlerischer Produktionsformen erlauben es der Kunst, (Selbst-)Erfahrungen und Beziehungen zu kreieren, die diskursiv nur bedingt steuer- und regierbar gemacht werden können.

### Literatur

- Abbing, H. (2006): *Why Are Artists Poor? The Exceptional Economy of the Arts*, Amsterdam: Amsterdam University Press
- Adorno, T. (1973): *Ästhetische Theorie*, Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Adorno, T./Horkheimer, M. (1977): *Dialektik der Aufklärung*, Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Alanen, A. (2007): »What's Wrong with the Concept of Creative Industries?«, in *Framework. The Finnish Art Review* 6, [http://www.framework.fi/6\\_2007/locating/artikkelit/alanen.html](http://www.framework.fi/6_2007/locating/artikkelit/alanen.html).
- Alvesson, M./Sveningsson, S. (2003): »Good Visions, Bad Micro-management and Ugly Ambiguity: Contradictions of (Non)Leadership in a Knowledge-Intensive Organization«, in: *Organization Studies* 24 (6), S. 961–988
- Angerer, M. L. (1998): »Cultural Worker – who are you?«, in Österreichische Kulturdokumentation: *Kultur als Kompetenz*, Wien, S. 26–28
- Aubrey, B. (1994): *Le travail après la crise*, Paris: InterEditions
- Balzac, H. (1952): *Traité de la vie élégante*, Paris: Delmas
- Banks, M. (2006): »Moral Economy and Cultural Work«, in *Sociology* 40 (3), S. 455–472
- Bauman, Z. (2007): *Leben in der Flüchtigen Moderne*, Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Bellenger, L. (1992): *Etre pro*, Paris: ESF
- Bergmann, F. (2005): *Neue Arbeit, neue Kultur*, Freiburg: Arbor
- Blair, T. (2007): »Cultural speech« at Tate Modern, March 2007, <http://number10.gov.uk/Page11166>

---

auf die Bedeutung von Kulturarbeit für das öffentliche Leben ebenso wie auf die irreduzible Verbindung von Kultur- und Gesellschaftspolitik (vgl. [www.baettle.net/](http://www.baettle.net/)). Innerhalb dieses Untersuchungsprojekts werden eine Vielzahl an Beiträgen und Funktionen – effektiv – sichtbar gemacht, die die freie Kunst- und Kulturszene gemeinschaftlich erbringt beziehungsweise übernimmt. Diese schließen vor allem die Förderung eines vielfältigen, heterogenen und abwechslungsreichen kulturellen Angebots und damit die Förderung von Lebensqualität, die Übernahme einer sowohl kulturell, intellektuell als auch sozial bildenden Funktion, die Schaffung von Identifikationsflächen, die Mitgestaltung von sozialer Identität sowie die Unterstützung der Öffnung und Demokratisierung gesellschaftlicher Strukturen und Beziehungen mit ein (vgl. Handbuch »baettle research« 2007).



