

## Hybride Konstellationen in einem Feld gesellschaftlicher Arbeit. Beobachtungen aus einer Perspektive subjektorientierter Arbeitssoziologie

*Alexandra Manske*

Die Impulse, die Günter Voß der (Arbeits-)Soziologie gibt, lassen sich zweifellos nicht auf die wissenschaftliche Sphäre beschränken. Sie haben vielmehr allgemein in die soziale Welt Einzug gehalten. Ein wesentlicher Grund hierfür dürfte in der Kombination von zeitdiagnostischer Schärfe und allgemeinverständlicher Zugänglichkeit liegen, durch die sich seine, jeweils in produktiver Zusammenarbeit mit Kolleg\_innen und Weggefährten entwickelten, Ansätze auszeichnen. Sei es, um einige zentrale Arbeiten zu benennen, der Arbeitskraftunternehmer, das Konzept der alltäglichen Lebensführung oder die Subjektivierung von Arbeit und die Entgrenzung von Arbeit und Leben. In der gegenwärtigen Arbeitsforschung wäre man ohne diese Erklärungsangebote weitgehend aufgeworfen. Und nicht nur dort.

### Theoretische Unvoreingenommenheit und messerscharfe Analysen

Wenn ich es auf den Punkt bringen sollte, was im Kern den soziologischen Ansatz von Günter Voß ausmacht, dann würde ich sagen, dass es ihm vor allem darum geht, soziologisch relevante Konstellationen und Phänomene aus einer Perspektive der theoretischen Unvoreingenommenheit zu beobachten und dabei zeitdiagnostisch messerscharf zu analysieren, mit welchen strukturellen Zumutungen die Subjekte in der modernen Arbeitswelt konfrontiert sind und welche Antworten sie finden, um Arbeit und Leben zu einem nicht-entfremdeten, kohärenten Ganzen zu fügen. So sind Voß' Arbeiten im Kern angetrieben von seinem Interesse an einer subjektorientierten Arbeits- und Berufs-Soziologie (Voß 1991; Voß/Pongratz 1997).

Eine solche Soziologie nimmt gesellschaftspraktische Verbindungsstellen zwischen Mensch und Gesellschaft in den Blick, so formulierte es sein Mentor Karl Martin Bolte (Bolte 1983). Im Zentrum stehen somit das Verhältnis von Subjekt und Struktur(en) und die Frage, wie Arbeit und Beruf zwischen diesen beiden Ebenen vermitteln. Diese Erkenntnissuche folgt dem von Bolte formulierten soziologischen Grundsatz, dass die „Subjekte als Produkte und Produzenten sozialer Verhältnisse“ (ebd.: 29) zu betrachten seien. Eine so verstandene subjektorientierte Soziologie zeichnet sich durch eine an gesellschaftlichen Strukturen interessierte Forschungsperspektive aus, die auf diese Weise das Wechselverhältnis von Individuum und Gesellschaft untersucht. Damit formulierte Bolte bereits in den frühen 1980er Jahren einen soziologischen Zugriff, der hierzulande erst sehr viel später als eine gouvernementalitätstheoretische Perspektive in Anlehnung an Foucault äußerst populär wurde (Foucault 2004). Auskommend indes ohne den Terminus der Gouvernementalität, legte Bolte einige wesentliche Spuren für Voß' künftige Arbeiten. Auf dessen Schultern, so könnte man sagen, zeichnet sich Voß' Perspektivierung des soziologischen Dauerbrenners zum einen durch ein dialektisches Studium der Subjekte als Produkte und Produzenten sozialer Verhältnisse aus (was womöglich seine Sympathie für den Foucault'schen Ansatz erklärt). Zum anderen vertritt er eine begründete Abneigung „gegen dogmatisch zementierte (...) Positionen“, wie Günter Voß und Hans Pongratz in der Einleitung zu

einem Grundlagenwerk über „Subjektorientierte Soziologie“ betonen, das die beiden im Jahr 1997 zu Ehren von Karl Martin Bolte editiert haben. Darin resümieren Voß/Pongratz unter anderem den soziohistorischen Entstehungskontext einer subjektorientierten Soziologie. Demzufolge war sie nicht zuletzt eine theoretische Antwort auf die strukturell überdeterminierten Interpretationsangebote, die den soziologischen Mainstream zu Beginn der 1970er Jahre dominierten. Denn wie man aus heutiger Sicht einräumen muss, zeichneten sich diese im Kontext der sogenannten 68er Studentenbewegung durch eine recht einseitige Orientierung am späten Marx aus (was sich nicht zuletzt als eine produktive Initialzündung für die jüngere Frauen- und Geschlechterforschung erwies).

Wenn sich Voß/Pongratz gegen dogmatisch zementierte Positionen verwehren, dann wohl gegen die bis dato scheinbar unhintergehbare Idee, dass sich die Verhältnisse hinter dem Rücken der Subjekte und quasi ohne deren Zutun konstituieren. Dagegen geht die von Voß favorisierte subjektorientierte Arbeits-Soziologie davon aus, dass „die Subjekte trotz oder sogar wegen sozialer Vorgaben und Zwänge nicht passive Marionetten der Verhältnisse sind, sondern immer auch (so gering die Spielräume auch sein mögen) relativ autonom aktiv handeln.“ (Voß/Pongratz 1997: 15). Diese freilich immer relative Autonomie konzeptualisieren sodann Frank Kleemann und Günter Voß im Handbuch der Arbeitssoziologie als einen normativen Eigensinn, der über ein subjektives „Sich-Anpassen an unverrückbare Strukturvorgaben der Arbeitssphäre“ (Kleemann/Voß 2010: 430) insofern hinausweise, als dass die Individuen eigenwillige Ansprüche an die Arbeit stellen, die gewissermaßen zu einer Handlungsressource für eine normative Subjektivierung von Arbeit werden (Baethge 1994; vgl. Lohr 2010).

## Soziologie als empirische Wissenschaft

Fluchtpunkt von Voß' theoretischen Beiträgen ist allerdings immer, Sozialverhältnisse aus einer empirischen Perspektive zu erkunden. Er begegnet der sozialen Wirklichkeit folglich mit einer theoretischen Offenheit, die den Widersprüchen der sozialen Praxis gerecht werden will. Somit ist er ein Vertreter der entscheidenden Aufgabe der Soziologie: diese als eine empirisch begründete Wissenschaft zu betreiben. Inwieweit dennoch Zumutungen im Verhältnis zum subjektiven Eigensinn mitunter stärker akzentuiert werden, wie etwa Brigitte Aulenbacher in ihren kritischen Anmerkungen zum Arbeitskraftunternehmer konstatiert (Aulenbacher 2005), kann hier nicht erschöpfend diskutiert werden. An dieser Stelle soll vielmehr gleichfalls für eine theoretisch offene und empirieorientierte Perspektive plädiert werden, da mir dies die Voraussetzung dafür zu sein scheint, um empirische Strukturveränderungen im Feld gesellschaftlicher Arbeit in ihrer praktischen Widersprüchlichkeit abbilden zu können.

## Einblicke in ein Feld künstlerisch-kreativer Arbeit

Im Folgenden wird, locker anknüpfend an den eben skizzierten Zugang einer subjektorientierten Arbeits-Soziologie, ein Schlaglicht auf ein Feld gesellschaftlicher Arbeit geworfen, das sich von einem arbeitsgesellschaftlichen Randphänomen zu einem Brennpunkt sozialen Wandels entwickelt hat: das Feld künstlerisch-kreative Arbeit. Es gibt nur wenige Erwerbsbereiche, die seit den 1970er Jahren stärker expandiert sind und seitdem zur Heterogenisierung der Arbeitswelt beitragen. Aufgrund seiner exorbitanten, personellen Zuwachsraten und neuen Arbeits- und Organisationsformen, die einige prekär (z.B. Menger 2006), andere innovativ nennen (z.B. Florida 2002), wird künstlerisch-kreative Arbeit respektive die Kultur- und Kreativwirtschaft vielfach als ein arbeitsgesellschaftlicher Modellfall betrachtet, anhand dessen sich die Zukunft der Arbeit

studieren lasse (z.B. Bögenhold/Fachinger 2010). So wird auch Künstlern und Kreativen, d.h. den Akteur\_innen in einschlägigen Diskussionen ein seismografischer Gehalt zugeschrieben: Sie werden zu Vorreitern einer gleichsam innovativen wie prekären, ästhetisch durchdrungenen und flexibel projektbestimmten Arbeitswelt erklärt.

