

keine Gegensätze, die dem Handeln entgegenstehen. Sie sind sich wechselseitig hervorbringende Konstitutionsbedingungen, aus denen Handeln wird.

8.3 Formulierung einer zentralen These an der Schnittstelle von Arbeitssoziologie und Politikwissenschaft

Ziel dieser Studie ist es, das Selbstherstellen auf politische Zielsetzungen und mögliche politische Handlungsformen hin zu untersuchen. Bis hierhin konnte gezeigt werden, dass die Tendenz der Verökonomisierung und eine politische Perspektive auf Arbeit (im Sinne arbeitsinhaltlicher Ziele) keinen Gegensatz bilden: Erst durch die Verökonomisierung ab dem 17./18. Jahrhundert wird Arbeit aufgewertet. Erst dadurch wird sie zu etwas Sinnhaftem – im Anschluss bilden sich normative gesellschaftspolitische Vorstellungen im Arbeitskontext heraus, die sich gegen die Verökonomisierung richten. Mitte des 19. Jahrhunderts entstehen dazu mit Aufkommen der Reformbewegung Arts and Crafts erste erkennbare konsumkritische Positionen im Kontext der Selbstproduktion, ab den 1960/70er Jahren treten zudem neue „Alternativbetriebe“ (Bierhoff/Wienold 2010: 230) sowie antikapitalistische „Produktions- und Dienstleistungskollektive“ hervor (Brand et al. 1983: 167ff.; vgl. Notz 2004; Bröckling 2007: 257ff.) – in etwa zeitgleich findet im Designkontext eine „starke Orientierung hin zu politischen Auswirkungen der Produktentwicklung“ statt (Möller 1989: 33). Seit den 2000er Jahren, vor allem aber seit dem letzten Jahrzehnt, formieren sich schließlich neue ökologische und sozialverantwortliche Unternehmensformen²⁷ – und in diesem Spannungsbogen lassen sich die Ergebnisse der Studie lesen.

Daraus lässt sich abschließend eine zentrale These an der Schnittstelle von Arbeitssoziologie und politikwissenschaftlicher Forschung formulieren, die das Handeln der Akteure reflektiert – und die an die Design- und Nachhaltigkeitsforschung anschließt: Das Selbstherstellen kann als Form der *normativen* und *aktiven* Subjektivierung begriffen werden, da arbeitsinhaltliche Ziele (*normative* Subjektivierung) gesellschaftspolitische Aktivierungen (*aktive* Subjektivierung) hervorbringen, wobei Aktivierung im doppelten Sinne zu verstehen ist: Einerseits steht sie für politische Aktivierungen im Arbeitskontext. Andererseits bedeutet sie, wie dargelegt, gesellschaftliche Aktivierung als Erfordernis. Das, was von den Subjekten eingefordert wird, neue ökologische und fair-soziale Standards, wird von der Gesellschaft abverlangt. Die „Selbstbestimmung“ und „Bestimmung durch Gesellschaft“ (Kleemann et al. 2003: 59) im Sinne einer doppelten Subjektivierungsperspektive bedingen sich wechselseitig.

Folge ist jedoch nicht, wie dargelegt, dass die Akteure gegen soziale Risiken opponieren, die aus den Produktionskontexten resultieren (keine Arbeitsplatzgarantien, geringfügige Löhne etc.). Vielmehr folgt daraus, dass sich das gesellschaftspolitische Engagement weitestgehend auf Arbeit reduziert: Bis auf die *politischen* Akteure, die Initiativen gründen oder Petitionen einreichen, engagieren sich die anderen Befragten so gut

27 Diese Entwicklung, das wurde gezeigt, setzt bereits mit der Gründungswelle in den 1980er Jahren ein (siehe Kapitel 4.2.2c). Auch sind Marktverzahnungen im Designbereich schon immer zu beobachten, was nicht zuletzt an der industriebezogenen Verankerung der Branche liegt.

wie nie über die Arbeit hinaus. Die *normative* und *aktive* Subjektivierung von Arbeit zieht damit keine *politische* Subjektivierung außerhalb der Arbeit nach sich. Sie ist in den allermeisten Fällen eine Reduktion des Politischen auf Arbeit und Produktion.