- Boltanski, L./Chiapello, E. (2006): *Der neue Geist des Kapitalismus*, Konstanz: UVK
- Bourdieu, P. (1999): *Die Regeln der Kunst*, Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Bröckling, U. (2004 b): »Kreativität«, in: Bröckling, U./Krasmann, S./Lemke, T. (Hrsg.): *Glossar der Gegenwart*, Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 139–144
- Bröckling, U. (2004 c): »Kontrakt«, in: Bröckling, U./Krasmann, S./Lemke, T. (Hrsg.): *Glossar der Gegenwart*, Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 132–138
- Bröckling, U. (2007): *Unternehmerisches Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform*, Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Bröckling, U./Krasmann/S., Lemke, T. (2000): (Hrsg.): *Gouvernementalität der Gegenwart*, Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Caves, R. E. (2000): *Creative Industries: Contracts between Arts and Business*, Cambridge/London: Harvard University Press
- Dalton, P. (2001): *The Gendering of Art Education*, Buckingham: Open University Press
- Debord, G. (1978): *Die Gesellschaft des Spektakels*, Hamburg: Edition Nautilus
- Deleuze, G. (1987/1995): *Foucault*, Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Derrida, J. (1995): *The Gift of Death*, Chicago: University of Chicago Press.
- Deutscher Bundestag (Hrsg.) (2008): *Schlussbericht der Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland«* (15. und 16. Wahlperiode des Deutschen Bundestages), Regensburg: Conbrio Verlagsgesellschaft
- du Gay, P. (1996): *Consumption and Identity at Work*, London: Sage
- du Gay, P. (2000): *In Praise of Bureaucracy*, London: Sage
- Eichmann, H./Flecker, J./Reidl, S. (2007): »Es ist ja ein freies Gewerbe ...« *Arbeiten in der Wiener Kreativwirtschaft* (WWTF-Forschungsprojekt Forba. Endbericht), Wien
- Eikhof, D./Haunschild, A. (2004): »Arbeitskraftunternehmer in der Kulturindustrie. Ein Forschungsbericht über die Arbeitswelt Theater«, in: Voß, G. G./Pongratz, H. J. (Hrsg.): *Typisch Arbeitskraftunternehmer? Befunde der empirischen Arbeitsforschung*, Berlin: Edition Sigma, S. 93–113
- Eikhof, D./Haunschild, A. (2006): »Lifestyle Meets Market: Bohemian entrepreneurs in creative industries«, in *Creativity and innovation management* 15 (3), S. 234–241
- EÖK (*Erster Österreichischer Kulturwirtschaftsbericht*): (2003), erstellt von: KMU Forschung Austria, Institut für Kulturmanagement und Kulturwissenschaft der Universität für Musik und darstellende Kunst Wien. Im Auftrag von: Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur, Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit, Staatssekretariat für Kunst und Medien, Wien
- Florida, R. (2002): *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, New York: Basic Books
- Florida, R. (2005): *Cities and the Creative Class*, London/New York: Routledge
- Foucault, M. (1969/1981): *Archäologie des Wissens*, Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Foucault, M. (1970): *The Order of Things – an Archaeology of the Human Sciences*, New York: Random House
- Foucault, M. (1977/1994): *Discipline and Punish. The Birth of the Prison*, London: Penguin Books
- Foucault, M. (1983): »Afterword by Michel Foucault: The subject and power«, in: Dreyfus, H. L./Rabinow, P. (Hrsg.): *Michel Foucault: beyond structuralism and hermeneutics*, Chicago: University of Chicago Press, S. 208–238

- Foucault, M. (1987): »Warum ich die Macht untersuche: die Frage des Subjekts«, in: Dreyfus, H. L./Rabinow, P. (Hrsg.): *Michel Foucault: Jenseits von Strukturalismus und Hermeneutik*, Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 243–261
- Foucault, M. (2004): *Geschichte der Gouvernementalität. Die Geburt der Biopolitik*, Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Foucault, M. (2007): *Ästhetik der Existenz. Schriften zur Lebenskunst*, Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Friebe, H./Lobo, S. (2006): *Wir nennen es Arbeit. Die digitale Bohème oder Intelligentes Leben jenseits der Festanstellung*, München: Heyne
- Goehler, A. (2006): *Verflüssigungen. Wege und Umwege vom Sozialstaat zur Kulturgesellschaft*, Frankfurt am Main: Campus
- Goetz, R. (1999): *Abfall für alle*, Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Greene, J./Mole, F./Storey, D. (2008): *Three Decades of Enterprise Culture: Entrepreneurship, Economic Regeneration and Public Policy*, London: Palgrave Macmillan
- Haak, C. (2005): »Künstler zwischen selbständiger und abhängiger Erwerbsarbeit«, Berlin (*Arbeitspapier WZB*)
- Haak, C. (2008): *Wirtschaftliche und Soziale Risiken auf den Arbeitsmärkten von Künstlern*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften
- Haak, C./Schmid, G. (1999): »Arbeitsmärkte für Künstler und Publizisten – Modelle einer zukünftigen Arbeitswelt?« Berlin (*Research Report, WZB*), S. 99–106
- Handbuch der Gruppe »baettle research« (2007): *Ergebnisse zur Untersuchung der freien Kulturszene Innsbrucks*, März 2007, [http://www.baettle.net/uploads/tx\\_templavoila/baettlequantitativ2007.pdf](http://www.baettle.net/uploads/tx_templavoila/baettlequantitativ2007.pdf)
- Handy, C. (1998): »Eine neue Arbeitswelt«, in Work@Culture. Büro: *Inszenierung von Arbeit*, Klagenfurt: Ritter Verlag, S. 285–290
- Haunschild, A. (2008): »Schöne neue Arbeitswelten? Das Management von Arbeit in den kreativen Industrien« Antrittsvorlesung, Professur Arbeit, Personal und Organisation, Universität Trier, 30. Mai 2009
- Hesmondhalgh, D. (2007): *The Cultural Industries*, London: Sage
- Incorvaia, A./Rimassa, A. (2006): *1000 Euro Generation*, München: Goldmann
- Kanter, R. (1997): *On the frontiers of management*. Boston (Mass): Harvard Business School Press
- Kanter, R. (2001): *E-volve! Revolutionieren Sie Ihr Business! Was Unternehmen in der Netzwerk-Kultur kreativ, wendig und erfolgreich macht*, München: Financial Times Prentice Hall
- Kappler, E. (2000): »Die Produktion der regierbaren Person«, in Witt, F. H. (Hrsg.): *Unternehmung und Informationsgesellschaft*, Wiesbaden: Gabler, S. 237–260
- Kernbeiß, G./Schiffänker, H. (2002): »Informations- und Kommunikationstechnologien – Auswirkungen auf Beschäftigung und Qualifizierung (am Beispiel Kulturwirtschaft)«, in Arbeitsmarktservice Österreich (AMS)/Berufsinformations- und Qualifikationsforschung (BIQ): *Qualifikationsstrukturbericht des AMS Österreich 2001*, Wien, S. 7–25
- Koppetsch, C. (2006): *Das Ethos der Kreativen*, Konstanz: UVK
- Kunze, H. R. (2008): »Künstlerbild und Kreativität Anfang des 21. Jahrhunderts«, in Deutscher Bundestag (Hrsg.): *Schlussbericht der Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland«*, Regensburg: ConBrio Verlagsgesellschaft, S. 338–344

