

### 1.3 ERWERBSARBEIT IN DER GEGENWARTSGESELLSCHAFT

#### Subjektivierung von Arbeit und der Arbeitskraftunternehmer

Ein für die Arbeitssoziologie zentraler Befund zeitgenössischen Arbeitens bündelt sich in der These einer »Subjektivierung von/der Arbeit«. <sup>14</sup> Dies meint den ökonomischen Zugriff auf die subjektiven Fähigkeiten und Deutungen der Arbeitssubjekte als Ressourcen für den Produktions- und Wertschöpfungsprozess. Zuvor war das berufliche Leitbild der organisierten Moderne noch durch die Praktiken der Entsubjektivierung des Arbeitsprozesses gekennzeichnet, das heißt der standardisierte Arbeitsprozess bediente sich der formalisierten, nicht-individuellen Kompetenzen der Subjekte und weniger deren besonderer, persönlich spezifischer Fähigkeiten. Dem entgegen lässt sich seit den 1980er Jahren ein verstärktes Interesse an den individuellen Fertigkeiten im Arbeitsfeld konstatieren – und zwar in zweierlei Hinsicht: Zum einen als Forderung des Arbeitssubjekts nach mehr Offenheit des Arbeitsprozesses und der Möglichkeit zur Persönlichkeitsentfaltung (Baethge 1991: 6ff.) und zum anderen als (instrumenteller) Einbezug persönlicher Fähigkeiten in den betrieblichen Arbeitsprozess, um so einen ökonomischen Mehrwert zu erhalten (Voß/Pongratz 1998). Auch wenn es sich hierbei nicht zwingend um eine arbeitsmarktstatistisch signifikante Umstellung handelt, so aber doch um eine normative.

Die Tendenz zur Subjektivierung von Arbeit ist eingebettet in einen »Prozess fortschreitender Modernisierung« (Baethge 1991: 6), der sich auf dem Gebiet der Erwerbsarbeit in einer Zunahme von Dienstleistungsarbeit und damit einhergehend der gestiegenen Relevanz von Wissen als Ressource für die Arbeitstätigkeit zeigt. Diese subjektiven Kompetenzen (etwa spezifisch individuelles Wissen) resp. die Ansprüche an subjektive Arbeitsleistungen (etwa im Dienstleistungssektor <sup>15</sup>) gehen mit einer Rücknahme rigider Arbeitsteilung und dem Anstieg komplexer Tätigkeiten sowie der Zunahme der Erwerbstätigkeit von Frauen einher; wobei Letzteres weniger auf die vermeintlich »weiblichen«, intuitiven und subjektiven Fähigkeiten zurückzuführen ist, sondern auf die spezifische vorberufliche »Sozialisation (hohes formales Bildungsniveau) und [die] spezifischen Ansprüche an Selbstbestätigung

---

14 Prominent wurde diese Deutung von Martin Baethge (1991) in die Diskussion gebracht. Fachintern lässt sich für die deutsche Arbeitssoziologie schon zuvor ein Interesse an subjektiven Sinndeutungsprozessen aufzeigen, etwa im Sonderforschungsbereich zur subjektorientierten Arbeits- und Berufssoziologie (vgl. Bolte 1983). Für die Weiterführung der Diskussion vgl. Moldaschl/Voß 2002; zur Verortung der Diagnose »Subjektivierung von Arbeit« im soziologischen Diskurs vgl. explizit Kleemann/Matuschek/Voß 2002

15 Als prominentes Beispiel sind hier die Studien von Arlie Russel Hochschild (1990) zu Gefühlsarbeit (»emotional labor«) zu nennen. Vgl. ebenso Van Maanen 1991.

und Unabhängigkeitserfahrung« (Baethge 1991: 13) von Frauen.<sup>16</sup> Auf der Ebene von Organisationen zeigen sich diese Transformationen in einer Zunahme von Projektarbeit, Formen kooperativer Führungen, der Einführung von Unternehmenskulturen und flexiblen (zeitlich wie inhaltlichen) Steuerungsmodellen.

Entwicklungsgeschichtlich datieren diese Veränderungen bereits auf die 1970er und 1980er Jahre, wobei sie erst in den 1990er Jahren eine steigende Dynamik und Erhöhung der Reichweite erfahren. Bezogen auf einen Epochenbegriff werden diese Veränderungen in der Diskussion um eine Subjektivierung von Arbeit gemeinhin als Umbrüche hin zu einer »Postmoderne« (Baethge 1991: 15) oder einem »Postfordismus« (Voß/Pongratz 1998: 148) gesehen, in deren Zuge sich die zunehmende Subjektivierung mit einer Form des Unternehmerischen koppelt. Dieses Unternehmerische verortet die subjektive Arbeitsleistung auf einem Markt und spezifiziert das Arbeitssubjekt als Typus des »Arbeitskraftunternehmers« (Voß/Pongratz 1998).<sup>17</sup> Im Gegensatz zum »proletarisierten Lohnarbeiter«, der in Marx' bekannter Analyse seine Arbeitskraft ebenso auf einem Markt anbietet (Marx 2008: 181), sowie dem »verberuflichten Arbeitnehmer« der organisierten Moderne, handeln die Arbeitskraftunternehmer

»vorwiegend als Auftragnehmer für ihre Arbeitsleistungen [...] – d.h. [sie müssen] ihre Arbeitskraft weitgehend selbstorganisiert und selbstkontrolliert in konkrete Beiträge zum betrieblichen Ablauf überführen, für die sie kontinuierlich funktionale Verwendungen (d.h. »Käufer«) suchen müssen« (Voß/Pongratz 1998: 138).

Arbeitskraft wird so zu einer Art »veredeltem Vorprodukt« (ebd.: 140), welches bereits durch das Subjekt vorgeformt ist und nicht nur als rohes, pures Arbeitsvermögen auftritt, welches ausschließlich seiner produktionsbetrieblichen Formung harrt:

»Aus der (obwohl von Marx »lebendiges« Arbeitsvermögen genannt) betrieblich gesehen noch »schein-toten« (weil latenten) Potenz der gekauften Arbeitskraft wird in nun wesentlich ge-

16 Vgl. zur Diskussion Frey 2004.

17 Detlef Gerst (2005) weist in seiner Kritik am Arbeitskraftunternehmer darauf hin, dass dieser wohl eher als »Leitbild« und weniger als Typus verstanden werden soll; wobei erstes eine normative Kategorie, zweites eine empirisch konfigurierte Form darstelle. Mir scheint die Frage nach der empirischen Evidenz des Arbeitskraftunternehmers nicht hinreichend geklärt, zumal diese Trennung (normativ vs. empirisch) je nach analytischem Zugriff nur bedingt durchhaltbar ist, etwa wenn diskursanalytisch in politischen Erklärungen, Diskussionen oder Studien ein arbeitskraftunternehmerisches Subjektmodell aufgefunden gemacht wird. Solche diskursiven Phänomene haben durchaus Effekte auf die zu beobachtenden, empirischen Arbeitsformen, auch wenn sie mit der Intention eines normativen Leitbildes formuliert wurden.

steigerter Qualität schon die für den Verwertungsprozess erforderliche manifeste lebendige Leistung« (ebd.: 140).

Das Arbeitssubjekt wird in diesem Prozess zu einem strategisch handelnden Akteur, der an seiner steten (Weiter-)Qualifizierung arbeitet. Diese aktive Produktion von Arbeitskraft (etwa über Praktika, Weiterbildungen, Aneignung zusätzlicher Skills) beschränkt sich dabei nicht nur auf berufliche Sphären, sondern wird zu einer »systematischen Organisation des gesamten Lebenszusammenhanges« (ebd.: 143).<sup>18</sup> Für das Arbeitssubjekt führt das zu einer verstärkten Selbst-Kontrolle des Arbeitsvermögens, einer Selbst-Ökonomisierung und Selbst-Rationalisierung.<sup>19</sup> Auf der Ebene von Praktiken bilden sich im Zuge dieses Wandels Strategien flexiblen Umgangs mit Arbeitszeit (Gleitzeit, Teilzeit, Vertrauensarbeitszeit, Sabbaticals u.a.) und Arbeitsraum aus (Co-Working Spaces, mobile Arbeit, Teleheimarbeit u.a.).<sup>20</sup> Ebenso werden die betrieblichen Steuerungsvorgaben ausgedünnt, um die Selbstorganisation in Gruppen oder Projektteams anzuregen. Auf der Ebene der Schärfung des professionellen Profils sind diverse Praktiken der Weiter-Qualifizierung zu verzeichnen, in denen gerade im Bereich neuer Professionen die Arbeitssubjekte beständig am Aufbau ihrer Arbeitskraftpersönlichkeit arbeiten und diese über unterschiedliche Verfahren herstellen (vgl. Pfadenhauer 2003).<sup>21</sup>

### **Gouvernementalitätsstudien und das unternehmerische Selbst**

Eine ähnlich gelagerte Figur wie der Arbeitskraftunternehmer findet sich in der Diagnose eines »Enterprising Self«, welches von den britischen *governementality studies* (etwa Rose 1998, Du Gay 2000, kritisch: Fournier/Grey 1999) erstmalig markiert, in der deutschen Arbeitssoziologie, mehr noch in der Kulturosoziologie und Allgemeinen Soziologie prominent als »unternehmerisches Selbst« (Bröckling

---

18 Alexandra Manske (2007) hat hier verschiedene Praktiken der Arbeitsmarktpassung am Fallbeispiel von Webdesignern herausgehoben. Demnach liegt ein zentraler Tätigkeitsbereich (solo)selbstständiger Webdesigner in der aktiven Bearbeitung einer ambivalenten und prekären Arbeitsmarktposition.

19 Was im positiven Fall als Autonomie und Chance zur Selbstverwirklichung herausgehoben wird, kann im negativen als ein perfides Kontrollinstrument entlarvt werden. Letzteres betont eine Verschiebung der Kontrollinstanzen: vonseiten des Betriebes hin zum Subjekt, welches sich unter eigene Dauerbeobachtung stellt und damit unter die permanente Last der Selbstoptimierung gerät (Voß/Pongratz 1998: 149ff.). Für den letzten Punkt prägnant: Ehrenberg 2008.

20 Zur Flexibilisierung von Arbeitszeiten vgl. Kratzer et al. 2003: 26ff. Zu Raum vgl. die eher inspirierenden Hinweise in Heindl 2008.

21 Ich werde zeigen, dass dies auch für die Werbeindustrie gilt, in der etwa über Praktika und kurzen Anstellungen versucht wird, etwas vom Ruhm der Agenturen »aufzunehmen«.

2007a) verhandelt wird. Entgegen der arbeitssoziologischen Diskussion um die Subjektivierung der Arbeit schließen diese Studien dezidiert an subjekttheoretische Überlegungen von Michel Foucault an; besonders an dessen Überlegungen zur Regierung und Selbstregierung (vgl. Foucault 2006a, 2006b).<sup>22</sup> In ihren Analysen beschreiben die Gouvernentalitätsstudien die Zugriffe ökonomischer Subjektivierungsregime auf das Arbeitssubjekt, sowohl auf dessen Identitätsbildung und seine Karrierewege als auch auf die ins Subjekt eingeschriebenen und das Subjekt formenden Verfahren und Technologien der Koordination und Kontrolle der Erwerbstätigkeit. Dabei geht es hier bereits von Anfang an um mehr als nur die Sphäre der Arbeit – der Zugriff auf das unternehmerische Selbst ist ein totaler. So attestieren die Gouvernentalitätsstudien eine zentrale Stellung des Topos des Unternehmerischen in zeitgenössischen Diskursen, in Managementratgebern, politischen Programmen oder Paarratgebern. Dabei sind sie weniger an der ›realen‹, etwa durch Interviewtechniken rekonstruierbaren, Wirkung auf die Menschen interessiert, als an der Funktionsweise der *diskursiven* »Kraftfelder« (Bröckling 2007a: 283) des Unternehmerischen. Dennoch haben diese Diskurse nicht nur Einfluss auf einer rein diskursiven Ebene. Sie sind »Chiffren für ein höchst *praktisches* Anforderungsprofil, das angibt, wie sich Menschen als Personen zu begreifen und wie sie zu agieren haben, um am Marktgeschehen partizipieren zu können« (Bröckling 2007a: 38, meine Hervorh., H.K.; vgl. ebenso Rose 1998: 158).<sup>23</sup> So bildet das Arbeitssubjekt auf der Grundlage von Diskursen (selbst-)unternehmerische Fähigkeiten und Praktiken aus, die auch eine körperliche Dimension umfassen (etwa Postur-, Gestik-, Mimik- und Stimmtraining wie es beispielsweise in Rhetorikseminaren erlernt wird). In diesem Zusammenhang identifizieren die Gouvernentalitätsstudien deutlich in dem neoliberalen Managementdiskurs die zentrale Fähigkeit zum kreativen und innovativen Handeln. Kreativität dient ganz allgemein der Markierung einer möglichen und gewollten Abgrenzung oder Abweichung von hergebrachten resp. überholten Lösungen und Produkten. Eine solche »schöpferische Alterität« (Bröckling 2007a: 179) wird unter den Vorzeichen des Unternehmerischen zu *der*

22 Zur expliziten Ablehnung des Foucault'schen Theorieangebots aus der Perspektive der »Subjektivierung von Arbeit« vgl. Moldaschl 2002. Auch wenn es sich bei den Studien unter der Überschrift »Subjektivierung der Arbeit« keineswegs um eine homogene Schule handelt, ist das Foucault'sche Theorieangebot auch bei den anderen Studien aus diesem Nahbereich nicht die zentrale Referenz. Zum Konzept eines subjekttheoretischen Forschungsprogramms im Anschluss an Foucault vgl. Bröckling/Krassmann/Lemke 2000, Bröckling 2007b.