Ohne dass an dieser Stelle bestritten werden soll, dass sich in diesen Feldern und am Beispiel von dort auffindbaren Subjektpositionen in besonders exponierter Weise der Wandel hin zu einem – zynisch ausgedrückt – prekären „Selbstverwirklichungskapitalismus“ beobachten lässt, scheint es dennoch lohnend, sich die Interessen und Ideen der Akteur\_innen aus einer Perspektive der theoretischen Unvoreingenommenheit genauer anzuschauen. Denn bei näherem Hinsehen zeigt sich, dass sich hinter den Diskussionen zum Modellcharakter dieses Arbeitsfeldes heterogene Annahmen verbergen. Zu konstatieren ist daher zunächst, dass sich die verschiedenen, im Fortgang knapp zu skizzierenden Deutungsangebote zu diesem Thema aus unterschiedlichen Theoriebezügen und fachspezifisch getrennten Rezeptionen speisen, die in weitgehend freundlicher Indifferenz koexistieren. Sie kommen insofern zu disparaten Schlüssen. Nicht nur, aber auch, und das ist hier von besonderem Interesse, im Hinblick auf die zu identifizierenden Subjektpositionen in diesem Feld. Was die jeweiligen Deutungsangebote jedoch eint, ist, dass die Selbstverhältnisse von Künstler\_innen und Kreativen, dass deren Widersprüche und Eigensinnigkeit zugunsten eindeutiger theoretischer Schlüsse und einseitig überspitzter Annahmen geglättet werden. Diese theoretische Vereindeutigung, ja Überfrachtung führt indes dazu, dass die empirischen Verhältnisse von ihren Widersprüchen weitgehend bereinigt werden, was wiederum zu zeitdiagnostischen Verzerrungen führt.

Dagegen ist es das Ziel der folgenden Ausführungen, differenzierte Subjektpositionen zu illustrieren, um empirisch basiert beurteilen zu können, inwieweit die Feldakteur\_innen die Verhältnisse reproduzieren, reifizieren oder – und darauf soll hier das Augenmerk liegen – gängige theoretische Deutungen ein Stück weit irritieren. Selbstredend wird hierbei nicht von dem Trugschluss eines autonomen (bürgerlichen) Subjekts ausgegangen (vgl. Foucault 2007), sondern vielmehr von der These, dass die Subjekte eben Produkte und Produzent\_innen der Verhältnisse sind und dass sie dabei durchaus eigensinnige Interessen und Ansprüche an Arbeit verfolgen (können), die sich nur schwerlich über einen Kamm scheren lassen. Exemplarisch diskutiert wird diese These am Beispiel der Gruppe der sonstigen Kulturberufe aus der Designbranche.

Als ein Teilbereich der sonstigen Kulturberufe gehört die Designbranche zu den beliebtesten „neuen“ kreativen Berufen, bestehend aus den Feldern Industriedesign, Produkt-/Mode und Grafikdesign sowie Kommunikationsdesign (Söndermann 2009: 100f.). Im Spektrum der Kulturberufe gilt sie als angewandte Bildende Kunst (Söndermann 2012). Sie repräsentiert insofern die eher profane, da marktorientierte Variante des mit höheren Weihen versehenen Bildenden Künstlers. Die Arbeit von Designer\_innen weist also eine explizit wirtschaftliche Konnotation von künstlerisch-kreativer Arbeit auf, die aus subjektorientierter Perspektive dennoch im Spannungsfeld von künstlerisch-symbolischer Idealisierung und wirtschaftlicher Verwertung steht (Manske 2015).

Die nachfolgend präsentierten Einsichten sind das Ergebnis einer langjährigen Forschungsarbeit, die auf einer Untersuchung von Arbeits- und Sozialverhältnissen in der Kultur- und Kreativwirtschaft unter besonderer Berücksichtigung der Designbranche beruht. In diesem Zuge wurde eine Feldstudie der Kommunikations- und Modebranche erstellt und ein empirieorientiertes Erklärungsangebot konzipiert, das in Anlehnung an die Grundlagen einer Feldanalyse nach Bourdieu verfährt (Bourdieu 1997). Methodisch zum Einsatz kamen im Sinne einer ethnographisch inspirierten Feldforschung verschiedene, miteinander kombinierte qualitative Verfahrensweisen – Interviews mit Akteur\_innen, Expertengespräche,

Dokumentenanalysen, teilnehmende Feldbeobachtungen. Insgesamt fließen 55 Interviews mit überwiegend freiberuflich Erwerbstätigen in Kulturberufen, mehrheitlich aus der Designbranche sowie 15 Expertengespräche mit Verbandsvertretern u.a. in die Untersuchung ein.

## Kultur- und Kreativwirtschaft – ein Erwerbsfeld zwischen künstlerischer und wirtschaftlicher Rationalisierung

„Ich mach keine Werbung, ich mach Kunst“.

Das sagt eine von uns interviewte Designerin fast ein wenig trotzig. Damit spricht sie eine grundlegende Frage an, die sich bei der Betrachtung von künstlerisch-kreativer Arbeit stellt: Sie steht im Spannungsfeld von kommerzieller Verwertung und künstlerisch-symbolischer Idealisierung. Dementsprechend ist diese Designerin zerrissen, welche Prioritäten sie in ihrem Arbeitsleben setzen sollte. Fortlaufend sucht sie nach Kompromissen zwischen einer wirtschaftlichen und einer künstlerischen Logik. Sie pendelt zwischen verschiedenen Branchen und Erwerbsformen, genießt etwa zwischenzeitlich die soziale Sicherheit als Angestellte in einer Werbeagentur. Nur, um sodann wiederholt festzustellen, dass sie lieber selbstbestimmt arbeiten möchte und dafür die damit verbundene Unsicherheit einer freiberuflichen Existenz in Kauf nimmt.

Diese Designerin ist ein Beispiel dafür, dass der Erwerbstätigenzuwachs in der Kultur- und Kreativwirtschaft ungebremst voranschreitet. Und das, obwohl soziale Unsicherheit, ein labiler Sozialstatus aufgrund von Arbeit als instabiles Einzelkämpfertum in oftmals wechselnden Erwerbsformen mit ungewissen Einkommen sowie eingeschränkter sozialer Absicherung die Geschäftsgrundlage dieses Erwerbsbereiches bilden.

Allein seit Mitte der 1990er Jahre haben sich die Erwerbstätigenzahlen in den Kulturberufen verdoppelt, nachdem sie bereits seit den frühen 1970er Jahren bis Mitte der 1990er Jahre um 70 Prozent zugelegt hatten (Haak/Schmid 1999; Söndermann 2012). Bis in die 1980er Jahre allerdings wurde der „Arbeitsmarkt Kultur“ (Schulz/Zimmermann/Hufnagel 2013) in der deutschsprachigen arbeits- und industriesoziologischen Diskussion und entsprechend deren Schwerpunktsetzung auf „Lohnarbeit im kapitalistischen Betrieb“ (Voß 2010: 30) nicht als Arbeit im industriegesellschaftlichen Sinne betrachtet. Künstlerisch-kreative Arbeit wurde vielmehr in der idealistischen Tradition der romantischen Künste verortet (vgl. ebd: 28ff.). Erst die Diskussionen um die Krise und um den Strukturwandel der Arbeitsgesellschaft seit den 1980er Jahren haben seit den 1990er Jahren ein breiteres Forschungsinteresse an künstlerisch-kreativer Arbeit geweckt. Gesellschaftlich eingebettet ist es in die Zeitdiagnose, dass sich die sozialen Sicherheits- und Aufstiegsversprechen der wohlfahrtsstaatlich-fordistisch gerahmten Arbeitsgesellschaft verflüchtigen (Castel 2000; Vester et al. 2001).