- Lazzarato, M. (1998): »Verwertung und Kommunikation«, in Negri, A./Lazzarato, M./Virno, P. (Hrsg.): *Umherschweifende Produzenten. Immaterielle Arbeit und Subversion*, Berlin: ID Verlag, S. 53–66
- Lazzarato, M. (2004): »Construction of cultural Labour Market. In eipcp european institute for progressive cultural policies«, <http://eipcp.net/policies/cci/lazzarato/en>
- Lazzarato, M. (2007): »Die Missgeschicke der »Künstlerkritik« und der kulturellen Beschäftigung«, in Raunig, G./Wuggenig, U. (Hrsg.): *Kritik der Kreativität*, Wien: Turia+Kant, S. 190–206
- Leadbeater, C. (2007): »Anleitung zum Selbermachen. Wie werden wir künftig unser Leben bestreiten? Individuell. Und kooperativ«, in: *brand eins* 9 (5), S. 65–68
- Leadbeater, C. (2008): *We think: the power of mass creativity*, Profile books
- Link, J. (1983): *Elementare Literatur und generative Diskursanalyse*, München: Fink
- Loacker, B. (2008): »Performance and Creativity: Practices of Organizing Work within an Independent Theatre«, in Gstraunthaler, T./Messner, M. (Hrsg.): *Performance in Context: Perspectives from Management Research*, Innsbruck: Innsbruck University Press, S. 105–126
- Loacker, B. (2009): »Künstler, Vorbilder einer dekonstruierten Arbeitswelt?« – Arbeits- und Organisationspraktiken eines Theaterensembles«, in Walch, S./Eberharter, A. (Hrsg.): *Führung in belastenden Situationen erfahren*, Innsbruck: Studia Verlag, S. 25–50
- Loacker, B./Weiskopf, R./Auer, M. (2006): »Spannungsfelder der Personalpolitik an Universitäten – das Beispiel der Österreichischen Universitätsreform«, in: *Zeitschrift für Hochschulmanagement* 3 (1), S. 57–62
- Loacker, B./Muhr, S. M. (2009): »How can I become a responsible subject? Towards a practice-based ethics of responsiveness«, in: *Journal of Business Ethics* 90 (2), S. 265–277
- Loacker, B./Munro, I. (2009): »The »making up« of artists as »culturepreneurs«: subjectification in-between technologies of power and technologies of the self«. 25th Annual Conference of the European Group of Organization Studies (EGOS) in Barcelona. 2.–4. July 2009
- Lotter, W. (2007): »Die Gestörten«, in *brand eins* 9 (5): 52–62
- Lorey, I. (2007): »Vom immanenten Widerspruch zur hegemonialen Funktion. Biopolitische Gouvernementalität und Selbstprekarisierung von KulturproduzentInnen«, in: Raunig, G./Wuggenig, U. (Hrsg.): *Kritik der Kreativität*, Wien: Turia + Kant, S. 121–136
- Mapping Document des Department for Culture, Media and Sport (1998): »*Creative Industries*«, London
- Maravelias, C. (2007): »Freedom at Work in the Age of Post-bureaucratic Organization«, in: *ephemera. Theory and politics in organization* 7 (4), S. 555–574
- Mayerhofer, E. (2003): »KünstlerInnen, die neuen HeldInnen der Arbeit«, in: *Kurswechsel* 4, S. 39–46
- Mayerhofer, E./Mokre, M. (2007): »Geniekünstler und Kulturarbeiterinnen – von der Freiheit der Kunst zur Wertschöpfung durch Kreativität«, in: *SWS Rundschau* 3 (47), S. 292–311
- McGee, M. (2005): *Self-Help, Makeover Culture in American Life*, Oxford: Oxford University Press
- McRobbie, A. (2005): *The Uses of Cultural Studies*, London: Sage
- Menger, P. M. (1999): »Artistic labor markets and careers«, in: *Annual Review of Sociology* 25, S. 541–574
- Menger, P. M. (2006): *Kunst und Brot. Die Metamorphosen des Arbeitnehmers*, Konstanz: UVK

- Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (1998) (Hrsg.): *Kulturwirtschaftsbericht des Landes Nordrhein-Westfalen*, Düsseldorf
- Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (2001) (Hrsg.): *Kulturwirtschaftsbericht des Landes Nordrhein-Westfalen*, Düsseldorf
- Misik, R. (2007): *Das Kult-Buch. Glanz und Elend der Kommerzkultur*. Berlin: Aufbau
- Moldaschl, M./Sauer, D. (2000): «Internalisierung des Marktes – Zur neuen Dialektik von Kooperation und Herrschaft», in: Minssen, H. (Hrsg.): *Begrenzte Entgrenzungen: Wandlungen von Organisation und Arbeit*, Berlin: Ed Sigma, S. 205-224
- Mörsch, C. (2003): »Socially Engaged Economies: Leben von und mit künstlerischen Beteiligungsprojekten und Kunstvermittlung in England«, in: *Kurswechsel* 4, S. 62–74
- Mosberger, B./Salfinger, B./Kreiml, T./Putz, I./Schopf, A. (2007): *Berufseinstieg, Jobberfahrungen und Beschäftigungschancen von Uniabsolventinnen in der Privatwirtschaft. Studie des Arbeitsmarktservice Österreich, Abteilung Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation*, Wien
- Neckel, S. (2004): »Erfolg«, in: Bröckling, U./Krasmann, S./Lemke, T. (Hrsg.): *Glossar der Gegenwart*, Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 63–70
- Nellissen, M. (2005): »Alle Kellner sind Schauspieler. Ein ernstes Wort zur Arbeitssituation«, in: Khuon, U. (Hrsg.): *Beruf: Schauspieler: Vom Leben auf und hinter der Bühne*, Hamburg: edition Körber Stiftung, S. 176-184
- Nesbitt, R. G. (2008): »The New Bohemia«, in: *Variant* 32, S. 5–8
- Neuberger, O. (1984): *Arbeit*, Stuttgart: Enke
- Nowotny, S. (2007): »Immanente Effekte. Notizen zur Kreativität«, in: Raunig, G./Wuggenig, U. (Hrsg.): *Kritik der Kreativität*, Wien: Turia + Kant, S. 15–28
- O'Connor, J. (2000): »The Definition of the Cultural Industries«, in: *The European Journal of Arts Education* 2 (3), S. 15–27
- Oechsler, W. (2006): *Personal und Arbeit. Grundlagen des Human Resource Management und der Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Beziehungen*, München/Wien: Oldenburg
- Peters, T. (1999): *Reinventing Work. The brand you 50. Or: Fifty ways to transform yourself from an ›employee‹ into a brand that shouts distinction, commitment, and passion!*, New York: Alfred A. Kopf
- Pieper, V. (2007): »Ideenwirtschaft in Zahlen«, in: *brand eins* 9 (5), S. 100–101
- Power, M. (1999): *The Audit Society: Rituals of Verification*. Oxford: Oxford University Press
- Power, M. (2004): »Counting, Control and Calculation: Reflections on Measuring and Managing«, in: *Human Relations* 57 (6), S. 765–783
- Raunig, G./Wuggenig, U. (2007) (Hrsg.): *Kritik der Kreativität*, Wien: Turia + Kant
- Reszczyński, P. (2005): »Die Jury auf der Suche nach jungen Talenten«, in: Khuon, U. (Hrsg.): *Beruf: Schauspieler: Vom Leben auf und hinter der Bühne*, Hamburg: edition Körber Stiftung, S. 341-351
- Rifkin, J. (2004): *Das Ende der Arbeit und ihre Zukunft: neue Konzepte für das 21. Jahrhundert*, Frankfurt am Main: Campus
- Röbke, T. (2000): *Kunst und Arbeit. Künstler zwischen Autonomie und sozialer Unsicherheit*, Essen: Klartext