23 Wirksam wird also das unternehmerische Selbst nicht, weil sich dieses in Reinform in jedweden sozialen Realitäten auffinden ließe, sondern weil Personen das in dieser Subjektivierungsform eingeschriebene Wissen nutzen, um etwas zu tun – etwa sich zu bewerben, zu arbeiten, zu kündigen usw. (vgl. Bröckling 2007a: 36ff.).

ökonomischen Ressource: Innovativsein »ist die ökonomische Funktion des Unternehmers, sein Gewinn resultiert aus der ›Durchsetzung neuer Kombinationen‹« (Bröckling 2004: 141). Denn nur indem beständig auf Neues gesetzt wird, lässt sich den Anforderungen des Marktes begegnen. Der Markt, so Bröckling, wächst nicht allein durch Wettbewerb, sondern maßgeblich durch die Fähigkeit des Unternehmers, Innovationen zu schaffen (Bröckling 2007a: 115ff.). Das unternehmerische Selbst wird damit, in Anlehnung an Joseph Schumpeters (1946: 134ff.) »schöpferische Zerstörung«, zu einer Figur, die aus vertrauten Routinen ausbricht, Neues (er)findet und von den normierten Abläufen alltäglicher Produktionsroutine abweicht. Im Unterschied zu Schumpeters Analyse bezieht sich dieser Befund allerdings nicht mehr auf einige wenige Arbeitssubjekte,<sup>24</sup> sondern auf das Gros derjenigen, die am Markt partizipieren. Für die Arbeitspraktiken bedeutet das eine Aufwertung derjenigen Momente, welche den innovativen Einfall begünstigen wie etwa Kreativitätstechniken, die Integration von Spiel und Erlebnis in den Arbeitsablauf oder die gezielte Förderung produktiven Müßiggangs. Dabei können diese kreativen Praktiken in eine Spannung zur Produktivitätsförderung geraten. Das »absichtslose Spiel« (Bröckling 2007a: 178) verlangt einen Freiraum, der sich der Ergebnislogik kapitalistischer Produktivitätsmaximen erst einmal verweigert. Gleichzeitig allerdings muss die Ideenmaschine ihrem zentralen Zweck folgend Ergebnisse zeitigen. So sollte die kreative Auszeit zwar als Auszeit fungieren, darf aber nicht allzu absichtslos ins Ergebnislose driften. »Schöpferisch ist eine Pause [des Spiels, H.K.] nur, wenn sie sich weder verstetigt noch die Arbeit lediglich maskiert« (ebd.). Gleichzeitig sind diese Pausen eingebunden in ein hohes Tempo des Marktes: Kreative Lösungen verfügen nur über eine gewisse Halbwertszeit und bieten daher temporär nur einen begrenzten Wettbewerbsvorteil. Stillstand meint hier das Ausscheiden aus dem Markt.

Für das Arbeitssubjekt bedeutet dies eine Verschiebung von Kompetenzen und präferierten Modellen. Das fordistische Leitbild des Angestellten und das korrespondierende Ideal der Planbarkeit und Erwartbarkeit werden durch den überraschenden, nonkonformistischen und neugierigen Selbstunternehmer in den Hintergrund gedrängt. Dieser allerdings ist der Anforderung unterworfen, beständig an sich und seinem Projekt zu arbeiten, ist doch der gerade errungene Vorsprung durch eine innovative Idee gleich schon wieder vergangen. Was aber treibt die Individuen an, dieses beständige Spiel mitzumachen? Den Gouvernementalitätsstudien zufolge ist es die Möglichkeit der Selbsterfüllung und Selbstverwirklichung in der Arbeit. Der Arbeitsplatz wird zu einem der zentralen Orte des Identitätsmanagements für das gesamte Subjekt ausgebildet: »the prevailing image of the worker is of an individual in search of meaning an fulfillment, and work itself is interpreted as a site

---

24 Schumpeter spricht gar von einer Art charismatischen »Führerschaft« des Unternehmers (Schumpeter 1928: 482).

within which individuals represent, construct, and confirm their identity, an intrinsic part of a style of life« (Rose 1998: 160). Analog zur These vom Arbeitskraftunternehmen bedeutet eine solche Subjektivierungsweise die Präferenz von flexiblen und aktivistischen Organisationsformen wie etwa Team- oder Projektarbeit. Dabei wird der Zugriff auf das Arbeitssubjekt nicht nur über organisationelle Strukturen, wie etwa flache Hierarchien, erreicht, sondern durch den Einbezug psychischer Qualitäten der Subjekte. Indem die Organisation einen Raum eröffnet, man selbst zu sein (resp. sein zu müssen), wird das ökonomische Projekt auch zum eigenen. »Organizations get most out of their employees [...] by releasing the psychological striving of individuals for autonomy and creativity and channeling them into the search of the firm for excellence and success« (ebd.: 161).

### **Die Kreativen, die Creative Class, das Kreativsubjekt**

Über den akademischen Diskurs hinaus sichtbar ist ein Subjektmodell, welches, verschiedene Aspekte umfassend, als »Kreativsubjekt« oder als die »Kreativen« beschrieben wird. Zentral für dieses Modell ist die Betonung von Kreativität als unumgänglicher Kompetenz moderner Beruflichkeit. So wurde in verschiedenen Zusammenhängen die These von Richard Florida (2002) aufgegriffen, wonach eine neue »kreative Klasse« zunehmend ökonomische und kulturelle Bedeutung erlangt und das Zentrum eines erstrebenswerten Lebens- und Subjektmodells darstellt. Floridas Ausgangspunkt ist die Beobachtung, dass das alltägliche Leben (»everyday life«, ebd.: 1) in den letzten Jahrzehnten einem radikalen Wandel unterworfen war, welcher maßgeblich auch die Transformation von traditionellen Arbeits- und Organisationsformen umfasste. Als treibende Kraft dieses Wandels identifiziert er die aufkommende Bedeutung von Kreativität für Gesellschaft und Ökonomie, wobei Kreativität hier als die grundsätzliche Fähigkeit der Schaffung neuer und bedeutungsvoller Formen (Symbole, Produkte, Konzepte) verstanden wird (ebd.: 5). Der Begriff »Kreativität« dient Florida eher als Chiffre für die Verdeutlichung einer Verschiebung gesellschaftlicher Normen hin zu einer allgemeinen Präferenz des Neuen, welche den Konformismus der organisierten Moderne ablehnt. Entsprechend ist Kreativität auch nicht auf den schöpferischen Einfall eines Künstlers begrenzt, sondern meint das gesellschaftliche und vor allem ökonomische Zusammenspiel technologischer, künstlerischer und kultureller Novitäten auf breiter Basis, das heißt in der Firma, dem Projekt, der Kindertagesstätte, dem Nachbarschaftsverein, dem Nachtclub. Das Trägermilieu dieser Fähigkeit zum schöpferischen Neuen ist die sogenannte »kreative Klasse«, deren Vertreter unterschiedliche Berufe ausüben (Anwälte, Ärzte, Designer, Sozialwissenschaftler) und trotzdem ein gemeinsames Arbeitsethos teilen. Dieses stellt auf Kreativität, Individualität, Differenz sowie

Leistungsorientierung ab und findet sich vornehmlich in einer urbanen, akademischen, postmaterialistischen Mittelschicht (vgl. ebd.: 8).<sup>25</sup>

Vor allem ist es dieses Arbeitsethos, das als Bindeglied, einzelne Professionen übergreifend, den Kern der kreativen Klasse ausmacht. Florida bestimmt dieses näher, indem er erstens Individualität und die Bedeutung persönlicher Fähigkeiten für den Arbeitsmarkt hervorhebt – Fähigkeiten, die wiederum eine Selbstverwirklichung der Personen mit sich bringen. Zugleich tritt zweitens neben Geld/Gehalt als zentrales Entlohnungssystem eine auf Anerkennung und Leistung (Meritokratie) basierende Form der Entlohnung (ebd.: 78).<sup>26</sup> Schließlich markiert er drittens Diversität und Offenheit als zentrale Werte der Kreativen. Auf struktureller Ebene bedeutet diese Veränderung die Herausbildung von »no-collar-workplaces« – Orte, an denen Formen des Selbstmanagements an die Stelle hierarchischer Ordnungen treten. Im Zuge dessen wird die Rolle von losen Gemeinschaften und Netzwerken für die Organisation betont, da sich darüber gemeinsame Arbeit sowie Beschäftigungs- und Wissensressourcen bedarfsorientiert strukturieren lassen.<sup>27</sup> Die so entstehende kreative Ökonomie organisiert sich neu, indem etwa neue technologische Modelle zeitlich und räumlich flexiblere Arbeitsformen bedingen oder neue Formen der Produktion und Distribution von Gütern und Dienstleistungen nach sich ziehen (etwa Lean Production, Outsourcing). Diese Befunde sind zunächst nicht besonders neu<sup>28</sup>, der (öffentlichkeitswirksame) argumentative Clou Floridas besteht vielmehr darin, auf die treibende Kraft der normativen Ausrichtung von Kreativität hinzuweisen. So argumentiert er, dass es weniger ökonomische Zwänge sind, die die kreative Klasse an bestimmte Orte (vornehmlich handelt es sich um Städte) binde, sondern vielmehr sind das besondere Lebensgefühl und die Möglichkeit eines besonderen Lebensstils die entscheidenden Pull-Faktoren. Laut Florida ermöglichen diejenigen Städte, die über eine besondere Mischung von Technologie, Talent und Toleranz verfügen einen bohémehaften Lebensstil und dies bei gleichbleibender hoher Konzentration an Selbstentfaltungsmöglichkeiten, welche sich auch ökonomisch ver-

---

25 Florida unterteilt die kreative Klasse des Weiteren in einen »creative core«, welcher Berufe im Bereich »design, education, arts, music and entertainment, whose economic function is to create new ideas, new technology and/or new creative content« (Florida 2002: 8) umfasst. Daneben stellt er noch die Gruppe der »creative professionals«, welche sich um den »creative core« herum ansiedeln: »business and finance, law, health care and related fields. These people engage in complex problem solving that involves a great deal of independent judgement and requires high levels of education and human capital« (ebd.).

26 Zur Idee der Meritokratie als alternatives Entlohnungssystem und Kennzeichen eines »neuen Kapitalismus« vgl. auch Sennett 2008a: 84ff.