Vor diesem Hintergrund kam ab Mitte der 1990er Jahre die Frage auf, inwiefern künstlerisch-kreative Erwerbsfelder ein zukunftsweisendes Erwerbsmodell abgeben. Im Kern lautete die damalige Lesart, dass sich in Künstler-Arbeitsmärkten nicht nur die Probleme des arbeitsgesellschaftlichen Strukturwandels, sondern gleichsam auch nachhaltige Strukturen für die künftige Arbeitsgesellschaft studieren ließen (Haak/Schmid 1999). Anlass dazu gab die Erkenntnis, dass sich dort nahezu sämtliche fordistische Transformationsphänomene wie z.B. die Flexibilisierung von Arbeit, neue Verknüpfungsformen von Arbeit und Leben sowie neue und unsichere Arbeits- und Beschäftigungsverhältnisse abzeichnen (Manske/Schnell 2010). Daran anschließend wurde in der Arbeitsmarktforschung zunehmend angenommen, dass sich die Merkmale von Künstlerarbeitsmärkten auch auf andere Arbeitsbereiche und Industrien ausweiten würden (z.B. Haak 2008).

## Künstlerisch-kreative Arbeit als arbeitgesellschaftlicher Modellfall

Künstlerisch-kreative Erwerbsfelder gelten unabhängig von ihrer Bezeichnung als ein Bereich, in dem sich die Abkehr von der fordistischen Produktionslogik und der industriegesellschaftlich geprägten Beschäftigungsform des Normalarbeitsverhältnisses in zugespitzter Form beobachten lässt, so beispielsweise Kraemer (2012: 167). Dabei diene der Künstler als Role Model einer projektgetriebenen Arbeitswelt und Kreativität als eine „zentrale postfordistische Subjektivierungsweise“ (Raunig/Wuggenig 2007: 9).

Ob indes von Künstlerarbeitsmärkten (Haak 2008), Kulturberufen (Söndermann 2012; Schulz/Zimmermann/Hufnagel 2013) oder von der Kultur- und Kreativwirtschaft (Enquete-Bericht 2007; Söndermann 2009) gesprochen wird, ist zuvorderst kein Problem von Abgrenzungskriterien zwischen Arbeitsmarktsegmenten, Berufsgruppen oder Branchen. Denn bereits die klassischen Künste umschließen sehr unterschiedliche Felder mit je eigenen Branchenlogiken in Bezug auf Eintrittsbarrieren, Institutionalisierungsgrad, Verdienstchancen etc. So ist etwa der klassischste aller Künstlerberufe, die Bildende Kunst, sehr viel freier organisiert und dadurch hinsichtlich der sozialen Lage ein deutlich riskanterer Beruf als etwa die Arbeit im Rahmen eines klassischen Orchestermusikensembles (vgl. Haak 2008). In Bezug auf die erfassten Berufsgruppen unterscheidet sich die Kultur- und Kreativwirtschaft zudem nicht kategorisch von jenen, die heute als „Kulturberufe“ gelten (Söndermann 2012: 26).

Durchgesetzt hat sich dennoch die aus der politischen Berichterstattung stammende Definition. Demnach gelten als Kultur- und Kreativwirtschaft „diejenigen Kultur- bzw. Kreativunternehmen, welche überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind und sich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und/oder medialen Verbreitung von kulturellen/kreativen Gütern und Dienstleistungen befassen“ (Enquete-Bericht 2007: 340 ff.). Zur „Kulturwirtschaft“ gehören hiernach Musikwirtschaft, Buchmarkt, Kunstmarkt, Filmwirtschaft, Rundfunkwirtschaft, Darstellende Kunst, Designwirtschaft, Architekturmarkt und Pressemarkt; der Begriff „Kreativwirtschaft“ bezeichnet die Teilmärkte Werbemarkt und Software/Games-Industrie sowie eine Kategorie „Sonstiges“.

## Verschärfung wirtschaftlicher Zwänge

Wenngleich ein gewisses wirtschaftliches Handeln für alle Akteur\_innen in künstlerisch-kreativen Erwerbsfeldern nicht erst neuerdings zum allgemeinen Anforderungsprofil dazu gehört, haben sich die wirtschaftlichen Zwänge deutlich verschärft. Denn seitdem in den 1990er Jahren Kommerzialisierung und Marktrationalität verstärkt in den Kultursektor eingewandert sind (Stichwort Rentabilitätsanforderungen an öffentliche Kultureinrichtungen (vgl. Eickhof/Haunschild 2006; Manske/Piallat 2010)), findet nicht nur eine Strukturverschiebung, sondern eine Privatisierung von Teilsektoren der Kulturwirtschaft statt. Zudem führt dieser Kommerzialisierungsprozess – flankiert von einem steigenden Arbeitskräfteangebot – zu einer Zunahme von befristeten, selbständigen und insofern sozial äußerst ungewissen und wirtschaftlich prekären Arbeitsverhältnissen (Manske/Schnell 2010: 706f.).

Diese Tendenz gilt für alle künstlerisch-kreativen Erwerbsfelder. Dementsprechend vermehren sich auch in vielen per se marktorientierten Feldern, die sich traditionell durch einen hohen Anteil von sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnissen auszeichnen, die freiberuflichen Erwerbsverhältnisse. In der Designbranche beispielsweise betrifft das standortabhängig bald 70 Prozent aller Erwerbstätigen (Söndermann 2012: 41). Einesteils ist die Zunahme freiberuflicher Arbeitsverhältnisse neben technologischen Innovationen auf Reorganisationen der Branche und auf

die betriebliche Auslagerung von Tätigkeiten zurückzuführen (Koppetsch 2006). Andernteils ist der Trend zu freiberuflicher Arbeit aber auch auf allgemeine sozialstrukturelle Umstellungsprozesse seit den späten 1960er Jahren, auf Individualisierungsprozesse, einem damit verbundenen Mentalitätswandel und auf den steigenden Wert von selbstbestimmter Arbeit zurück zu führen (vgl. Vester et a. 2001; Manske 2015).

Welche Antworten finden sich nun in der Literatur zu diesen Prozessen? Wie wird der Zusammenhang von unsicherer Arbeit und Selbstverwirklichung in einschlägigen Zeitdiagnosen zum Thema verarbeitet?

## Opfer – Komplizen – Unternehmer. Künstler und Kreative als Leitbild der neuen Arbeitswelt

In den einschlägigen, teildisziplinären sowie fachübergreifenden Diskussionen werden Künstler und Kreative zu einem arbeitgesellschaftlichen Leitbild, gewissermaßen zu einem Subjektideal stilisiert. So werden Kreative einerseits als Inbegriff der marktorientierten Variante des klassischen Künstlers und in dieser Eigenschaft als gesellschaftliche Hoffnungsträger für eine moderne Wissensökonomie beansprucht: als (Kultur-)Unternehmer (Florida 2002; Howkins 2002, Lange 2007, Söndermann 2009). Andererseits wird behauptet, dass die traditionell wenig abgesicherten und flexiblen Arbeitsverhältnisse in künstlerisch-kreativen Erwerbsfeldern als kulturelles Leitformat der allgemeinen Deregulierung und Entsicherung von Arbeits- und Sozialverhältnissen dienen würden und dass die Sozialfigur des Künstlers dabei als Vorbild diene (z.B. Boltanski/Chiapello 2003; Haak/Schmid 1999; Lorey 2007; Menger 2006; Reckwitz 2012).

Insofern kommen unterschiedliche Akzentuierungen dieses Subjektideals zum Tragen. Ich möchte sie als Opfer-Komplizen-Unternehmer-These akzentuieren. Mittels dieser drei Lesarten der einschlägigen Diagnosen zum Thema lassen sich die unterschiedlichen Deutungsangebote in notwendig zugespitzter Weise voneinander unterscheiden. Hier interessiert, mit welchem Akteursleitbild jeweils operiert wird und in welcher Weise der Zusammenhang von Arbeit und Leben thematisiert wird. Denn wie auch unsere empirischen Befunde untermauern, gilt es die widersprüchliche Verquickung von Arbeit und Leben zu beleuchten, wenn man beurteilen will, auf welche Ressourcen die Einzelnen zurück greifen können, um sich selbst als z.B. Unternehmer oder Künstler zu modellieren.