- Rohrer, S. (2005): »Ruhm und Ehre. Eine Kurzgeschichte«, in: Khuon, U. (Hrsg.): *Beruf: Schauspieler: Vom Leben auf und hinter der Bühne*, Hamburg: edition Körber Stiftung, S. 330-340
- Schmid, G. (2000): »Arbeitsplätze der Zukunft: Von standardisierten zu variablen Arbeitsverhältnissen«, in: Kocka, J./Offe, C. (Hrsg.): *Geschichte und Zukunft der Arbeit*, Frankfurt am Main/New York: Campus, S. 269-292
- Schumacher, P. (1998): »Arbeit, Spiel und Anarchie«, in: Work@Culture. Büro: *in: szenierung von Arbeit*, Klagenfurt: Ritter Verlag, S. 245-254
- Sennett, R. (1999): *Der flexible Mensch. Die Kultur des neuen Kapitalismus*, Berlin: Berlin Verlag
- Sprenger, R. K. (2005): *Der dressierte Bürger. Warum wir weniger Staat und mehr Selbstvertrauen brauchen*, Frankfurt am Main/New York: Campus
- Starkey, K./Humphreys, M./Tempest, S. (2007): *Why jazz? The darker side of music on the edge*, Paper presented at the 7th Euram Conference in Paris, 16.-19. May 2007
- Studie CI. (2004): *Untersuchung des ökonomischen Potentials der »Creative Industries« in Wien*, erstellt von Kulturdokumentation, Mediacult, Wifo im Auftrag der Stadt Wien, Wirtschaftskammer Wien und Filmfonds Wien, Wien
- Studie der Europäischen Kommission zu Kultur, Kulturwirtschaft und Beschäftigung* (1998), Brüssel: Arbeitsdokument der Kommissionsdienststellen
- Styhre, M./Sundgren M. (2005): *Managing Creativity in Organizations: Critique and Practices*, Hampshire/New York: Palgrave Macmillan
- Terranova, T. (2004): *Network Culture: Politics For the Information Age*, London: Pluto Press
- Townley, B. (1994): *Reframing Human Resource Management. Power, Ethics and the Subject at Work*, London: Sage
- Virno, P. (2005): *Grammatik der Multitude*, Wien: Turia+Kant
- von Osten, M. (2003): *Norm der Abweichung*, Zürich: Edition Voldemeer
- von Osten, M. (2007): »Unberechenbare Ausgänge«, in: *eipcp european institute for progressive cultural policies*, <http://transform.eipcp.net/transversal/0207/vonosten/de>
- Voß, G./Pongratz, H. (2004): (Hrsg.): *Typisch Arbeitskraftunternehmer? Befunde der empirischen Arbeitsforschung*, Berlin: Edition Sigma
- Weick, K. E. (2003): *Making Sense of the Organization*, Oxford: Blackwell Publishing
- Weiskopf, R. (2005): »Gouvernementabilität. Die Produktion des regierbaren Menschen«, in: *Zeitschrift für Personalforschung* 3, S. 289-311
- Wilkens, U. (2004): *Management von Arbeitskraftunternehmern. Psychologische Vertragsbeziehungen und Perspektiven für die Arbeitskräftepolitik in wissensintensiven Organisationen*, Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag
- Wuggenig, U. (2002): »Das Empire, der Nordwesten und der Rest der Welt. Die »internationale zeitgenössische Kunst« im Zeitalter der Globalisierung«, in: *eipcp european institute for progressive cultural policies*, <http://eipcp.net/transversal/0303/wuggenig/de>
- Zembylas, T. (2004): *Kulturbetriebslehre. Grundlagen einer Inter-Disziplin*, Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialwissenschaften
- Zembylas, T. (2007): »Kunst ist Kunst und Vieles mehr«, in: *SWS Rundschau* 3 (47), S. 260-283

Zembylas, T./Mokre, M. (2003): »Sein oder Nichtsein. Vielfalts- und Partizipationsförderung als Leitziele einer zukünftigen Kulturpolitik«, in: *Kurswechsel* 4, S. 47–61