27 Siehe dazu (auch kritisch) Manske/Schnell 2010: 712.

28 Zu ähnlichen Deutungen vgl. etwa Bell 1976, Drucker 1993, Frenkel et al. 1995.

werten lassen (vgl. ebenso Florida 2005). Eine solche Mischung wiederum ziehe nun Akteure aus der Kreativökonomie an, die für solch zukunftsweisende Wachstumsmärkte dringend benötigt werden.<sup>29</sup>

Floridas Überlegungen wurden weithin kritisiert, auch wenn die grundsätzliche Argumentation selten in Zweifel gezogen wurde.<sup>30</sup> Trotz einer angebrachten Skepsis hinsichtlich einiger Belege, Verallgemeinerungen und empirischen Plausibilisierungen, rückt Florida mit seiner Studie zwei Aspekte in den Fokus, die für die vorliegende Arbeit von zentralem Interesse sind:

Erstens verweist er auf eine kulturelle Dimension der Transformationen im Bereich der Arbeit und der Organisation. Zweitens hebt er die Ausbildung spezifischer ökonomischer Bereiche wie die Kreativ- und Kulturwirtschaft hervor. Letzteres (die Kreativwirtschaft) wird später interessieren (Kap. 1.3), zunächst soll sich dem kulturellen Wandel zugewandt werden. Mit der Betonung einer kulturellen Dimension lässt sich der analytische Fokus auf die Praktiken und Diskurse zeitgenössischen Arbeitens verschieben. Andreas Reckwitz (2006) hat sich in seiner Genealogie moderner Subjektformen diesem Punkt zugewandt. So konstatiert er das Aufkommen einer neuen hegemonialen Subjektform, welche er als »Kreativsubjekt« benennt und historisch nach der organisierten Moderne (von 1920 bis ca. 1970) verortet. Das Subjektmodell des Kreativen bildet für ihn ein Dispositionsbündel, welches keineswegs als Einziges, aber als »dominante kulturelle Formation« (ebd.: 74) auftritt. Das bedeutet auch, dass es sich bei diesem nicht um die sozialstatistisch am häufigsten anzutreffende Form handeln muss, wohl aber um eine Art Rollenmodell zeitgenössischer Arbeit, welches als Vorbild gesamtgesellschaftlich wirksam ist (ebd.: 34ff. sowie 68ff.). Mit anderen Worten, um ein Subjektmodell, welches »als ein allgemeingültiges, universales, scheinbar alternativloses und dabei attraktives« (ebd.: 69) institutionalisiert ist.<sup>31</sup> Reckwitz weist daraufhin, dass die Entstehung und

29 Dieser positiven Lesart der Kreativökonomie stehen zahlreiche Studien gegenüber, die auf die negativen Umstände und Paradoxien solcher vermeintlich kreativ-freiheitlichen Beschäftigungsformen hinweisen. Neben der Kritik am totalen Zugriff auf das Arbeitssubjekt, werden häufig die besonders prekären der Arbeits- und Lebensbedingungen von Beschäftigten der Kreativwirtschaft nachgewiesen (Manske 2007, Lorey 2007, McRobbie 2007, Loacker 2010).

30 Zur Kritik an Florida siehe Rössel 2006, Scott 2006: 11ff. sowie die Hinweise in Wiesand 2006: 8f.

31 Diese Argumentation findet sich auch, wenn auch weniger ausgearbeitet, bei Florida, der darauf verweist, dass die »kreative Klasse« wohl ins (kulturelle) Zentrum der Gesellschaft rückt und als erstrebenswertes Rollenmodell fungiert, aber trotz eines deutlichen Wachstums sozialstatistisch deutlich hinter der so genannten »Service Class« zurücksteht. Dieser klassische Dienstleistungen umfassende Bereich macht 43% der Erwerbstätigen aus und gilt als unabdingbar für die Creative Class, da er dieser den Arbeits- und Lebens-

Etablierung einer solchen nachindustriellen, postmodernen Subjektkultur des Arbeitens durch verschiedene kulturelle Entwicklungen begünstigt wurde, die sich zunächst unabhängig voneinander vollzogen: postbürokratische Managementdiskurse, Modifizierung von Arbeitsidentitäten hin zu einem Künstlerideal des Arbeitens, Veränderungen von Arbeitspraktiken durch die digitale Revolution und schließlich die Veränderung der Konsumentenkultur hin zu einer Individualästhetik und die entsprechenden Reaktionen der Unternehmen darauf. Das so gezeichnete Kreativsubjekt geht in erster Linie symbolproduzierenden Tätigkeiten im weiten Bereich der »neuen Kulturindustrie« (ebd.: 500) nach, wobei es sich von der klassischen, bürokratischen Großorganisation verabschiedet und an deren Stelle ein »Modell einer projekt- und teamförmigen ›Kreativarbeit‹ setzt, die mit beschleunigten unternehmerischen Produkt-Innovationen auf die Fluidität der Konsumenten zu reagieren versucht« (ebd.). Wie auch das gouvernementalitätstheoretische Modell des »Enterprising Self« setzt die subjektivierungstheoretische Figur des Kreativen zentral auf das Unternehmerische, auch wenn hier die Rolle der Kreativität stärker betont wird. Dabei ist das Andere des Kreativunternehmers, seine Abgrenzungsfolie, »das der Kreativität unfähige, inferiore Subjekt der Planungs- und Routinearbeit, aber auch ein Habitus, dem es an der Fähigkeit zur marktförmigen Stilisierung [also der Kernfähigkeit des unternehmerischen Selbst, H.K.] und disziplinierten Selbstentwicklung mangelt« (ebd.: 510). Ebenso findet sich der Hinweis auf die positiv identifizierende Kraft der Arbeit, indem die Kreativen »befriedigende Arbeit« (ebd.: 504) und eben (scheinbar) nicht entfremdete ausführen. Dies verweist auf ein »postromantisches« und post-materialistisches Bild von Arbeit, welches einem Künstlerideal entspricht und auf welches weiter unten noch zurückzukommen sein wird.<sup>32</sup> Hinzu kommt in Reckwitz' Analyse die Dimension des Konsums, welcher in der Postmoderne einen zentralen Motor für die permanente Innovation symbolischer Güter darstellt; was sich auf der Ebene der Arbeitspraktiken wiederum in einer ständigen Umweltbeobachtung niederschlägt (ebd.: 502). Zeitgleich verwischen auch die Ebenen des Konsumenten und Produzenten und zwar in verschiedener Hinsicht: Zum einen wird der Konsument zum Produzent, zum so genannten »Prosumer«, wenn Produkten durch ihren Konsum ein neuer Wert hinzugefügt wird – etwa indem Alltagsgegenstände auf spezifische, vom Produzenten nicht intendierte Art verwendet werden (beispielsweise das Umnähen von Kleidung, die Integration von lebensweltfremden Gegenständen in die Wohnungseinrichtung oder die Um-

---

stil überhaupt erst ermöglicht (Florida 2002: 74). Gleichwohl aber tritt er als erstrebenswertes Modell von Arbeit hinter die Creative Class zurück.

32 Unterstützt wird dieses Modell durch die Diskurse einer Humanisierung der Arbeit, den postbürokratischen Managementdiskurs und das Aufkommen einer Persönlichkeits- und Motivationspsychologie, die das persönliche Wachstum (»personal growth«) in den Vordergrund stellt (vgl. Reckwitz 2006: 505ff.).

nutzung von Konsumgütern). Aber genauso fungiert der Konsument als Produzent, indem traditionelle Produktionsaufgaben dem Konsumenten überantwortet werden (etwa im Internet bei Buchbestellungen den Service zu evaluieren oder Produktrezensionen zu verfassen; vgl. Du Gay/Salaman 1992, Kleemann/Voß/Rieder 2008).<sup>33</sup> Erleichtert werden die post-bürokratischen Arbeitspraktiken durch die technischen Innovationen, allen voran der Computer, der die Arbeitsbedingungen der Gleichzeitigkeit und Gleichräumlichkeit infrage stellt.

Auf der Ebene der Organisation präferiert die Subjektordnung des Kreativen diejenigen Arbeitsformen, die sich einer bürokratischen Arbeitsteilung und strikten Hierarchie verweigern – wie die allgegenwärtige Projektarbeit. Indem sich das Kreativsubjekt in Projekten organisiert, rückt ein größeres Projektziel in den Mittelpunkt und die einzelnen, detaillierten Tätigkeiten in den Hintergrund. Diese Projekte sind dabei zeitlich befristet und in ihrer Teamstruktur auf Einmaligkeit angelegt.<sup>34</sup> Auf der Ebene der Praktiken zieht eine solche Organisationsform die beständige Flexibilität ihrer Mitglieder nach sich, die sich unter das Projektziel unterordnen (wollen), und dabei die klassischen Arbeitszeitstrukturen aufbrechen.<sup>35</sup> Der Projektverbund wird somit zu einer gemeinschaftsstiftenden Instanz, die nicht nur auf der Ebene der Arbeit für neue Einfälle sorgt, sondern gleichsam als Lebensstil- und Erlebnisgemeinschaft fungiert, indem etwa Spiele aufgeführt, Nächte gemeinsam am Schreibtisch verbracht oder im Projektverbund spontan ausgegangen und gefeiert wird: »Das Projekt wird als aktivistische Lebendigkeit, als vitales Engagement affektiv aufgeladen« (Reckwitz 2006: 515). Schließlich ist das Projekt auch Stilisierungsgemeinschaft. Das Kreativsubjekt stilisiert sich innerhalb des Projektteams als eigenes Individuum, da Persönlichkeiten gefragt sind. Nach Außen grenzt es sich von anderen Kreativitätsgemeinschaften ab, vor allem aber distanziert es sich von den »stilfreien Routinesubjekten« (ebd.: 516) der organisierten Moderne. Solche »signifying practices« beschränken sich aber nicht nur auf die Stilisierung des Selbst', sondern werden ebenso auf die Stilisierung von Objekten angewandt. Denn häufig sind die Produktinnovationen in den Kultur- und Kreativitätsindustrien semiotischer Art resp. werden materiale und technische Innovationen erst durch die

---

33 Es wird in der empirischen Analyse zu sehen sein, dass auch die Werber als Produzenten gleichzeitig Konsumenten sind, indem sie einige – etwa gestalterische – Aspekte vorrangig für ihre Kollegen erstellen und indem sie als interne Konsumforscher häufig die Zielgruppe für ihre Produkte bilden.

34 Zu Projektmanagement vgl. allgemein Goodman/Goodman 1976, Mintzberg/McHugh 1985, Sydow/Lindkvist/DeFillippi 2004.

35 Vgl. Krämer 2012d zu Projektarbeit in der deutschen Werbeindustrie, ebenso Kap. 4.3.2.

Arbeit an und mit Zeichen ihrer Bedeutung im Konsumkontext zugeführt.<sup>36</sup> Der Kreativarbeiter ist somit Analyst sowie Produzent von Symbolen und symbolischen Kontexten, wobei ihm dabei vor allem die beständige Umweltbeobachtung semiotischer Universen zupass kommt. Die spielerische Re-Kombination sowie die Imagination einzelner Zeichen(welten) stellt dabei für das Kreativsubjekt eine weitere zentrale Fähigkeit dar. Neben Techniken der Kreativitätsförderung ist es eine grundsätzliche »Routinisierung der Haltung des Experimentellen« (ebd.: 512), über die das Kreativsubjekt verfügt.

### **Der Symbolanalytiker**

Eng verzahnt mit dem Subjektmodell des Kreativen findet die Figur des »Symbolanalytikers« Eingang in den wissenschaftlichen Diskurs. Der konzeptionelle Umriss dieses »Akteurstypus« wird dem amerikanischen Volkswirt und Arbeitsminister der Clinton-Administration Robert Reich zugeschrieben. Dieser konzipiert in seinem Buch »Die neue Weltwirtschaft. Das Ende der nationalen Ökonomie« (Reich 1993) einen neuen Typus von Dienstleistungsarbeit. So lassen sich Reich zufolge neben routinemäßigen Produktionsdiensten (gemeint sind eher fordistische Formen industrieller Fertigung wie beispielsweise der Fließbandarbeiter in der Automobilindustrie) und kundenbezogenen Diensten (z.B. einfache, ebenso routinemäßige Dienstleistungen für Kunden wie etwa Angestellte im Servicebereich in der Gastronomie), symbolanalytische Dienste ausmachen, die auf die Identifizierung, Interpretation und Neukombination von Symbolen und symbolischem Wissen abzielen:

»Symbol-Analytiker lösen, identifizieren und vermitteln Probleme, indem sie Symbole manipulieren. Sie reduzieren die Wirklichkeit auf abstrakte Bilder, die sie umarrangieren, mit denen sie jonglieren und experimentieren, die sie an andere Spezialisten weiterreichen und die sie schließlich zurück in die Wirklichkeit verwandeln können« (ebd.: 199).

Als idealtypische Berufe führt Reich an: Wissenschaftler im Bereich der Forschung, Design-, Software- und Bauingenieure, Biotechnologen, PR-Manager, Investmentbanker, Anwälte, unterschiedlichste Positionen im diversen Beratungssektor, Personalvermittler, Werbemanager, Marketingmanager, Architekten, Grafiker, Journalisten, Lektoren, Redakteure, Film- und Fernsehproduzenten, Universitätsprofessoren und einige mehr (vgl. ebd.: 198f.). Der gemeinsame Bezugspunkt dieser Akteursgruppen liegt in der output-orientierten Lösung von Problemen durch den Einsatz von Symbolen und Begriffen. Die Fokussierung auf eine solche Problemlösungsbeziehung hebt die Ergebnisorientierung des Arbeitens hervor. Es zählt das

---

36 Ein bekanntes Beispiel sind die Produkte der Firma Apple, die zu einem nicht geringen Anteil durch ihre »Aura« bestehen. Ein Umstand, den Apple in der Präsentation ihrer Produkte immer wieder nutzt (vgl. Schulze/Grätz 2011).