### Zur Unternehmer-These

Für die Unternehmer-These steht zentral der US-Amerikanische Ökonom Richard Florida mit seinem Buch „The Rise of the Creative Class“ Pate (Florida 2002). Sie entstammt somit originär dem angloamerikanischen Kontext und ist ein Bestandteil der Diskussion um eine sogenannte „Creative Economy“ (Howkins 2001). Hierzulande werden Floridas Ausführungen zur „Creative Class“ heran gezogen, um die besondere Stellung von kreativen Unternehmern für deren volkswirtschaftliche Produktivität im Sinne Schumpeters zu untermauern (vgl. Schumpeter 2005). In diesem Horizont gilt die Kultur- und Kreativwirtschaft als ein dynamisches wirtschaftspolitisches Feld und deren Akteur\_innen als soziale und wirtschaftlich innovative Unternehmer. In etlichen Studien wird immer wieder konstatiert, dass ökonomische und kulturelle Wertschöpfung in der Kultur- und Kreativwirtschaft stark korrespondieren und zum Standortvorteil werden, etwa auch im Enquete-Bericht (2007). Von ihr würden nicht nur starke wirtschaftliche Impulse ausgehen, sondern auch zukünftige Arbeitsformen und Geschäftsmodelle erprobt werden. Die in dieser Weise als kapitalistische Erneuerer adressierten Akteur\_innen werden als „Culturepreneurs“ oder als

„Kulturunternehmer“ konzipiert (Euteneuer 2011; Lange 2007; Mandel 2007). Konstatiert wird, dass sie sich durch innovative, wirtschaftliche Verfahrensweisen auszeichnen und einen wichtigen kulturell-symbolischen Beitrag für die Entwicklung einer kreativen Wissensökonomie leisten würden. Kreative werden insofern und vornehmlich in wirtschaftswissenschaftlich inspirierten Kontexten als wirtschaftlicher Stimulus sowie als Modernisierer kulturhistorischer Traditionen annonciert.

### Zur Opfer-These

Dagegen herrscht in soziologischen Diskussionen eine (herrschafts-)kritische Einschätzung derselben Prozesse vor. Im Anschluss an soziologische Befunde, die gezeigt haben, dass der Wandel der Arbeitsgesellschaft seit den 1970er Jahren zu einer Prekarisierung der industriegesellschaftlich geprägten Ordnung von Arbeit geführt hat, dass er spätestens in den 1990er Jahren als Selbstverwirklichungszwang und als Flexibilitätsdiktat auf der Handlungsebene angekommen ist, oszillieren hier die Deutungsangebote zwischen zwei Annahmen. Ein wichtiger Impulsgeber für die „Opfer-These“ war der französische Soziologe Pierre-Michel Menger (2006) sowie Pierre Bourdieus Thesen zu Prekarität als Herrschaftsform (Bourdieu 2004). In diesem Deutungsangebot steht die Annahme im Mittelpunkt, dass sich Prekarität als neue Herrschaftsform durchgesetzt habe (Castel/Dörre 2009). Künstlerisch-kreative Arbeit wird hier als Modellfall und als Folie für eine weitergehende Destandardisierung von Normalarbeit herangezogen, um die Lockerung des Nexus von Arbeit und sozialer Sicherheit zu dokumentieren. In Ableitung dieser Annahme werden Künstler sowie freiberufliche Projektarbeiter\_innen aus der Kulturwirtschaft zum Subjektideal der Prekarisierungsgesellschaft und insofern zu einer Avantgarde prekärer Herrschaftsverhältnisse stilisiert.

Gegenstandsbezogen wird darin angenommen, dass Künstler Vorreiter für eine prekäre Arbeitswelt sind und dass sie strukturell in sozial unsichere, eben prekäre Arbeits- und Lebensverhältnisse gedrängt werden (vgl. z.B. Menger 2006; Dangel-Vornbäumen 2010; Loacker 2010). In dieser Deutungsvariante werden Akteur\_innen künstlerisch-kreativer Erwerbsfelder mithin als Opfer einer Herrschaftsform der Prekarität annonciert, da davon ausgegangen wird, dass ihnen unsichere Arbeits- und Sozialverhältnisse als Herrschaftsform auferlegt, gewissermaßen strukturell oktroyiert würden – und sie dieser Herrschaftsform im Grunde hilflos gegenüber stehen.

### Zur Komplizen-These

Die „Komplizen-These“ nährt sich wesentlich aus der Analyse „Der neue Geist des Kapitalismus“ der zwei französischen Sozialwissenschaftler\_innen Luc Boltanski und Eve Chiapello (Boltanski/Chiapello 2003) und aus Michel Foucaults Gouvernementalitätsstudien (Foucault 2004). In Anlehnung an diese theoretischen Vorlagen wird davon ausgegangen, dass Künstler und Kreative im Kontext der Künstlerkritik nach „1968“ und mit ihrer Forderung nach einer authentischen, nicht-entfremdeten Arbeit zu Gewährsleuten des flexiblen Kapitalismus geworden sind. Aufgrund einer Bereitschaft zur Selbst-Prekarisierung (Lorey 2007) würden sie diesen moralisch legitimieren sowie kulturell festigen und somit die voranschreitende Prekarisierung der Arbeitswelt unterstützen (z.B. Birenheide 2008; Eikhof/Haunschild 2006; Koppetsch 2006).

Zwar wird auch hier von strukturellen Zwängen, aber nicht primär von Prekarität als strukturelle Herrschaftsform gesprochen. Ausgegangen wird in dieser Deutungsvariante vielmehr davon, dass Akteur\_innen künstlerisch-kreativer Erwerbsfelder maßgeblich dazu beitragen, soziale Unsicherheiten gesellschaftsfähig zu machen, weil sie aufgrund ihrer Selbstverwirklichungsideen nicht merken würden, dass sich die einst gegenkulturelle Forderung

nach authentischer und selbstbestimmter, d.h. nicht-entfremdeter Arbeit in ihr Gegenteil verkehrt habe. Nach dieser Lesart würden die als Komplizen adressierten Akteur\_innen ihre Leitbildfunktion in der sozialen Praxis auch erfüllen, indem sie sich als unternehmerisches Selbst respektive als kreatives Subjekt (Bröckling 2007; Reckwitz 2012) modellieren und den strukturellen Zwang zur Selbstverwirklichung als Künstlerkritik im Sinne von Boltanski/Chiapello (2003) verblümen. So wird eine ideologische Vereinnahmung der Subjekte dergestalt konstatiert, dass sie den Glaubenssatz der von Boltanski/Chiapello (2003) analysierten „Selbstverwirklichungsprojekte“ internalisiert haben und ökonomische Fragen camouffieren.

### Kritik an einseitig überspitzten Leitbildannahmen

Auffällig ist, dass in den identifizierten Zugängen ein Subjektideal der neuen Arbeitswelt ausgemalt wird, das in verschiedener Hinsicht mit totalisierenden Annahmen operiert. Transportiert wird damit eine einerseits theoretisch überfrachtete und andererseits eine lebensweltlich eigentümlich blasse Chimäre. Denn zum einen wird die soziale Frage ausgeblendet bzw. als struktureller Unterwerfungsmodus überakzentuiert, der die Akteur\_innen zu geradezu handlungsunfähigen Opfern macht. Dieser strukturellastige Blick weist die Opfer-These als strukturell überdeterminiert bzw. untersozialisiert aus, da sie die relative Autonomie des sozialen Handelns auf strukturell prekäre Arbeits- und Lebensbedingungen kurz führt und soziales Handeln als eine Art Reflex auf Herrschaftsbedingungen interpretiert.