Das lässt sich als „Entpolitisierung“ (Mouffe 2011: 3) verstehen, weil die Arbeitsrationalität bis in politische Entscheidungsstrukturen vordringt. Genauso ließe sich eine Vervielfachung des Politischen prognostizieren, wonach die Arbeitswelt politisch(er) wird. In historischer Betrachtung heißt das, dass die Tendenz einer Verschiebung von der Verberuflichung zur Verbetrieblichung des Arbeitssubjekts im 20. Jahrhundert (vgl. Pongratz/Voß 2004: 14) heute um Formen der Atypisierung von Arbeit und Politik erweitert wird: Waren die Dienstleistungskollektive der 1970er Jahre darum politisch (oder galten als politisch), weil sie für die marktferne Selbstorganisation standen, werden heutige Arbeitsprozesse als politisch identifiziert, da sie unternehmerisch und sozialverantwortlich sind. Folge ist, so das Ergebnis der Studie, dass sich das ganze Leben auf Arbeit konzentriert, weil Arbeit viel Zeit in Anspruch nimmt, die dann wiederum für politisches Engagement fehlt (nur die *politischen* Typen bilden hierzu eine Ausnahme). Die Subjektivierung von Arbeit ist somit nicht nur eine Form der **Entgrenzung**, weil Arbeit das Leben verdichtet. Sie ist eine **Grenzziehung zur Politik**, da sich politische Zielsetzungen weitestgehend auf Arbeit reduzieren.

Aufbauend auf dieser Beobachtung werden im Folgenden die Ergebnisse auf den arbeitssoziologischen und politikwissenschaftlichen Diskurs bezogen und diskutiert. Im ersten Schritt wird dargelegt, was sie für den Kreativitätsbegriff und den Diskurs um nachhaltige Arbeit bedeuten. Im zweiten Schritt wird der Diskurs mit einer politikwissenschaftliche Betrachtung verknüpft.

8.4 Das Selbsterstellen im Kontext der Debatte um den Wandel von Arbeit

Welche Bedeutung haben die Ergebnisse für die arbeitssoziologische Forschung? Was bedeuten sie für den Diskurs um die Transformation der Arbeitsgesellschaft und den um kreative Arbeit? Diese Fragen werden im Folgenden diskutiert. Der Fokus liegt dabei zum einen auf dem Diskurs um Kulturakteure und der Frage, ob kreative Arbeit gesellschaftspolitisch zu verstehen ist. Zum anderen geht es um das Themenfeld der Nachhaltigkeit – verbunden mit der Perspektive, ob die Subjektivierung von Arbeit eine politische ist.

8.4.1 Kreativarbeit als Naturbezug, Selbsterstellen als neue Notwendigkeit: Die Ökologisierung von Arbeit und die Verdrängung der sozialen Frage

Kreativität gilt in der Arbeitssoziologie als Ressource für den flexiblen Arbeitsmarkt. Historisch lässt sich diese Entwicklung über verschiedene Stufen nachzeichnen: Bis ins 19. Jahrhundert steht Kreativität im Lichte des Zusammenspiels aus Genialität und Wahnsinn. In der Folge wird sie zur Quelle von Originalität (vgl. Leidhold 2001: 64; Vogt 2010: 21; zuletzt Howe 2019). Seit den 1980er Jahren beschreibt die Sozialforschung schließlich den Aufstieg der Ressource Kreativität im Kontext von Arbeit und Produktion: Subjekte stellen Ansprüche an die kreative Selbstentfaltung. Der Markt setzt Kreativität voraus. Die Arbeitssoziologie hat diesen Wandel mehrheitlich als Zunahme