Ergebnis der Tätigkeit, wobei sich dieses nicht zwingend nur auf eines reduzieren lässt. Dieser Orientierung am Ergebnis korrespondiert eine Entkopplung von Entlohnung und Zeit zugunsten einer Sachorientierung. Der Symbolanalytiker wird nicht in erster Linie über die direkt investierte Arbeitszeit entlohnt, sondern über den Nachweis guter Ergebnisse. Entsprechend rücken projekt- und teamförmige Arbeitsformen in den Vordergrund, da sich darüber zentrale Wettbewerbs- und Marktvorteile erreichen lassen (vgl. ebenso Koppetsch 2011). Die Güte der Produkte, beispielsweise technologische Erfindungen, Beratungsleistungen, Marketingstrategien, innovative juristische Beweisführungen, hängt »von der Qualität, Originalität, Geschichtlichkeit und gelegentlich auch Schnelligkeit ab, mit der [die Symbolanalytiker] neue Probleme lösen, identifizieren oder vermitteln« (Reich 1993: 200). So divers die Berufsfelder der Symbolanalytiker auch sind, grundsätzlich lassen sich deren Kompetenzen, so Reich, in vier basalen Fertigkeiten bündeln: Abstraktion, Systemdenken im Sinne einer ganzheitlichen Herangehensweise, Experimentieren und Zusammenarbeit (vgl. ebd.: 256). Analog zu Richard Floridas Analyse werden die Symbolanalysten als urbane und in besondere räumliche Konfigurationen (etwa das Silicon Valley) eingebundene Expertengruppen identifiziert, die in einem informellen Netzwerk, Reich spricht von »symbolanalytischen Zonen« (ebd.: 267), auf die für das Projektziel benötigten Mitarbeiter zugreifen. Gleichzeitig bieten die Mitarbeiter auch ihre Dienstleistungen genau in diesem Netzwerk an. So besteht eine Kompetenz des Symbolanalytikers in der ständigen strategischen Optimierung seines Netzwerkes.

Diese eher makrospezifische Einschätzung einer zukünftigen Form des Arbeitens wird von Cornelia Koppetsch (2011) herausgestellt und professionssoziologisch spezifiziert. Koppetsch bestimmt, die Diskussion um die »Krise der Professionen« aufgreifend (vgl. etwa Pfadenhauer 2003), die Symbolanalytiker als eine neue Form von Experten, die sich nicht mehr über klassisch-professionelle Schließungsmechanismen (wie etwa akademisch zertifiziertes Wissen, Bildungsabschlüsse oder Berufsvereinigungen) auszeichnen, sondern die Akzeptanz ihrer Problemlösungen zum Gegenstand ihres beruflichen Handelns machen. Da Symbolanalytiker »auf Märkten kulturelle oder wissensbezogene Dienstleistungen anbieten und diese gegenüber konkurrierenden Wissens- und Deutungsangeboten durchzusetzen haben« (Koppetsch 2011: 411), rückt der Markt (und der Wettbewerb) als zentrale Instanz der Selektion professionellen Wissens in den Vordergrund. Auf dem »Markt der Ideen« (Koppetsch 2008) wählt der Konsument, Klient oder Kunde die »richtige« Lösung aus – allerdings aus einem ihm vorgegebenen Angebot.<sup>37</sup> Dies bedeutet zeitgleich eine hohe Offenheit gegenüber unterschiedlichen Wissensbeständen,

---

37 Diese Dialektik von Produzent und Konsument ist auch zentrales Thema der bereits erwähnten »Prosumer-Debatte« in der Arbeits- und Konsumsoziologie; vgl. Blättel-Mink/Hellmann 2010.

welche durch den Symbolanalytiker ergebnisorientiert verknüpft werden. Entsprechend geht es auch weniger um das eine, richtige und wahre Wissen, als vielmehr um ein Verknüpfungswissen, welches unterschiedliche Aspekte miteinander in Beziehung setzt. Bezogen auf berufliche Karrierewege bedeutet eine solche Offenheit gegenüber verschiedenen Wissenssystemen eine Entfernung vom Modell festgelegter Laufbahnstrukturen. Die Tätigkeiten der Symbolanalytiker sind häufig nicht an einen Studienabschluss geknüpft – Ausnahmen bilden etwa die Anwälte oder Ingenieure<sup>38</sup> –, sondern durch individuelle Arrangements und starke Konkurrenz bestimmt.

### **Der Künstler als Leitbild neuen Arbeitens**

Sowohl in der soziologischen Literatur als auch in (teil-)öffentlichen Diskursen wird die Figur des Künstlers häufig als Vorbild für zeitgenössische Berufe angeführt (vgl. etwa Haak/Schmid 1999, Gottschall/Betzelt 2001, Boltanski/Chiapello 2006, Menger 2006, Manske/Merkel 2008).<sup>39</sup> Denn in den Erwerbsbedingungen des Künstlers zeigen sich besonders prägnant und erstmalig, so die einhellige Meinung, sowohl allgemeine strukturelle Trends des Arbeitsmarktes als auch kulturelle Entwicklungen der professionellen und beruflichen Konfigurationen von Arbeit. Der Arbeitsmarkt für Künstler und andere Kreativarbeiter gilt daher als paradigmatisch für die Phänomene des Übergangs von fordistischen zu postfordistischen Produktionsbedingungen. Auf einer strukturellen Ebene werden Künstlerarbeitsmärkte vorrangig als »Arenen« zukünftiger Arbeitswelten verstanden, da sich diese zwischen einer lohnabhängigen und selbstständig unternehmerischen Tätigkeit verorten (vgl. Haak/Schmid 1999: 2) und Entwicklungen wie etwa »Feminisierung, Akademisierung, Flexibilisierung von Erwerbsformen und neue Verknüpfungen von Arbeit und Leben« aufgreifen (Manske/Schnell 2010: 699). Hinzu kommt die Diversität und Koexistenz unterschiedlicher Beschäftigungsformen, die Tätigkeitsvielfalt der Berufsbilder, eine geringe Beschäftigungssicherheit, steigende Tendenz von Einkommensrisiken, große Netzwerkkaffinität, ein geringeres (wenn auch sehr diverses) Einkommensniveau, ein innovatives Risikomanagement (besonders im Vergleich mit der Figur des Angestellten der bürokratischen Großkorporation) und nicht zu-

---

38 Wobei es durchaus fraglich ist, ob Anwälte und Ingenieure zu den Symbolanalysten dazugezählt werden können. Koppetschs Diskussion der Veränderung professionellen Expertentums würde es nahelegen diese Berufsgruppen auszuschließen. Ihre Beispiele umfassen den Kreativen (Werber und Designer), Coaches und Berater.

39 Bernadette Loacker (2010: 85ff.) weist zurecht daraufhin, dass der Vorbildcharakter des Künstlers auf unterschiedlichen Ebenen zu verorten sei und sich in dieser Figur, so wäre ihre Argumentation weiterzuführen, unterschiedliche Diskurse und Anforderungen bündeln lassen: sowohl auf wirtschafts- und sozialpolitischer, auf ökonomischer, organisationaler als auch auf »lebensstilistischer«, normativ-ethischer Ebene.

letzt ein großes ökonomisches Interesse an diesem Bereich aufgrund eines deutlichen Wachstums des Arbeitsmarktes (vgl. ebd. Haak/Schmid 1999: 5ff., Menger 2006: 28ff.). Dabei ist es vor allem der feldinterne Umgang mit diesen beschäftigungsbezogenen und arbeitsmarktpolitischen Herausforderungen, der auf soziologisches und steuerungspolitisches Interesse stößt. Die interdisziplinäre Auseinandersetzung mit den ökonomischen Strukturen des Kunst- und Kulturfeldes kulminiert dann meist in der Frage, inwiefern dieses Feld nicht nur relativ früh allgemeine Transformationstendenzen der Arbeitswelt aufgreift, sondern ob sich im Feld der Kunst- und Kreativarbeit sogar Lösungen für Probleme einer zukünftigen Arbeitswelt zeigen. Hier sind die Antworten unterschiedlich optimistisch: Pierre-Michel Menger (2006) etwa betont in seinem vielbeachteten Essay »Kunst und Brot« stärker die Paradoxien, die sich in diesem Arbeitsfeld ergeben – neben Beschäftigungsunsicherheit stellt er vornehmlich die feldinhärenten Formen sozialer Ungleichheit heraus, die sich aus einer Verschärfung des Wettbewerbes untereinander ergeben. Anders bewerten Caroll Haak und Günther Schmid die Übertragbarkeit der Strukturen von Künstlerarbeitsmärkten auf andere Bereiche:

»Sicherlich wäre die Behauptung weit überzogen, dass die Zukunft des Arbeitsmarktes nur noch in Künstlerarbeitsmärkten besteht. [Es] erscheint die Prognose jedoch nicht allzu gewagt, dass die Arbeitsplätze der Zukunft zunehmend künstlerisch geprägt sein werden: mehr selbstbestimmt und kompetitiv; wechselhafter in Art und Umfang des Beschäftigungsverhältnisses und im stärkeren Maße projekt- oder teamorientiert; zunehmend in Netzwerken und weniger in Betrieben integriert; mit vielfältigeren und wechselnden Arbeitsaufgaben, die zu lebenslangem Lernen anspornen; aber auch mit schwankender Entlohnung oder Vergütung und kombiniert mit anderen Einkommensquellen oder unbezahlter Eigenarbeit« (Haak/Schmid 1999: 33).

Vor allem die Formen des feldspezifischen Kontingenz- und Risikomanagements als auch die Ambiguitätstoleranz werden hier als zukunftssträftig benannt. Dadurch, dass das Feld per se durch atypische Beschäftigungen, mangelnde sozialstaatliche Sicherungssysteme und hohe Zukunftsunsicherheit charakterisiert ist, bildet sich ein Umgang mit diesen Anforderungen heraus, der nicht nur diese Unsicherheiten akzeptiert, sondern auch Strategien für deren Bewältigung sucht (ebenso Manske 2007).<sup>40</sup>

---

40 Eine steuerungspolitische Unterstützungsmaßnahme dieser Kompetenzen sehen Haak und Schmid (1999: 38) in der Flankierung und Abfederung von Unsicherheiten durch neue sozialstaatliche Institutionen, welche zwar gesicherte Erwerbsrahmenbedingungen bieten (beispielsweise über Institutionen wie die Künstlersozialkasse), aber gleichzeitig Flexibilität beim Produktionsprozess garantieren.

Neben diesen vornehmlich strukturellen und auf den Arbeitsmarkt bezogenen Merkmalen künstlerischer Arbeit lassen sich unterschiedliche Studien herausstellen, die die (arbeits-)kulturellen Veränderungen in der Sphäre der Erwerbsarbeit benennen. So werden künstlerische Arbeitsformen eben auch aufgrund ihrer spezifischen Praktiken und korrespondierenden ›Identitätsangebote‹ zu Vorbildern einer zukünftigen Arbeitswelt stilisiert. Das Künstlersubjekt markiert dabei eine Gegenfigur zur etablierten Erwerbsarbeit in der organisierten Moderne und dient als Kulminationspunkt einer Kritik an entfremdeter rational-industrieller Arbeit, wie sie in den 1960er/70er Jahren von der Kritischen Theorie hervorgehoben wurde (vgl. etwa Marcuse 1994). Luc Boltanski und Eve Chiapello (2006: bspw. 81ff.) haben diese Kritik nachgezeichnet und als »Künstlerkritik« auf den Begriff gebracht. Den Autoren zufolge verfügt der Kapitalismus über eine normativ-ethische Dimension, die das Engagement in und für denselben rechtfertigt. Vor allem die postfordistischen Formen kapitalistischer Produktion, die Autoren sprechen von der sogenannten »Projektpolis«,<sup>41</sup> präferieren einen Arbeitsstil, der sich weniger in der Erfüllung eines rationalisierten Solls offenbart, als eher in der selbstbestimmten, authentischen, freiheitlich-autonomen und kreativen Bewältigung von Arbeitsaufgaben niederschlägt. Emanzipation und Authentizität sind nach Boltanski/Chiapello die Stichworte, die ein Unbehagen an der kapitalistischen Moderne formulieren (ebd.: 380). Dass diese Kritik mit der Forderung nach ›echtem‹ Ausdruck eines Selbst und dem Wunsch nach Autonomie der Gestaltung des eigenen Lebens klassisch künstlerische Aspekte aufnimmt, ist nicht zuletzt in den soziokulturellen Veränderungen der 1960er/1970er Jahre zu verorten. So ist die Kritik an der organisierten Moderne, welche sowohl das studentische und akademische Milieu, künstlerische Kreise als auch etablierte Milieus in ihren Bann zieht, zugleich auch eine Kritik an der bürgerlichen Moderne, wobei das Bürgertum – verallgemeinernd – als Trägermilieu des Kapitalismus verstanden wird. Der Künstler bildet traditionell eine Gegenposition zum Bürger, da im Künstlerischen antibürgerliche Aspekte wie die der Expressivität, der freien, zwecklosen Ideensuche und Möglichkeit zum Anderssein, zum Marginalen betont werden.<sup>42</sup> In der Diskussion um die Figur des Künstlers werden un-

---

41 Polis, im französischen Original »cité«, meint bei den Autoren eine sozial geteilte Gerechtigkeits- und Wertordnung, die die Akteure anführen, um ihr Handeln als konkordant mit gültigen Werten zu markieren resp. das Abweichen Anderer von ebendiesen Werten zu benennen (vgl. Boltanski/Chiapello 2006: 61f.).