Zum anderen werden die Interessen und Ideen der Subjekte auf unternehmerischen Eifer reduziert bzw. auf eine ideologische Verblendung enggeführt. So zeichnet sich die Komplizen-These durch einen Zirkelschluss aus, der sie zur self-fulfilling prophecy macht: Aus ihr gibt es keinen Ausweg. Unabhängig davon, wie die Akteur\_innen das arbeitsbezogene Spannungsverhältnis von kommerzieller Verwertung versus künstlerisch-symbolischer Idealisierung gestalten, mündet die theoretische Deutung in Selbstunterwerfung: entwerfen sie sich als künstlerisches Selbst, wird ihnen das als ideologische Verblendung ausgelegt; weisen sie offensive Züge eines unternehmerischen Selbst auf, scheint diese Subjektivierungsweise die totale Selbst-Unterwerfung unter marktliche Parameter zu signalisieren. Unterschwellig, bisweilen auch explizit wird die Bourdieu'sche These reproduziert, dass sich ein wahrer Künstler gegen marktliche Selbstoptimierungsstrategien zu sträuben habe, wenn er/sie die eigene Glaubwürdigkeit nicht verspielen möchte (vgl. Bourdieu 2001: 124ff.). Doch damit werden wirtschaftliche Interessen der Akteur\_innen – und insofern auch deren praktischen Kämpfe und Positionierungsstrategien – mit der Elle einer traditionellen, kapitalismuskritischen Gesellschaftskritik sowie implizit mit einem romantisch überhöhten Künstlerbild gemessen. Unterdessen vernachlässigt werden die Bedingungen der Möglichkeit sowie die sozialen Kämpfe, die die Subjekte alltäglich ausführen müssen, um etwa ihren Lebensunterhalt zu verdienen. Demgegenüber zeigen unsere Befunde, dass das Ineinandergreifen von Authentizitätsversprechen und flexibler, projektbestimmter sowie sozial unsicherer Arbeit dazu führt, dass Selbstverwirklichungswünsche oftmals enttäuscht werden und dass diese Enttäuschung nicht dauerhaft durch „Selbstverwirklichung in und durch Arbeit“ kompensiert werden kann, sondern zu einem Gefühl des Ungenügens oder gar des Ausgebranntseins führt.

Das Subjektideal „Unternehmer“ hingegen ist in zweierlei Hinsicht problematisch. Zunächst einmal jedoch spiegelt die politökonomische Installierung der Kultur- und Kreativwirtschaft einen in gewisser Hinsicht auf angemessene Weise erfassten Wandel von Arbeit und Gesellschaft wider, da er künstlerisch-kreative Arbeit als eigenständigen Wirtschaftsbereich anerkennt. Damit



wird sie aus der religiös überhöhten, bildungsbürgerlichen Logik einer ästhetischen Arbeit heraus gelöst, die von Genies erbracht wird, deren Arbeit sich rational nicht erfassen lasse, die aber gleichwohl das Gemüt der Rezipient\_innen beleben soll. Insofern korrespondiert dieser entzauberte Zugriff durchaus mit dem sozialen Transformationsprozess, den diese Felder seit den späten 1960er Jahren erlebt haben: dass es eben nicht nur um bürgerliche Sinnesfreuden, sondern auch um Arbeit geht, die zu Erwerbszwecken durchgeführt wird.

Nichtsdestoweniger vermittelt die Unternehmer-These ein verzerrtes Bild der Arbeits- und Produktionsbedingungen in künstlerisch-kreativen Erwerbsfeldern. Es werden ebenjene Aspekte vernachlässigt, die in der Opfer-These überakzentuiert werden, nämlich die soziale Frage und daran gekoppelte Ungleichheitsverhältnisse. Zum anderen wird eine Auffassung vom Unternehmer Schumpeter'scher Prägung reproduziert, die vielfach weder der sozialen Lage noch dem Selbstverständnis vieler Akteur\_innen in künstlerisch-kreativen Erwerbsfeldern entspricht. Überdies untermauern unsere Befunde, dass noch längst nicht alle nötigen Ressourcen für wirtschaftlichen Erfolg beisammen hat, wer sich dynamisch geriert, gute Geschäftsideen hat oder sich flexibel den Marktbedingungen anpasst. Kurzum, ein unternehmerischer Geist ist zwar notwendig; dieser allein macht aber noch niemanden zum (Kultur-)Unternehmer/\_in. Die Unternehmer-These arbeitet folglich mit einem nur eingeschränkt realistischen, da für die Mehrheit der Akteur\_innen inadäquaten Unternehmer-Begriff.

Insgesamt bleibt unterbelichtet, auf Basis welcher Interessen sich die einzelnen sozialen Gruppen im Feld positionieren und wie sich deren subjektive Stellungnahmen praktisch artikulieren. Was daher in den drei Deutungsangeboten nicht bzw. in einseitiger Überspitzung thematisiert wird, ist der Eigensinn der Subjekte. Vielmehr wird dieser in je spezifischer Weise gewissermaßen zu einem Stützpfiler der jeweiligen arbeitgesellschaftlichen Ordnung und ihrer Machtverhältnisse (v-)erklärt. Der spezifische Erfahrungszusammenhang, in dem sich die Akteur\_innen bewegen und sich praktisch verorten, bleibt dagegen verschwommen. Stattdessen werden sie (erneut) als ein kulturell Anderes konstruiert. Nur dass es heutzutage nicht mehr wie ehemals zu Max Webers Zeiten als soziales Abgrenzungsmodell, sondern als (theoretisch überfrachteter) arbeitgesellschaftlicher Modellfall deklariert wird.

Dennoch wird hier weniger für eine radikale Abgrenzung von den drei identifizierten Deutungsangeboten als vielmehr dafür plädiert, sie ein Stück weit zu relativieren, partiell miteinander zu verschränken und konzeptionell zu öffnen. Dies erweist sich als weiterführend, um zu erhellen, wodurch sich dieses Subjektideal samt seiner Arbeitsmoral in der sozialen Praxis auszeichnet: Was sind seine/ihre Ideen und Interessen in Bezug auf Arbeit, unter welchen feldspezifischen Konditionen werden sie angestrebt und in welchem lebensweltlichen Kontext erfolgt dies alles? Diese Fragen werden im nächsten Abschnitt angesprochen und empirisch illustriert.

## Die Designbranche und ihre Subfelder

Die Designbranche ist aus verschiedenen Gründen ein interessantes Untersuchungsfeld. Sie gilt als ein angewandter Beruf der Bildenden Kunst und gehört zu einem der beliebtesten Kulturberufen (Söndermann 2012). Darüber hinaus bietet sie ein Beispiel für die soziale Entgrenzung von künstlerisch-kreativer Arbeit seit den 1970er Jahren und steht für die Durchlässigkeit zwischen Kunst und Kommerz. Allerdings ist die Designbranche kein einheitliches Feld. Sie besteht aus verschiedenen, unterschiedlich ausdifferenzierten Subfeldern mit je eigenen Dynamiken. Hier geht es um freiberuflich Erwerbstätige in der

Kommunikationsdesign- und Modebranche, wobei im Folgenden deren feine Unterschiede aus Platzgründen nur grob umrissen werden können (s. Manske 2015).

Wenngleich beide untersuchten Felder in der kultur- und kreativwirtschaftlichen Berichterstattung als Bestandteile der Designbranche geführt werden, weisen Mode- und Kommunikationsdesign strukturprägende Unterschiede auf. Sie lassen sich in folgenden entgegengesetzten Begriffspaaren bündeln: immaterielle versus materielle Arbeit; kurze versus lange Wertschöpfungskette; geringe versus hohe Produktionskosten; relativ hohe Institutionendichte versus geringe Institutionendichte.