42 Dass neben diesem anti-bürgerlichen noch weitere Elemente bei der Formierung eines modernen künstlerischen »Kreativitätsdispositivs« eine Rolle spielen, darauf hat Andreas Reckwitz (Reckwitz 2012) hingewiesen. Mit der Orientierung an einem geniehaften Schöpferischen, einem ästhetisch-utopistischen Gegenentwurf zur herrschenden Ordnung, der Pathologisierung des Künstlers und einer Vermarktlichung des Künstlers und des Publikums markiert er vier weitere Aspekte, die zur Normalisierung des Kreativen beitra-

terschiedliche Veränderungsprozesse hervorgehoben, die zur Formierung und Normalisierung eines Leitbildes künstlerischer Arbeit beitragen. Zwei seien noch eingehender betrachtet: ein verändertes *Arbeitsethos* sowie veränderte *Arbeitspraktiken*.

Auf der Ebene der Selbst- und Fremdbeschreibung lässt sich eine Präferenzierung spezifischer Formen des Arbeitens verzeichnen, die von Cornelia Koppetsch als »emphatische Beruflichkeit« (2006a: 197) bezeichnet wurde. Gemeint ist damit ein besonderes Berufsethos, das die »persönliche Hingabe an die Aufgabe« (Koppetsch 2006b: 683) in den Vordergrund rückt. Koppetsch sieht in dieser spezifischen Zuwendung zum Beruf den Einfluss eines, mit Reckwitz (2012: 49ff.) gesprochen, »Kreativitätsdispositivs« (vgl. in Abgrenzung dazu Heubel 2002). Kreativsein als berufliche Fähigkeit zeichnet sich durch das Bedürfnis aus, dem subjektinhärenten Produktivitätsdrang zu folgen, »etwas schaffen zu müssen« (Koppetsch 2006b: 683). Pierre-Michel Menger spricht von »Einsatzbereitschaft« (Menger 2006: 28). Auf der Ebene des Subjektes bedeutet das Talent, wichtiger aber noch: eine Leidenschaft für die Sache. Dieses Berufsethos beschränkt sich allerdings nicht auf die Erwerbsarbeit, sondern ist in seinem Zugriff auf das ganze Subjekt bezogen, das heißt eben auch auf den Lebensentwurf, der sich als solcher durch den »Bruch mit Normalitäten und Konventionen« (Koppetsch 2006b: 684) auszeichnet. Das bedeutet eine Suche nach neuen Ausdrucksmöglichkeiten und zwar sowohl im Bereich der Erwerbsarbeit als auch der alltäglichen Lebenspraxis. Angesprochen ist damit ebenso eine Betonung der spezifischen, singulären Fähigkeiten des Subjekts, welches sich in steter Abgrenzung zum Anderen befindet, seien diese als Talent quasi schon prä-sozialisatorisch vorhanden oder durch intensive Arbeit an sich selbst hervorgebracht.<sup>43</sup> Diese Fähigkeiten (oder Kompetenzen) sind es, die in die Arbeit mit eingebracht werden (sollen) und durch deren Einbezug sich das Subjekt verwirklichen kann. Als Arbeitsethos beschreibt diese Hingabe zum Beruf, eine moralische Einstellung, die bestimmte Wertigkeiten bevorzugt, andere ablehnt. Als »konstitutives Außen« (Laclau, vgl. zum Begriff Reckwitz 2008d: 76f.) oder das »Kleine«, wie es Boltanski und Thévenot (2007: 197) nennen, gilt der angepasste Rollenspieler, der bürokratische Beamte, der nicht zu seinem inneren Kern vordringt, nur

---

gen (ebd.: 54ff.). Zur ausführlichen Rekonstruktion der Etablierung des Künstlers als moderner Subjekttypus vgl. Ruppert 1998. Nebenbei bemerkt ist dieser Erfolg des Künstlerischen aus der Sicht Boltanskis und Chiapellos das zentrale Problem für die Künstlerkritik, da das Ziel der Kritik vermeintlich erfüllt ist und die Kritik daher ins Leere läuft (Boltanski/Chiapello 2006: 506ff.).

43 Interessanterweise finden sich in den Interviews von Koppetsch beide Dimensionen (Koppetsch 2006a). Auch in meinen empirischen Daten lässt sich sowohl die Wichtigkeit von »Erlernem« und »Erfahrung« als auch die von »Talent« hervorheben.

›Dienst nach Vorschrift‹ vollzieht und sich durch die »Außengeleitetheit« (Riesman 1965: 35ff.) seines Charakters auszeichnet.

Zum zweiten Punkt: Was sind die Arbeitspraktiken, die aus dem künstlerischen Feld kommend, Einzug in andere Felder gehalten haben?<sup>44</sup> Zunächst sind es Praktiken des Anti-Routinierten, in der Arbeitsorganisation des Einzelnen oder des Kollektivs verankerte Abweichungen von der Alltäglichkeit des Gewohnten. Diese Abweichungen können sich beispielsweise auf die Organisation des Tages, einzelne Verfahren der Ideenfindung oder spezifische Formen der Zusammenarbeit in Gruppen beziehen. Allen voran sind das sogenannte »Kreativitätstechniken« (etwa das »Brainstorming«, »Osborn-Checkliste«, »Collective Notebook«; vgl. Pricken 2001) sowie das Nutzen organisationaler Freiräume zum inspirierenden Müßiggang, die Einzug in die Arbeitswelt halten (etwa Spaziergänge während der Arbeitszeit, organisationell verankerte Spielpausen, gemeinsame Ausflüge, vgl. brandeins 2007).<sup>45</sup> Die damit angesprochene Erosion der Trennung von Arbeit und Freizeit findet sich auch in den symbolischen Praktiken der Selbstbeschreibung, in den »signifying practices« (Hall 2003: 28), indem etwa die Inneneinrichtung, die Kleidung oder der Habitus explizit nicht an den Gewohnheiten der (White-)Collar-Worker orientiert ist, sondern sich an einer expressiven Individualität von Künstlern ausrichtet (vgl. für den Raum etwa Prinz 2012, zur Kleidung allgemein Purkhart/Mungenast 1998, den Anzug Bergbaur 1998, ebenso Florida 2002: 117ff.).<sup>46</sup> Darüber hinaus findet auch eine Verknüpfung und Verquickung einzelner Lebensbereiche in die andere Richtung statt, in Richtung einer Kolonialisierung der freizeitlichen Lebenswelt durch die Arbeit: So werden eben nicht nur sportliche Aktivitäten wie das Tischtennispiel oder der Tischfußball zu einem Bestandteil des Arbeitstages, sondern ebenso werden Aspekte der Arbeit auf die Freizeit ausgedehnt. Beispielsweise werden Konversationen (die viel beschworene »kommunikative Kompetenz«) auf abendlichen Veranstaltungen als »Netzwerken« zum wichtigen Bestandteil des Jobs.<sup>47</sup> In

---

44 Ob künstlerische Tugenden und Praktiken ›wirklich‹ Teil einer neuen Arbeitswelt geworden sind, ist auf Seiten der Kunstschaffenden selbst noch nicht entschieden (vgl. Von Osten 2007b, Knittler/Von Osten/Kastner 2009).

45 Interessanterweise geht dieses Betonung des Außeralltäglichen mit einer Veralltäglichung des Kreativen einher, indem die Normabweichung selbst zur Norm erhoben wird; dazu auch Bröckling 2007a: 174ff.

46 Hier wird deutlich, dass es sich bei der Migration von Symbolen und Praktiken in andere Bereiche nicht um eine einfache Übernahme, im Sinne einer originalgetreuen Kopie, handelt. Eher bieten künstlerische Praktiken und Ästhetiken ein Arsenal an Techniken und Symbolen, welche situativ adaptiert werden.

47 Gerade dem Aufbau und der Pflege informeller Beziehungsnetze wird im Kunst- und Kulturfeld eine große Bedeutung zugesprochen, zumal diese informellen Verfahren auch formelle Formen ersetzen.

beiderlei Hinsicht wird deutlich, dass der Kreative *potenziell* fortwährend mit Arbeit beschäftigt ist, auch wenn diese sich nicht zwingend als solche inszeniert.

Gleichzeitig heben mehrere Studien spezifische Praktiken der Selbstverortung und -positionierung auf dem Arbeitsmarkt als vormals vornehmlich künstlerische Arbeitspraktiken hervor (etwa Eikhof/Haunschild 2007, Manske 2007, Manske/Merkel 2008). So wird die Fähigkeit des Künstlers, sich auf unsicheren, stark wettbewerbsorientierten Märkten zu positionieren und mit den Ambiguitäten (z.B. hohe Auftragsfluktuation, oftmals prekäre Beschäftigung) des Feldes zurechtzukommen, inzwischen auch in anderen Wirtschafts- und Arbeitsbereichen identifiziert. Demnach treten weniger staatliche oder großorganisationelle Sicherungssysteme in Kraft, sondern es ist die Initiative der Einzelnen gefragt, sich auf dem Markt zu positionieren und zu behaupten – etwa durch Praktiken der Inszenierung und Darstellung von Kompetenz (vgl. Pfadenhauer 2003).<sup>48</sup>

Schließlich wird noch auf der Ebene der inhaltlichen Tätigkeit die Integration künstlerischer Praktiken in die Arbeitswelt hervorgehoben (etwa Loacker 2010: 113ff.). So wird beispielsweise die Bedeutung der sinn- und symbolproduzierenden Tätigkeiten im Postfordismus betont, ein Kompetenzbereich auch des Kunstfeldes. Eben diese Neuschöpfung und Umdeutung von Zeichen und Symbolsystemen wird, wie auch beim Symbolanalysten, den neuen Kultur- und Kreativwirtschaften, zum Beispiel Public Relations, Werbung, Architektur, als zentraler Kern zugesprochen (vgl. Hartley 2007b).

### **Immaterielle Arbeit im kognitiven Kapitalismus**<sup>49</sup>

Diese neue Bedeutung des Symbolischen für die Arbeitswelt betonen auch die italienischen Post-Operaisten, vor allem ist diesbezüglich Maurizio Lazzaratos (Lazzarato 1998a) Diskussion der Immaterialität von Arbeit der zentrale Referenztext.<sup>50</sup>

48 Siehe dazu ebenso das Kapitel 4 in der nachstehenden Analyse.

49 Gelegentlich wird in der soziologischen Diskussion beim Hinweis auf den Wandel der Industriegesellschaft zur Wissensgesellschaft auf den Begriff des »kognitiven Kapitalismus« verwiesen. Dabei ist der Status dieses Begriffs, der vornehmlich in der französischen Diskussion zu Tage tritt, nicht geklärt (vgl. Pahl 2007). Ganz allgemein wird damit, analog zum Konzept der Wissensarbeit, die herausgehobene Bedeutung von geistiger Arbeit betont. In diesem Sinne, als Verschiebung zentraler Produktionsfaktoren, soll der Begriff hier verwandt werden.

50 Es handelt sich beim (Post-)Operaismus um einen theoretischen Forschungs- sowie einen praktischen »Handlungsansatz«, da dieser zugleich das konzeptionelle, aber auch praktische Vokabular für eine »marxistische Erneuerungsbewegung« (Birkner/Foltin 2006: 11) bereitstellt. Seinen Ursprung hat der Operaismus in den italienischen Arbeiterkämpfen der 1960er Jahre, in denen die Fabrik als Kampfschauplatz, der Fabrikarbeiter als revolutionäres Subjekt und die Arbeit als soziales Feld der Auseinandersetzung angesehen wur-

Grundlage für die unterschiedlichen Positionen innerhalb der post-operaistischen Diskussion ist die eher deskriptive Beobachtung, dass manuelle Industriearbeit zurückgeht und die Beschäftigung im Dienstleistungssektor zunimmt, mithin zentrale Kategorien marxistischer Ökonomie- und Gesellschaftsanalyse infrage gestellt werden. Dabei wird die

»Ökonomie der physischen Produktion [gemeint ist hier fordistische Fabrikarbeit, H.K.] [...] abgelöst durch eine immaterielle Ökonomie der Information, dominiert vom quartären Sektor, der insbesondere die Finanz- und Kommunikationsleistungen für die Unternehmen, entsprechend den neuen Anforderungen der Produktion in den globalen Städten, neu ordnet« (Moulier-Boutang 1998: 13).

Die neue, post-fordistische Ökonomie ist also ein urbanes, globales, gleichsam kapitalistisches und hoch kommunikatives Unterfangen. Eine derart konzipierte Ökonomie bedingt auch einen neuen Begriff der Ware Arbeit. Dies ist der Ausgangspunkt von Lazzaratos Überlegungen (Lazzarato 1998a: 39). Sein Begriff von Arbeit verweist zum einen auf eine »informationelle Seite der Ware« (ebd.). Er bezieht sich damit auf die Ebene des Produkts und der Produktion, welche immer mehr von Information und Wissen abhängig sind. Daneben, wie auch schon bei der Figur des Künstlers oder beim Modell des Kreativsubjekts herausgestellt, sind mit dem Begriff der immateriellen Arbeit neue Arbeitstätigkeiten angesprochen, die vornehmlich im Feld symbolischer Arbeit anzusiedeln sind. Gemeint sind jene Berufe, »die im Bereich kultureller und künstlerischer Normen operieren, die auf Moden, Geschmack und Konsumgewohnheiten Einfluß nehmen oder die, strategisch gesprochen, die öffentliche Meinung bearbeiten« (39f.). Diese »kulturelle Seite« (ebd.)

---

de. Das Kürzel »Post-« verweist auf die Ausweitung operaistischer Konzepte auf weitere Bereiche des sozialen Lebens über die Fabrik und den Fabrikarbeiter hinaus. In diesem Kontext setzt auch eine Internationalisierung operaistischer Forschung (seit den 1970er Jahren) ein. Vor allem durch das von Antonio Negri und Michael Hardt verfasste Buch »Empire« (2003) wurde eine theoretische Weiterentwicklung erreicht und neue Diskussionszusammenhänge erschlossen. Den zentralen theoretischen Referenzrahmen der Post-Operaisten bilden (neo-)marxistische Konzepte, von Karl Marx (neben allgemeinen marxistischen Kategorien ist es etwa das Konzept des »general intellect«) über Antonio Gramsci und dessen Konzept der Hegemonie bis hin zu Antonio Negris »Multitude« und Michael Hardts »affektiver Arbeit«. Im Zusammenhang der vorliegenden Untersuchung interessiert weder die verzweigte Entstehungs- und Rezeptionsgeschichte des Operaismus, noch die breite theoretische Diskussion. Vielmehr sind die Ergebnisse postoperaistischer Forschung, also die Deutungen und Analysen zeitgenössischer Arbeiterwelten, von Interesse. Einführend zum Themenfeld des Postoperaismus seien Negri et al. 1998 sowie Birkner/Foltin 2006 empfohlen.

lasse sich nicht auf den ersten Blick als Arbeit identifizieren, da sie im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft, »also etwa in den Bereichen der audiovisuellen Industrien, der Werbung und des Marketing, der Mode, der Computersoftware, der Fotografie, der künstlerisch-kulturellen Tätigkeit im allgemeinen etc.« (ebd.: 46), operieren und auf einer immateriellen Ebene agieren – entsprechend mit der klassischen Trennung von Hand- und Kopfarbeit resp. in der Terminologie von Lazzarato »manueller« und »intellektueller« Arbeit nicht erfasst werden können. Diese immaterielle Dimension der Arbeit bezieht sich sowohl auf die kommunikativ-symbolischen Kompetenzen als auch auf die Subjektivität der Arbeitenden, was, wie auch von anderen Ansätzen betont wurde, bedeutet, dass das Individuum und seine spezifischen Fähigkeiten als zentraler Bestandteil des Arbeitsprozesses herausgehoben werden. Dieses greift aktiv gestaltend in die Arbeitsorganisation ein, wobei es von einer Art Pflicht zur Kommunikation und Kooperation getrieben ist. Diese Autonomie der aktiven Gestaltung von Arbeitsprozessen ist aber nicht nur ein Freiheitsversprechen, sondern zugleich an Formen unternehmerischer Kontrolle rückgebunden (ebd.: 44).

Nach Lazzarato treffen bei den Formen immaterieller Arbeit intellektuelle Fähigkeiten und handwerkliche Fertigkeiten zusammen und werden in einem unternehmerischen Sinne in eine kooperative Arbeitsumgebung gebracht. Der klassische fordistische Produktionszyklus löst sich aus seiner industriellen Umgebung und etabliert sich in »Netzwerken« und »Strömen« (ebd.: 46). Derartige kooperative Arbeitsumgebungen umfassen sowohl Organisationsformen wie beispielsweise Team- oder Projektarbeit und bezeichnen gleichzeitig ein spezifisches Verhältnis zum Konsumenten. Dabei ist es gerade die Kommunikation, welche zur zentralen Ressource post-fordistischer Ökonomie avanciert. Sie wird durch die immaterielle Arbeit modelliert, verändert, innoviert, da gerade auf kommunikativer und symbolischer Ebene neue Märkte erschlossen werden. Die Produktion verschiebt sich hin zu »Vermarktung, Werbung und Investment« (Lazzarato 1998b: 55). Gleichwohl geschieht dieser Einfluss nicht nur auf der Ebene von Zeichen, sondern hat prägenden Charakter für die Bedürfnisse und Geschmäcker der Konsumenten. Hier weist Lazzarato auf einen interessanten Doppeleffekt der Waren der post-fordistischen Ökonomie hin. Die symbolisch erschaffenen Bedürfnisse sind nicht nur durch Kommunikationen geformt, sondern eben diese Formen werden durch Kommunikation begründet:

»Eine Besonderheit der von der immateriellen Arbeit hervorgebrachten Ware, das heißt ihr Gebrauchswert, der im wesentlichen auf dem ›Wert‹ des informativ-kulturellen Inhalts beruht, besteht darin, daß er nicht im Akt der Konsumtion zerstört wird, sondern daß er das ideologische und kulturelle Milieu der Konsumierenden erweitert und verändert, ja sogar erst schafft« (Lazzarato 1998a: 48).

Dieser Zusammenhang führt Lazzarato dazu, den modernen Staatsbürger in erster Linie als Konsumenten zu definieren, der in einem »gesellschaftlichen Verhältnis [von] Innovation, Produktion und Konsumtion« (ebd.: 48) steht. Arbeit wird in Anlehnung an einen marxistischen Arbeitsbegriff als Produzent eines gesellschaftlichen Verhältnisses angesehen: »Arbeit produziert nicht nur Waren, sondern vor allem ein soziales Verhältnis, das Kapital« (ebd.). So löst sich die Trennung von Verwertungs- und Produktionsprozess immer stärker auf. Der Konsument wird notwendiger Bestandteil des Produktionsprozesses, da ihm symbolische Angebote unterbreitet werden und dieser ebendiese wieder einfordert. »Immaterielle Produzentinnen und Produzenten [...] sorgen dafür, daß eine Nachfrage befriedigt wird, und zur gleichen Zeit schaffen sie diese Nachfrage« (Lazzarato 1998b: 58). Diese Verknüpfung von Produktion und Konsumtion ist der zentrale Motor für den Einsatz von Subjektivität, welche wiederum die Voraussetzung der Schaffung neuer Produktwelten bildet (ebd.: 59). Denn der Konsument soll in seinen subjektiven Geschmacksgewohnheiten angesprochen resp. diese durch das Konsumangebot eröffnet werden. Gleichzeitig fließen aber auch in die Produktion der Konsumgüter die subjektiven Fähigkeiten der Produzenten ein. Dieser »doppelte Einsatz von Subjektivität« (ebd.) betont eine affektive Dimension der Produkte.

Dies greifen Michael Hardt und Antonio Negri (Hardt/Negri 2003: 304) mit ihrem Begriff der »affektiven Arbeit« auf. Affektive Arbeit bildet eine Seite immaterieller Arbeit, neben einer informationellen, die auf die Bedeutung von Wissen und Information abzielt (vgl. ebd.: 291ff.). Affektive Arbeit zielt auf die Herstellung und Handhabung von affektiven, emotional positiv besetzten Momenten: »ein Gefühl des Behagens, des Wohlergehens, der Befriedigung, der Erregung oder der Leidenschaft, auch der Sinn für Verbundenheit oder Gemeinschaft« (Hardt 2002). Dies geschieht in der Regel im »zwischenmenschlichen Kontakt« (ebd.) – sei dieser persönlich unter Anwesenden oder rein virtuell. Neu ist an diesem Einbezug affektiver Komponenten in den Arbeitsprozess weniger der Umstand, dass es auch Arbeit an Emotionen gibt resp. die Herstellung affektiv-aufgeladener Situationen auch im Kontext von (Erwerbs-)Arbeit<sup>51</sup> angegangen wird, etwa im Bereich der Fürsorge existiert dies schon lange:

»Was wirklich neu ist, ist der Grad, in dem die affektive immaterielle Arbeit produktiv für das Kapital gemacht und in weiten Bereichen der Ökonomie verallgemeinert wurde. Tatsäch-

---

51 Hier setzt die feministische Kritik am Konzept der affektiven Arbeit an. Diese weist darauf hin, dass solche emotionale Arbeit nicht erst in der Gegenwartsgesellschaft aufkommt, sondern von Frauen schon sehr lange, etwa im Kontext unentgeltlicher Hausarbeit, verrichtet wird. Zur kurzen Zusammenfassung dieser Kritik vgl. Schultz 2009, zur mikrologischen Einsicht in die (affektiv) komplexe Arbeit in und am Haushalt vgl. die Ethnografie von Sabine Hess (2005).

lich ist die affektive Arbeit als eine Komponente der immateriellen Arbeit in eine dominante Position mit höchster Wertschöpfung innerhalb der gegenwärtigen informationellen Ökonomie eingerückt« (ebd.).

Dies bedeutet, dass innerhalb der postfordistischen Ökonomie die Herstellung von Affekten einen zentralen Aspekt der Arbeitstätigkeit bildet und zwar nicht nur in einigen ausgewählten Arbeitsfeldern wie etwa dem Gesundheitswesen, sondern für das »gesamte Arbeitskräftepotenzial, [...] als eine Komponente mehr oder weniger aller Arbeitsprozesse« (ebd.) gilt.<sup>52</sup>

### **Die Wissensarbeit und der »Knowledge Worker«**

Abschließend gilt es eine Form wissensbasierter Arbeit in den Blick zu nehmen, welche in der soziologischen Diskussion große Aufmerksamkeit erhält. Die Debatte um den Wissensarbeiter wurde vornehmlich durch den Managementtheoretiker Peter F. Drucker und die Diskussion um die Transformation der Industrie- zur Informations- resp. Wissensgesellschaft angestoßen (vgl. Steinbicker 2011). Dieser Wandel bildet den Hintergrund vor dem der Wissensarbeiter seine neue zunächst ökonomische und drauf aufbauend gesamtgesellschaftliche Bedeutung erhält. Wissen, so lässt sich die Kernthese um die »Knowledge Work« (Drucker) zuspitzen, wird zur zentralen Ressource des Wirtschaftens im Allgemeinen und dem Inhalt der Tätigkeit im Besonderen (vgl. Drucker 1993: 18). Wissen löst Boden (bzw. natürliche Rohstoffe), Kapital und Arbeit(skraft) als die zentralen Produktionsmittel ab.<sup>53</sup> Dies bedeutet keine vollständige Entkoppelung von diesen Ressourcen, aber wohl eine massive Verschiebung hin zu Wissen als zentralem Produktionsmittel, über das Wertzuwachs generiert werden kann: »Wertzuwachs entsteht heute aus der ›Produktivität‹ und der ›Innovation‹. [...] Die führende gesellschaftliche Gruppe der Wissensgesellschaft werden die ›Geistesarbeiter‹ stellen: Wissensführungskräfte, die in der Lage sind, Wissen produktiv einzusetzen« (ebd.: 19). Die Tätigkeit dieser

52 Bei Negri und Hardt ist die Dimension des Affektiven vordergründig auf den Inhalt und das Ziel der Tätigkeit bezogen. Dass affektive Arbeit aber auch affektive Arbeit am Selbst (und nicht am Anderen) sein kann, wurde von den Autoren vernachlässigt.