Im Falle von Kommunikationsdesign handelt es sich um eine künstlerisch-kreative Arbeit, die sich als ein Residuum der Werbebranche entwickelt hat, mittlerweile aber als ein eigenständiges Berufsfeld zu betrachten ist (vgl. Koppetsch 2006; Krämer 2014). Freiberufliche Designer\_innen sind häufig Zulieferer für größere Agenturen und Unternehmen. Daraus ergibt sich eine „doppelte Dienstleistungsfunktion“; einerseits „als unternehmensnahe Dienstleisterin für andere Wirtschaftsbranchen“ (z.B. Werbung, Modebranche, Verpackungs-, Autoindustrie, Maschinenbau) und andererseits als „personennahe Dienstleisterin“, welche „Produkte und Dienstleistungen“ für den Endkundenmarkt in „Eigenregie“ erstellen (Söndermann 2009: 105). Hierbei handelt es sich um z.B. die Erstellung von Logos oder, wenn es um kleinere Aufträge geht, um die Gestaltung von Briefpapier oder Visitenkarten und somit um die grafische Gestaltung einer sogenannten Corporate Identity – auch Corporate Design genannt

Modearbeit hingegen beruht auf einer kunsthandwerklichen Arbeit. Genealogisch ist sie den traditionellen Künsten näher als Kommunikationsdesign (Reckwitz 2012). Dies gilt insbesondere für den Beginn der modespezifischen Wertschöpfungskette, der in dieser Studie betrachtet wird: das Modedesign. Zudem findet Modearbeit, mehr noch als die Arbeit von Kommunikationsdesigner\_innen, in einer Branche statt, die Glamour und zeitgeistigen Chic versprüht. Modedesign wird im Folgenden als Arbeitstätigkeit verstanden, die sowohl den Entwurf als auch die Herstellung von Bekleidung und Modeaccessoires beinhaltet. Sie bezeichnet ein handwerklich oder maschinell gefertigtes Kleidungsstück, also Schuhe oder Accessoires wie bspw. Gürtel, Taschen und Handschuhe – und unterscheidet sich insofern von der industriellen Fertigung von Bekleidung. Somit handelt es sich bei Modearbeit um Arbeitsprozesse, die in eine materiale Wertschöpfungskette eingebunden sind.

Dagegen mündet die Arbeit von Kommunikationsdesigner\_innen sowohl in materielle als auch in immaterielle Produkte (vgl. Krämer 2014: 227ff.). Während also Mode ein stofflicher Nachweis von künstlerisch-kreativer Arbeit ist, das, insbesondere wenn es sich nicht um Modeprodukte ‚von der Stange‘, sondern um in geringer Stückzahl produzierte Kleidung handelt, symbolisch als einmaliges Kunstwerk aufgeladen werden kann, mündet die Arbeit von Kommunikationsdesigner\_innen in ein künstlerisch-kreatives Arbeitsprodukt, das materiell nicht immer greifbar ist, sondern sich durch seine technische Reproduzierbarkeit auszeichnet und dem insofern nicht die eigentümliche Aura eines künstlerisch einmaligen Kunstwerks zukommt (vgl. Benjamin 1936). Kommunikationsdesign stellt folglich eine zunehmend immaterielle Wissensarbeit zwischen Technik – Kunst – Wirtschaft dar. Die Produktion von Mode ist hingegen stärker handwerklich geprägt, mündet in ein stofflich-materielles Produkt und siedelt auf einer Schnittfläche von Handwerk – Kunst – Wirtschaft.

Auch in Bezug auf die Arbeits- und Beschäftigungsbedingungen lassen sich feldspezifische Eigenheiten ausmachen. Bedingt durch ihre historische Verbindung zur Werbebranche, ist die Arbeit von Kommunikationsdesigner\_innen stärker in ein institutionalisiertes

Gefüge eingewoben als Arbeitsverhältnisse in der Modebranche. So können freiberufliche Kommunikationsdesigner\_innen Agenturen einerseits als wirtschaftliches Standbein nutzen. Andererseits zeigen unsere Befunde, dass (Werbe-)Agenturen zugleich als Entfremdungsinstanz wahrgenommen werden. Denn aufgrund der nur partiellen Einbindung von freien oder auf geringfügiger Basis beschäftigten Mitarbeiter\_innen schränken diese Arbeitsformen inhaltliches sowie zeitlich selbstbestimmtes Arbeiten und somit die subjektiv gewünschten, künstlerischen Freiheiten ein. Unseren Befunden zufolge bauen freiberuflich tätige Designer\_innen mit zunehmender Berufserfahrung deshalb ihr künstlerisch affiziertes Standbein aus und spezialisieren sich eher auf Tätigkeiten im Bereich des Corporate Designs. Daraus lässt sich schlussfolgern, dass insbesondere von freiberuflich erbrachter Designarbeit der Reiz einer inhaltlich, aber auch formal befriedigenden Arbeit ausgeht. Diese ideelle Aufladung von Designarbeit stellt die Akteur\_innen immer wieder vor die Frage, ob sie eher einen ästhetischen Anspruch an ihre Arbeit haben und gewissermaßen künstlerisch wertvoll arbeiten wollen – dann halten sie sich oftmals von der Werbebranche fern. Oder ob sie aus ihren Designfertigkeiten einen Handel wie jeden anderen machen (wollen) – dann zeigen sich meist weniger Berührungängste mit der Werbebranche.

In der Modebranche sind aufgrund spezifischer Branchenstrukturen Freelancer-Tätigkeiten nicht vergleichbar verbreitet wie im Feld Kommunikationsdesign. Denn in der Regel ist das selbständig betriebene Modelabel das Projekt. Projektarbeit ist hier seltener mit der temporären Einbindung in Organisationen verbunden, sondern überwiegend auf saisonal bedingte Mitarbeit (z.B. im Kontext von Fashion Shows), oftmals unterhalb des Qualifikationsniveaus einer Modedesignerin beschränkt. Während Projektarbeit im Feld Kommunikationsdesign also auch der Erschließung von „Einstellungskapital“ (Boltanski/Chiapello 2003: 35) dienen kann, sind die Erwerbsformen von Designer\_innen in der Modebranche organisatorisch vergleichsweise scharf differenziert. Wer als Modedesigner\_in arbeiten will, tut dies in der Regel auf eigene Rechnung. Um die Komplexität des Produktionsprozesses zu entzerren, verzichten kleine Labels, die häufig von Einzelpersonen betrieben werden, bisweilen auf die Fertigung von Saisonware und bedienen sich dreier Geschäftsstrategien, die wir Unikate-, Kollektions- und On-Demand-Strategie nennen.

Was auf beide Felder zutrifft, ist, dass sie sich durch strukturell prekäre Erwerbsstrukturen und durch einen Anteil von freiberuflichen Erwerbsformen auszeichnen, der bei fast 70 Prozent liegt (Söndermann 2012). Eine recht große Kluft jedoch tut sich bei den Einkommensverhältnissen auf. Während etwa Manske/Brunsen (2016 i.E.) auf die niedrigen Einkommen von Kommunikationsdesigner\_innen hinweisen, stellt sich die Situation in der Modebranche weitaus drastischer dar. Die Einkommen von selbstständigen Kommunikationsdesigner\_innen sind stark polarisiert. Laut den Erhebungen eines Berufsverbands erzielen ca. 14 Prozent einen jährlichen Umsatz von weniger als 14.000 Euro, in der Brutto-Einkunftsspanne von 20.000 bis 40.000 Euro p.a. liegen 27 Prozent. Mehr als 60.000 Umsatz p.a. machen etwa 23 Prozent aller selbstständigen Komm.designer\_innen (BDG 2012: 73). Zu den Einkommensverhältnissen in der kleinteiligen Modebranche liegen bislang keine belastbaren Daten vor. Den verschiedenen Kulturwirtschaftsberichten lässt sich aber entnehmen, dass etwa die Hälfte aller kleinen Modelabels einen Umsatz unter 17.500 Euro p.a. erzielt liegt und dass der Anteil von geringfügigen Beschäftigungsverhältnissen enorm hoch ist, d.h. dass schätzungsweise 40 Prozent aller selbstständigen Modedesigner\_innen zusätzlich einem Mini-Job nachgehen (Kulturwirtschaft Berlin 2008: 69).