53 In dieser Verschiebung begründet sich die Drucker'sche These vom *Post-Kapitalismus*. Denn dadurch, dass der Wissensarbeiter über die Produktionsmittel (eben Wissen) verfügt, kann er sozial aufsteigen. Seine Stellung für den Produktionsprozess verändert sich, da hier Produktionswerkzeuge und Produktionsmittel im Besitz der Produktivkräfte sind (vgl. Drucker 1993: 19, 64ff., 99ff.). Die Produktion ist nicht mehr in erster Linie vom Kapitalisten abhängig. Dadurch ändert sich auch die – so Drucker – den Kapitalismus durchdringende Klassenstruktur und der alte Klassengegensatz zwischen den besitzlosen Arbeitern (den Produktivkräften) und den Kapitalisten als den Besitzern der Produktionsmittel löst sich immer mehr weiter auf.

Arbeitselite bezeichnet Drucker als Wissensarbeit und bestimmt dies näher als die »Anwendung von Wissen auf die Arbeit« (ebd.). So fließen neue Erkenntnisse der chemischen, biologischen oder (quanten-)physikalischen Forschung in die Arbeit ein, indem neue Maschinen oder Produktionsabläufe erstellt werden, wozu aber diese neuen Erkenntnisse ebenso via Wissen in Arbeit übersetzt werden müssen. Die wissenschaftlichen Erfindungen selbst reichen dazu nicht aus. Es braucht wiederum Wissen der Praktiker, um diese Erfindungen in die Arbeitspraxis zu integrieren. Dies zu ermöglichen, ist vordergründig die Aufgabe des Managers: Der Erfolg des Managements als eine Form des Organisierens hängt von der »Anwendung und [...] Produktivität von Wissen« (ebd.: 73) ab. Der Manager als der Prototyp des Wissensarbeiters sorgt dafür, dass das Wissen in der Organisation, die keineswegs ein wirtschaftliches Unternehmen sein muss, zur Lösung von Aufgaben eingesetzt wird. »Knowledge workers are viewed as people who interpret and apply information to create and provide new solutions that add value to the organisation« (Frenkel et al. 1995: 779). Der Wissensarbeiter selbst bleibt aber in Druckers Konzeption unterbestimmt (Steinbicker 2011: 47, ebenso Willke 1998). Er konzipiert diesen in erster Linie als »Kopfarbeiter« und rückt ihn damit, wie schon bei Frederick Winslow Taylor, in Opposition zum Handarbeiter, der der idealtypischen Figur des fordistischen Fabrikarbeiters entspricht.<sup>54</sup> Auch wenn sich verschiedene nachfolgende Studien dieser Trennung nicht explizit anschließen, betonen aber alle Analysen zur Wissensarbeit die große Bedeutung immaterieller Ressourcen.<sup>55</sup> Dies geht mit einer Zunahme symbolischer Arbeit und personenbezogener Servicearbeit sowie einer Abnahme bzw. Stagnation produktiv-materieller Tätigkeiten einher (vgl. Frenkel et al. 1995, Willke 1998). In diesem Zusammenhang heben etwa Steve Frenkel et al. (Frenkel et al. 1995) die Bedeutung theoretischen Wissens und von Kreativität als anthropologische sowie analytische und soziale Fähigkeiten hervor. Dabei sind es vornehmlich Informationen, die der Wissensarbeiter verarbeitet, in neue Kontexte stellt, mithin anwendet. Dies unterscheidet ihn von einem Routinearbeiter, der vornehmlich kontextuelles (Erfahrungs-)Wissen gebraucht und repetitive Tätigkeiten ausführt (Frenkel et al. 1995: 781). Der Wissensarbeiter hingegen sieht sich unterschiedlichen (eben nicht gleichförmigen) Aufgabenstellungen gegenüber, die den

---

54 Der Begriff »Kopfarbeiter« ist auch die ursprüngliche deutsche Übersetzung von »Knowledge Worker« (vgl. Steinbicker 2011: 29).

55 Es wird im empirischen Analyseteil zu sehen sein, dass eine solche Konzeption des Arbeitens zu kurz greift, schließlich ist auch kognitive und intellektuelle Arbeit körperliche, mithin auch händische Arbeit; auch wenn sich diese Körperlichkeit nicht so eindeutig explizieren mag wie beim frühen Industriearbeiter, etwa beim Fabrikarbeiter in Adolph Menzels Eisenwalzwerk. Zur visuellen Darstellung von Arbeit in der Kunst vgl. Türk 2000, in der Alltagskultur vgl. Betz/Riegler 2003.

reflexiven Einsatz intellektueller und theoretischer Kenntnisse verlangen.<sup>56</sup> Wissensarbeit vollzieht sich über personenbezogene Tätigkeiten: Zum einen, da diese von Personen und nicht Maschinen ausgeführt werden. Mithilfe von Maschinen werden einfache, wiederholbare Tätigkeiten vollzogen, während komplexe, reflexive Zusammenhänge zu einem großen Teil immer noch von Menschen bearbeitet werden (Willke 1998: 163). Zum anderen verfügen spezifische Personen über spezifisches individuelles Wissen, welches sie sich im Laufe ihrer beruflichen Laufbahn angeeignet haben. Neben der Differenzierung unterschiedlicher Arten des Wissens schlagen Frenkel et al. (Frenkel et al. 1995: 782) Kreativität und intellektuelle Fähigkeiten als maßgebliche Bestimmungspunkte von Wissensarbeit vor. Kreativität bezieht sich in einem allgemeinen Sinne darauf, inwieweit eine originelle Idee formuliert, getestet, verändert und verstehbar gemacht wurde. In ihren Beispielen verfügt ein Architekt in seinem Beruf über eine sehr hohe, der Kundenbetreuer am Telefon über eine geringe Kreativität (ebd.: 781ff.).<sup>57</sup> Die Kategorie der intellektuellen Fähigkeiten (»intellective skills«), neben sozialen (»social«) und handlungsbezogenen (»action-centered«), bezieht sich auf die Fähigkeit der Wissensarbeiter, abstrakte Zusammenhänge zu erkennen und zu analysieren, problemorientierte Schlussfolgerungen zu ziehen, synthetisierendes und systemisches Denken anzuwenden (ebd.: 780). Auch wenn der Eindruck entsteht, dass Wissensarbeit vornehmlich akademische Jobs auf der Leitungsebene umfasst, vollzieht sich der Trend zur Wissensarbeit resp. der Wissensförmigkeit von Arbeit auf zahlreichen Tätigkeitsfeldern und -ebenen. Auch die Arbeit im Callcenter kann den Einsatz von reflexivem Wissen (und nicht nur Routinetätigkeiten) erfordern, wenn etwa ein seltenes Problem gelöst werden muss (beispielsweise bei Technikhotlines), ebenso kreatives Handeln bedingen, wenn das Skript auf dem Computer nicht mit dem Inhalt des Gespräches in Einklang gebracht werden kann und schließlich intellektuelle Fähigkeiten notwendig machen, wenn etwa ein besonderes Gespür für die Identifizierung des Problems vonnöten ist.

Als modernes Phänomen wird Wissensarbeit nicht auf der Ebene personalen Wissens verortet, sondern gleichsam mit einer spezifischen Form der Organisation verknüpft (Willke 1998). Diese »intelligenten Organisationen« (ebd.: 161) basieren im Wesentlichen auf einer Steuerung über Wissen und Expertise (und weniger über

56 Dass hochkomplexe Tätigkeiten wie etwa die Entwurfsarbeit oder die Generierung neuer Ideen auch zahlreicher Routinen bedürfen, wird ebenfalls im Analyseteil der Untersuchung detailliert nachzuvollziehen sein.

57 Vgl. zu einem empirisch konträren Ergebnis die Studie zum kreativen Handeln in Callcentern von Ursula Holtgrewe 2006. Holtgrewe geht im Gegensatz zu Frenkel et al. von einem anthropologischen Kreativitätsbegriff aus. So kann sie zeigen, dass die Tätigkeiten am Telefon im Callcenter ständiger Anpassungen der vorgegebenen Routinen und Schemata bedürfen (ebd.: 163ff.).

formale Hierarchien). So entstehen Formen organisationalen Wissensmanagements, die zentral auf organisationelles Lernen abstellen. Team- und Projektarbeit wären hierfür Beispiele. Die Zusammensetzung der Projektteams etwa wird durch den Zwang der Aufgabe, besser: der (intellektuellen) Ressourcen zur Lösung dieser Aufgabe, bestimmt und nicht zwingend durch eine hierarchisch-bürokratische Organisation. Dass dies gleichwohl geschehen kann, wurde verschiedentlich dargestellt (vgl. Kühl 1998).

### **Zusammenfassung**

Resümiert man die hier vorgestellten Subjekttypen und die damit implizierten Entwicklungen in der Arbeitswelt, lassen sich gemeinsame Merkmale auf verschiedenen Ebenen herausstellen: auf der Ebene des Produktes, des Arbeitssubjekts und der Organisation. Wie schon bei der Auswahl und der Rekonstruktion der unterschiedlichen Ansätze, ist diese Zusammenfassung getragen von der Konturierung eines (kulturalistischen) Modells von Arbeit, dessen Geltungsanspruch weniger auf seine sozialstatistische Repräsentation, als vielmehr auf die Hervorhebung eines Idealbilds zeitgenössischer Erwerbsarbeit abhebt. Dieses Modell des Arbeitens möchte ich im Folgenden als *Kreativarbeit* bezeichnen, womit eher eine Heuristik als eine bis zuletzt trennscharfe analytische Kategorie bezeichnet ist. Die vorgestellten Studien lassen sich somit als Hinweisgeber auf einzelne Merkmale eines solchen Modells von Kreativarbeit verstehen. Dabei umfassen sie allerdings jeweils für sich genommen immer nur einzelne Aspekte. Erst in der gemeinsamen Lektüre dieser unterschiedlichen Ansätze lässt sich ein solches Modell bestimmen:

*Produkt:* Folgt man den vorgestellten Analysen erscheint die Arbeitswelt nach der organisierten Moderne zunächst post-industriell geprägt, als eine volkswirtschaftliche Konstellation, in der der Bereich der Dienstleistung gegenüber dem ersten und zweiten Sektor, namentlich der Industrie und Landwirtschaft, deutlich zunimmt.<sup>58</sup> In diesem Zusammenhang wird eine Ressourcenverschiebung von industriell dominierten Produktionsmitteln hin zu Wissen, Kreativität, Umgang mit Symbolen und anderen immateriellen Aspekten verzeichnet. Arbeit in der Gegenwartsgesellschaft betont die kognitiven und kreativen Leistungen der Produktion und zwar sowohl auf der Ebene der Produkte selbst – es gibt etwa immer mehr immaterielle Produkte, bei denen die konzeptionelle Entwicklung den Kern ausmacht sowie eine inhaltliche und symbolische Dimension den Wert bestimmt – als auch auf der Ebene der Arbeitstätigkeiten. So nehmen diejenigen Tätigkeiten, die für die Identifikation, Interpretation und Verknüpfung von symbolischen Inhalten gefordert sind, stetig zu; sei dies in der PR- und Werbeindustrie, auf dem Finanzmarkt oder im Bereich der Softwareentwicklung. Zugleich liegt der Fokus auf innovativen oder

---

58 In der Arbeitssoziologie wird dieses Phänomen unter dem Stichwort »Tertiärisierung« diskutiert (vgl. Jacobson 2010).

kreativen Produkten, die als Lösungen aktueller (Absatz-/Wirtschafts-/)Krisen imaginiert werden. Entsprechend arbeiten Kreativarbeiter beständig an der Kreation von Neuem, wobei diese Suche nach dem Originären nicht als Selbstzweck, sondern als Fortschritt erscheint. Dabei werden die kreativen Produkte nicht nur auf Seiten der Produzenten gefertigt, sondern erhalten häufig erst durch den Prozess des Konsumierens ihre eigentliche Form. Gleichermaßen reagieren wieder Produzenten auf diesen Einfluss der Konsumenten, sodass sich die fordistische Trennung zwischen (massenorientierter) Produktion und (massenkonformer) Konsumtion auflöst. Schließlich verfügt das Produkt, entgegen seines technikzentrierten und funktionalistischen Gebrauchswertes in der organisierten Moderne, über eine symbolisch-ästhetische Dimension, die eine, wenn nicht sogar die zentrale Qualität und den zentralen Wert ausmacht. Ob eine Ware Erfolg auf dem Markt hat, liegt demnach nicht nur daran, zu was diese faktisch befähigt (schnelleres Rasenmähen, sauberes Wasser, besseres Fernsehbild), sondern maßgeblich auch daran, welchen (symbolischen) Mehrwert sie dem Kunden verspricht und welche affektive Verbindung sie erlaubt.<sup>59</sup> Diese symbolischen und ästhetischen Qualitäten zu entdecken, hervorzuheben und zu betonen, ist eine Aufgabe, für die die oben beschriebenen Ansätze kreative Fähigkeiten reservieren. Die Bedeutung von Kreativität für die Produktion wird von manchen Autoren sogar noch höher eingeschätzt als etwa Wissen: »Nicht Wissen ist also die wichtigste Ressource der Wissensgesellschaft, sondern der erzeugende Prozess: menschliche Kreativität und Initiative sowie ein Institutionengefüge, welche[s] sie nahtlos stützt« (Moldaschl 2007: 137).<sup>60</sup>

*Arbeitssubjekt:* Den rekonstruierten Ansätze folgend, lässt sich auf der Ebene der Arbeitenden zunächst ein erhöhter Anteil an erwerbstätigen Frauen (Feminisierung), eine Zunahme an höheren Bildungsabschlüssen (Akademisierung) sowie eine Diversifizierung von Erwerbsformen (Flexibilisierung) verzeichnen. Das zeitgenössische Arbeitssubjekt gerät als Besitzer seiner spezifischen subjektiven Arbeitskraft in eine Marktabhängigkeit, die es zwingt, sich und seine Kompetenzen in einer Wettbewerbssituation anzubieten und sich damit als Unternehmer seiner eigenen Arbeitskraft zu positionieren. Dies bedingt eine Selbst-Kontrolle, Selbst-Rationalisierung sowie Selbst-Ökonomisierung. Entgegen tayloristischer Produktionsparadigmen rücken im Postfordismus die eigenen Fähigkeiten und Fertigkeiten ins Zentrum der Produktion. Zum einen erfährt sich das Arbeitssubjekt so als autonom, zum anderen referiert diese Autonomie auf eine umfassende Form von Selbst-

59 Zur Analyse der Wertzuschreibung und Fixierung innerhalb der Creative Industries vgl. Hutter 2011.

60 Und Angela Mc Robbie (2007) weist darauf hin, dass Kreativität der Bedeutung nach an die Stelle von Wissen tritt, da letzteres – vorrangig intellektuelle kritische Arbeit – im Gegensatz zu den »kreativen Energien der neuen KulturproduzentInnen« (90) eine alte Form von Arbeiten propagiere.

kontrolle. Dabei ist der Zugriff auf das Arbeitssubjekt total, da alle Bereiche des Lebens potenziell ökonomisch verwertbar erscheinen. Urlaub etwa wird strategisch gelegt, um die Reproduktion der Arbeitskraft mit einem Sprachkurs zu verbinden. Auch im Arbeitsalltag verschwinden die Grenzen zwischen den Sphären der Freizeit und Arbeit. Dies kann zu einer Usurpation der Freizeit durch die Arbeit führen, gleichzeitig aber auch neue zeitliche und räumliche Verknüpfungen schaffen (Teleheimarbeit, Vertrauensarbeitszeit, Sabbaticals usw.). Diese (vermeintlich) freiheitlichen Arbeitsbedingungen, vor allem im Bereich neuer Professionen im Sektor der Kultur- und Kreativwirtschaft, führen außerdem zu höchst unterschiedlichen Einkommensniveaus (vom »armen Kreativen« bis zum »erfolgreichen Agenturinhaber«), Erwerbsformen (etwa Soloselbstständigkeit, Scheinselbstständigkeit, diverse Formen von Teilzeitanstellungen) und prekären Beschäftigungen. Sie bedingen einen *Arbeitsstil*, der auf der einen Seite durch Lust, Spaß und Emanzipation am Arbeitsplatz gekennzeichnet ist. Auf der anderen Seiten wird dies jedoch von den oben zitierten Ansätzen auch als Zwang, als Unsicherheit, als Risiko gewertet. Gleichzeitig verknüpft sich Arbeiten mit einem besonderen *Lebensstil*, der das romantische Ideal einer Selbstverwirklichung und Selbsterfüllung betont und somit an das Bild des kreativen Künstlers anschließt. Diese besondere affektive Bindung an die Tätigkeit bleibt nicht nur auf diese identitäre Ebene beschränkt, sondern der Vollzug der Arbeit selbst wird seiner vermeintlichen Affektneutralität beraubt und hoch affektiv aufgeladen; beispielsweise auf Ebene der Tätigkeiten, wenn es darum geht, das Gegenüber positiv zu affizieren, wozu sich beispielsweise ein großer Teil der Dienstleistungsarbeit zählen lässt. Die Arbeit bleibt weiterhin ein zentraler Aspekt der Selbst- und Lebensführung, vielleicht sogar deutlicher noch als in der organisierten Moderne, da die Bereiche der Arbeit und Freizeit nicht mehr trennscharf voneinander abgrenzbar sind. Diese Vermischung macht auch nicht vor einer körperlichen Dimension Halt. Kleidung, Gang, Ausdrucksweise, kurzum der Habitus der Personen lässt sich keinem der beiden Bereiche zwingend und ausschließlich zuordnen. Ebenso verfügt das Arbeitssubjekt des Postfordismus über spezifische Fähigkeiten, allen voran die Fähigkeit zur Neuschöpfung. Kreativsein wird zu einer zentralen Kompetenz eines hegemonialen Subjektmodells. Sei dies über die Nutzung sogenannter Kreativitätstechniken, die organisationale Konfigurationen oder die Eingebung der Personen selbst – die Fähigkeit Neues (Ideen, Symbole, Produkte) hervorzubringen macht den Kompetenzkern zeitgenössischer Arbeitssubjekte aus. Gleichmaßen rücken Kompetenzen der Selbstoptimierung und -positionierung auf einem (beruflichen) Markt in den Fokus sowie Fertigkeiten des Kontingenz- und Risikomanagements auf unsicheren Arbeitsmärkten.

*Organisation:* Schließlich beschreiben die rekonstruierten Ansätze ein besonderes kooperatives Gefüge, welches sich deutlich von der tayloristischen Organisation unterscheidet. Entgegen dieser ist die zeitgenössische Organisation weniger bürokratisch, stärker auf Kooperation und Kommunikation bezogen und temporal sowie

lokal flexibel. Räumliche und zeitliche Arrangements ordnen sich den inhaltlichen Vorgaben unter, bis zum täglichen Wechsel des Schreibtisches (die sogenannte ›mobile desk policy‹). Dabei ist das Projekt die zentrale Organisationsform. In dieser werden einzelne Positionen für die Zeit des Projektes festgelegt und nicht per se auf Dauer gestellt wie etwa in hierarchischen Organisationen. Gleichzeitig werden Organisationen (zumindest auf mittlerer Leitungsebene) dezentralisiert und in Netzwerken zusammengefasst, die nicht der Weisungsbefugnis, sondern vorrangig der Problemorientierung verpflichtet sind. Dies führt zu einem hohen Tempo der Arbeit sowie der Organisationsabläufe und der Organisationsbildung. Als marktorientierte Unternehmen reagieren die Organisationen mit befristeten Verträgen und ausgelagerten Abteilungen kurzfristig auf etwaige Veränderungen. Dabei gilt auch für die Unternehmen am Markt eine radikale Innovationsorientierung. Diese versuchen ihre Strukturen beständig so zu arrangieren, dass ihnen eine möglichst kreative Art der Arbeit und innovative Reaktion auf Markterfordernisse gelingen möge.

Ein so umrissenes Modell von Kreativarbeit beschreibt eine spezifische Art des (beruflichen) Tätigseins, welches die Erwerbsarbeit dezidiert an der Hervorbringung von Neuem orientiert und nicht zuletzt damit einen Strukturbruch mit der vorherigen Arbeitspraxis der organisierten Moderne markiert (ebenso Pratt/Jeffcutt 2009a: 265).<sup>61</sup> Kreativarbeit präferiert demnach gewisse Formen der Organisation, der Produktion und der Arbeitssubjekte.

Eine derart orientierte Makroperspektive ermöglicht die abstrakte Beschreibung zeitgenössischer Erwerbsarbeit. Dieser distanzierte Blick hat den Vorteil, dass sich

---

61 Kreativarbeit ist damit nahe an dem, was in Teilen der aktuellen arbeitssoziologischen Diskussion mit ›Innovationsarbeit‹ beschrieben wird (vgl. Böhle/Orle/Wagner 2012, Böhle/Porschen/Neumer 2012, Moldaschl 2007). Auch dabei handelt es sich um eine spezifische und, zumindest implizit, neue Form zeitgenössischer Erwerbsarbeit. Gleichzeitig werden mit dem Begriff der Kreativarbeit aber andere Schwerpunkte hervorgehoben: So wird bei der neueren Innovationsforschung weniger auf die kulturelle Dimension des Arbeitshandelns abgestellt. Wohl geht es auch um die praktische Hervorbringung von Innovationen, aber weniger aus der Perspektive einer konstruktivistischen Kultursoziologie, die Kreativität oder Innovation als spezifisch, historisch-kontingente Praxisform resp. als besondere Semantik versteht, sondern um eine ›ontologische‹ Dimension von Arbeit. Dies manifestiert sich in einem weiteren entscheidenden Unterschied: Kreativarbeit hebt stärker auf eine ästhetische Dimension von Arbeit und ihren Produkten ab und kommt damit dem Phänomen eines ›ästhetischen Kapitalismus‹ (Reckwitz 2012: bspw. 37), einer ›economy of signs and space‹ (Lash/Urry 1994) meines Erachtens näher. Innovationsarbeit scheint mir hingegen stärker, auf einen wissenschaftlichen Technizismus zu verweisen. Beide Ansätze allerdings betonen eine vernachlässigte Dimension von Erwerbsarbeit – das Antirationale, das Nichtroutinierte, das Neue und versuchen so eine Lücke in der bisherigen Konzeption von Arbeit zu schließen.

zentrale übersituative Phänomene vereinfachend bündeln und von historisch vorgängigen Formen abgrenzen lassen. Zugleich aber bleiben wichtige Aspekte unterbelichtet. So ist aufgrund der voranstehenden Studien wenig über die konkrete Situation des Arbeitens selbst ausgesagt. Wohl lässt sich viel erfahren über die diskursive Verfasstheit eines kreativen Subjektmodells, über die grobe Organisationsform kreativer Firmen oder über die Produktionsweisen und die Produkte im Allgemeinen. Die spezifische und situative Arbeitspraxis hingegen bleibt im Dunkeln. Kreativarbeit aber offenbart sich dem Beobachter ebenso als ein Geflecht konkreter Praktiken und diverser Materialitäten. Wie bereits einleitend verdeutlicht, muss die Frage nach der Gestalt kreativer Arbeit nicht nur historisch und makrologisch, sondern zugleich gegenwartsbezogen und mikrologisch beantwortet werden.<sup>62</sup> Denn gerade in der konkreten Figuration gegenwärtiger Erwerbsarbeit lässt sich das Phänomen der Kreativarbeit näher bestimmen. Gleichzeitig bietet die Ebene der Arbeitspraxis einen Erklärungsansatz, der sich von den diskursiven Zuschreibungen abhebt, ohne zugleich diese Bestimmungen zu vernachlässigen. Wenn nun etwa von Projekt- oder Teamarbeit, dem kreativen Arbeitssubjekt oder kreativen Produkten die Rede ist, dann kann über die Analyse der Praktiken kreativen Arbeitens nachvollzogen werden, wie sich eine solche Strukturierung von Arbeit konkret darstellt; das heißt, wie sie sich materialisiert, praktisch hervorgebracht wird und kontextuell stabilisiert.

Bevor allerdings die ethnografische Analyse der Arbeitspraktiken in den Fokus rückt, ist ein spezifischer Wirtschaftsbereich näher zu konturieren. Denn obwohl sich Kreativarbeit, als eine erstrebenswerte eigenständige Form von Arbeit darstellt, die durchaus Vorbildcharakter für verschiedene Wirtschaftsbereiche hat, wie etwa die Diskussion um den Künstler als zukünftiges Arbeitsmodell gezeigt hat,<sup>63</sup> lässt sich ein Kernbereich identifizieren, in dem die beschriebenen veränderten Arbeits- und Lebensbedingungen eine zentrale Bedeutung einnehmen und der als ökonomisches wie auch arbeitspraktisches Zentrum von Kreativarbeit angesehen werden kann – die Kultur- und Kreativwirtschaft.

---

62 Wie zu sehen sein wird, lässt sich mit der Praxistheorie ein Ansatz fixieren, der diese beiden Blickrichtungen zu verbinden weiß und sie nicht als Dichotomien weiterführt.

63 Ein wiederholt anzutreffendes Beispiel ist die erwünschte Diffusion von Kooperationspraktiken des Jazz ins Management, vgl. beispielhaft Kamoche/Cunha 2001.