## Hybride Subjektpositionen und praktische Stellungskämpfe

Ressourcen für die subjektive Bewältigung einer solchen Arbeit im Prekarisierungs-Modus – immerhin sagt jede\_r zweite auf eigene Rechnung agierende Designer\_in auch nach langjähriger Berufserfahrung von sich, dass das Auskommen nicht zum Leben reicht – sind soziale Netzwerke, private Lebenskonstellationen sowie gegebenenfalls familiär verfügbare, ökonomische Ressourcen, die die Akteur\_innen animieren, die Gegenwart nicht in erster Linie als bedrohlich zu betrachten. Die Toleranz gegenüber einer sozial verletzlichen Arbeits- und Lebenslage leitet sich folglich nicht nur aus einem romantisch überhöhten Künstlerbild oder einer legitimatorischen Abneigung gegenüber einem Angestelltenverhältnis ab. Vielmehr sind die Möglichkeiten der Verwirklichung der jeweiligen Interessen und Ideen eng geknüpft an die Bewegungsspielräume, die sich im Feld, aber auch in äußererwerblichen Beziehungszusammenhängen eröffnen.

Vor diesem Hintergrund scheinen Prekarisierungs-Erfahrungen bzw. die Erfahrung einer anhaltend prekären Marktlage die Akteur\_innen nicht zu lähmen. Vielmehr aktivieren sie mitunter eher zu einer erwerbswirtschaftlichen Gelegenheitsorientierung, die in der Regel freilich eher für deprivilegierte soziale Gruppen zutrifft und insofern die ökonomische Härte deutlich macht, der sich Beschäftigte in künstlerisch-kreativen Erwerbsfeldern allgemein stellen müssen.

Es verwundert daher nicht, dass unsere Fallanalysen der Designbranche ebenso unmissverständlich auf soziale Abstiegsängste hinweisen. Denn einigen scheint durchaus langsam die Energie auszugehen, ihren prekären Status auszuhalten und dennoch die Zukunft als segensreich zu antizipieren. Es handelt sich insofern um ein Kontinuum von Erkennen und Verkennen der Arbeits- und Beschäftigungsbedingungen der Designbranche. Die an die Verkennung der Verhältnisse gekoppelte Selbst-Prekarisierung wird dabei zugleich zu einem Moment der kritischen Distanzierung von z.B. den Ausbeutungstendenzen in Agenturen oder zu einer geringfügigen Arbeit etwa in einer Modeboutique. Aus einer subjektorientierten Perspektive stellt sich diese nur bedingt freiwillig gewählte Selbst-Prekarisierung als Ausdruck einer feldspezifischen Handlungsstrategie dar, welche die branchenspezifischen Zwänge in einen Subjektivierungsmodus umarbeitet, der widersprüchliche Logiken balanciert. Er muss daher als ein dialektisches Selbstverhältnis zwischen unternehmerischem und künstlerischem Selbst betrachtet werden, das keineswegs ineinander aufgeht, sondern strategisch akzentuiert ist.

Deshalb sind die Subjektpositionen unzureichend erklärt, wollte man sie lediglich als (selbst-disziplinarische) Unterwerfung unter marktliche Imperative im Geiste der Künstlerkritik respektive als innovatives und dynamisches unternehmerisches Handeln fassen. Realistischer scheint es vielmehr zu sein, diese Strategien als in sich ambivalente, also als hybride Praxisformen von feldbezogenen Stellungskämpfen zu begreifen. Im Kern lassen sich die dahinterliegenden Arbeitslogiken so bündeln, dass einerseits die Produkte zu einem „Fetisch als Kunstwerk“ (Bourdieu 2001: 292) verschleiert werden, während andererseits die Produkte als wirtschaftliche Ware betrachtet werden. Auf Ebene der subjektiven Interessen lässt sich folglich das Interesse nach künstlerischer von dem nach wirtschaftlicher Selbstbestimmung voneinander unterscheiden.

### Vier Muster einer realtypischen Verausgabung von Arbeitskraft

Als praktische Ausprägungen dieser idealtypischen Interessen haben wir vier Muster identifiziert, anhand derer sich die realtypische Verausgabung von Arbeitskraft nachvollziehen lässt.

- (1) Lustgewinn eines unternehmerischen Selbst,

- (2) Selbstoptimierung als Zumutung,
- (3) Künstlerkritische Distanzierung sowie
- (4) Kampf um respektable Feldzugehörigkeit.

Abbildung 1 bündelt diese empirischen Muster und die darin zum Tragen kommenden Interessen zwischen wirtschaftlicher und künstlerischer Selbstbestimmung. Deutlich wird, dass es sich dabei nicht um jeweils für sich stehende Strategien handelt, sondern um relationale Konstellationen, die sich teilweise überschneiden. In diesen Schnittmengen kommen die jeweiligen Kompromisse und Konzessionen zum Tragen, welche im Arbeitsalltag aufgrund unterschiedlicher Beweggründe und abhängig von der jeweiligen Lebenslage eingegangen werden. Die folgende Abbildung dient dazu, die identifizierten empirischen Praxismuster auf einer abstrakteren Ebene zu erfassen und vergleichend darstellen zu können.

### Subjektpositionen in der Designbranche

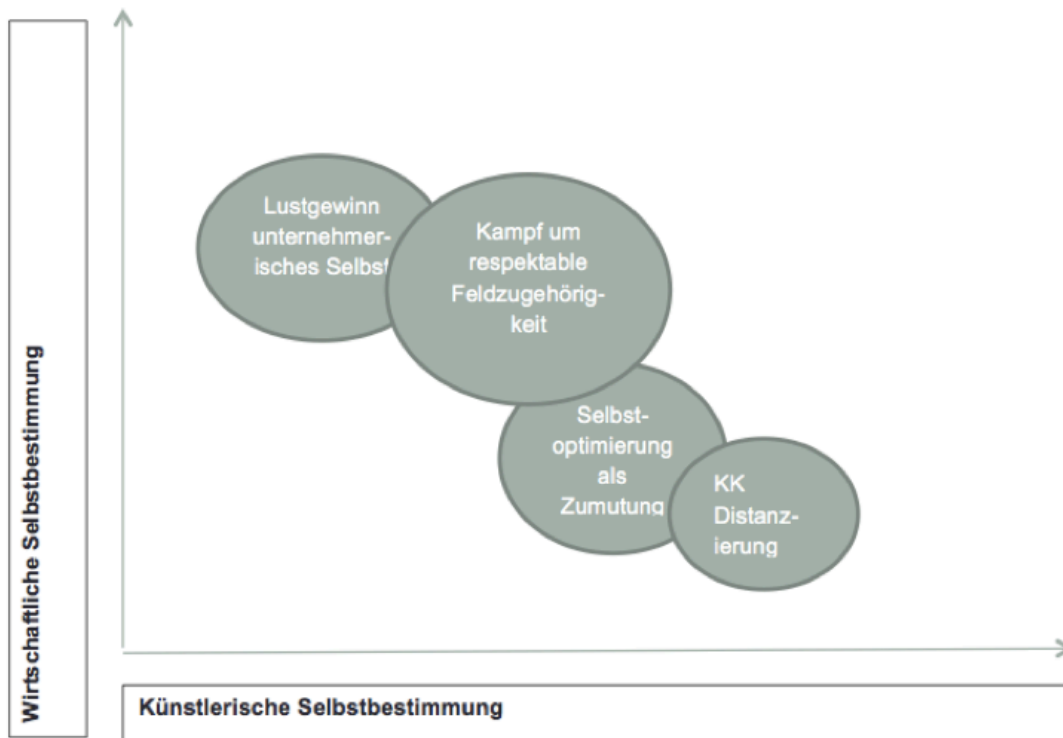


Abb. 1. Subjektpositionen in der Designbranche

*Lustgewinn eines unternehmerischen Selbst* – Dieses Muster taucht stärker in der Kommunikationsdesign- als in der Modedesignbranche auf, was auf deren unterschiedliche kulturelle Logiken zurückgeführt wird. Es weist die größte Nähe zum Bröckling'schen unternehmerischen Selbst respektive zum Arbeitskraftunternehmer auf, weicht jedoch zugleich in entscheidenden Punkten davon ab. Arbeit an sich wird hier kaum als Selbstverwirklichung hypostasiert, ein unternehmerischer Status hingegen schon. Trotz dieser deutlichen Status-Orientierung ist Erwerbsarbeit nicht der Lebensmittelpunkt, sondern ein wichtiger Lebensbereich, der mit anderen koordiniert werden muss. So geht es hier nicht primär um Selbstverwirklichung in

und durch Arbeit, sondern im Sinne einer (geschlechterübergreifenden) doppelten Vergesellschaftung um die Vereinbarung von unternehmerischen Ambitionen und lebensweltlichen Ansprüchen. In den beruflichen Status wird zwar viel soziales und kulturelles Kapital investiert; aber nicht um den Preis von Dissonanzen in der Lebensführung oder gesundheitlich beeinträchtigenden Belastungen. Gleichwohl dient ein eher traditioneller Unternehmer-Begriff als Vorbild. Doch während Schumpeters Unternehmer restlos schafft, weil er nicht anders kann und somit ein hoch exponiertes, protestantisches Arbeitssubjekt abgibt, ist das in diesem Fall anders. Hier geht es nicht nur um eine unternehmerische Selbst-Modellierung zum Selbstzweck, sondern auch um die Erschließung von Handlungsoptionen und Freiheiten jenseits erwerbswirtschaftlichen Schaffens. Ausgestattet mit einer relativ leidenschaftslosen Haltung gegenüber ihren Arbeitsinhalten, aber mit Feuer für eine freiberufliche Erwerbsform wird hier auf einen beharrlich erarbeiteten, wirtschaftlichen Durchbruch vertraut. Typisch ist eine optimistische sowie offene Zukunftshaltung, die eine recht unbekümmerte Verarbeitungsform der sozialen und wirtschaftlichen Unsicherheiten im Rahmen eines hybriden Selbstbildes zwischen Unternehmer und Lebenskünstler reflektiert. Die Gegenwart dieser Lebensform scheint sich geradewegs in eine Zukunft ohne weitere Sorgeverpflichtungen zu entspinnen. Hier passen sich zumeist noch relativ junge, beruflich gut vernetzte Designer\_innen pragmatisch an die Gegebenheiten an. Im Zweifel können sie auf familiäre Ressourcen zurückgreifen, die über wirtschaftliche Durststrecken hinweghelfen. Oft haben sie einen „Plan B“ in der Tasche. Dieser Plan besteht darin, sich notfalls auf einem geringeren Niveau – z.B. als (prekär) Beschäftigte in der Gastronomie – einzurichten. Der Lustgewinn besteht also auch, aber nicht nur in der affirmativen Durchdringung eines unternehmerischen Selbst, sondern gleichfalls in der Eröffnung eines Planungshorizonts für den künftigen Lebensverlauf.

*Kampf um respektable Feldzugehörigkeit* – In dieser offenbar dominierenden Strategie sich als freiberufliche Designer\_in zu behaupten, wird Arbeit als zentraler Ort zur Verausgabung eines professionellen Berufsethos verstanden. Herausragendes Merkmal ist nicht nur der Wunsch nach wirtschaftlicher Selbstbestimmung, sondern auch ein ambitioniertes fachliches Niveau zu erreichen. Kennzeichnend sind zugleich sporadisch auftretende, soziale Abstiegsängste. In diesen Fällen zeigt sich, welche Konflikte und strategischen Kompromisse der Spagat eine auf der zeitlichen Langstrecke prekären, hoch subjektivierten Arbeit insbesondere dann mit sich bringt, wenn er mit familialen Sorgepflichten vereinbart werden muss. Bestandteil dieser Positionierungsstrategie ist eine Subjektposition eines unternehmerisch untersetzten Arbeitsethos', die neben wirtschaftlicher Sicherheit auf ein qualitativ hochwertiges Arbeitsprodukt setzt: Man will Geschäftsmann bzw. -frau sein. Theoretisch erfüllen die nämlichen Befragten insofern viele Kriterien eines unternehmerischen Leitbildes. So versucht sich etwa eine befragte Modedesignerin einen spezifischen Absatzmarkt (Mode für reifere Damen) zu erschließen, verfolgt eine systematische und rational organisierte „Kollektionsstrategie“ und versucht ihre Herzensangelegenheit, das Talent, ökonomisch zu rationalisieren und in ein wirtschaftliches Handeln umzulenken. Sie ist gewissermaßen eine „Herzblutunternehmerin“ (Euteneuer 2011: 136ff.). Allein diese Anstrengungen führen oftmals nicht zu dem gewünschten Erfolg, weil die Verhältnisse den subjektiven Anstrengungen meist nicht entgegen kommen, sondern ihnen vielmehr entgegenstehen. Dies braut sich zu einem oftmals als auf Widerruf empfundenen Leben zusammen, das hart an der Grenze dauerhafter Burn-Out-Symptomatiken segelt (vgl. Neckel/Wagner 2013). Dass es sich um einen „Kampf“ handelt, wird dabei in zweifacher Hinsicht relevant. Denn der pragmatische Selbstentwurf als Geschäftsmensch wird oftmals von Wut oder Trauer überschattet, sich vom künstlerischen Selbst distanziert zu haben. Dennoch ist es das zentrale Interesse, aus der künstlerisch-kreativen Arbeit mittels einer am Markt und am Kundengeschmack orientierten, tendenziell seriellen Produktion von Gütern und

Dienstleistungen einen vorrangig kommerziellen Handel zu machen. Professionell hochwertige Arbeit wird als Vehikel für eine Status-Stabilisierung gewertet, die auch aus lebensweltlichen Erfordernissen und familiären Sorgepflichten erwächst. Der Kampf um eine respektable Feldzugehörigkeit spiegelt insofern nicht allein einen feldspezifischen Stellungskampf wider, sondern auch Geschichten von individuell höchst beanspruchenden Verbindungsleistungen von Arbeit und Leben in einem prekären Erfahrungszusammenhang.

*Selbstoptimierung als Zumutung* – Hier ist Arbeit künstlerisch-symbolisch stark aufgeladen und in diesem Sinne normativ subjektiviert. Spiegelbildlich dazu wird eine marktinduzierte Modellierung als unternehmerisches Selbst als Zumutung erlebt, die es in einem subjektiv erträglichen Maß zu halten gilt. Nach unserer Einschätzung ist dieses Muster in der Kommunikationsdesignbranche stärker verbreitet als in der Modearbeit und wird als Distinktionsmodus gegenüber den Querverbindungen zur Werbebranche praktiziert. Arbeit erscheint als ein essenzieller Bestandteil der Persönlichkeit, in der die oftmals notwendigen ökonomischen Kompromisse als Beeinträchtigung für die Entfaltung der gewünschten, künstlerisch konnotierten Arbeitsidentität gesehen werden. Im Rahmen des Machbaren wird eine relative Interesselosigkeit gegenüber kommerziellem Erfolg an den Tag gelegt. Investiert wird dagegen emsig in die Bildung von sozialem Kapital und, wenngleich geringer ausgeprägt, auch in die Steigerung des kulturellen Kapitalstocks in Form von beruflicher Qualifikation. Typisch sind Grenzgänge zwischen zwei Feldern, die deren spezifische Logiken miteinander auszusöhnen trachten: dem Feld der Bildenden Kunst (als das mit höheren, künstlerischen Weihen versehene Ursprungsfeld) und der Designbranche (als marktvermitteltes und vergleichsweises profanes Erwerbsfeld). Diese Fallgeschichten sind von einem subjektiv belastenden Spannungsfeld von ökonomischer versus symbolischer Wertschätzung geprägt. In einigen Fällen entwickeln sie sich gar zu einem Kampf am mentalen wie wirtschaftlichen Abgrund. Um sich zu behaupten und die Bedingungen möglichst doch nach den eigenen Interessen zu gestalten, werden hybride Erwerbsformen als Pendelexistenz zwischen unterschiedlichen künstlerisch-kreativen Feldern praktiziert. Unverkennbar handelt es sich dabei um eine Suche nach Wegen, die individuelle Arbeitsmarktlage flexibel und zugleich sicher zu gestalten, ohne das hohe Subjektivierungspotenzial von Arbeit zu unterminieren. Diese Strategie zwischen verschiedenen Erwerbsformen und Feldern zu pendeln, entlastet zwar temporär von den alltäglichen Existenzsorgen. Doch zusammen genommen weckt dieser unstete Status und die damit verquickte ökonomische Prekarität ein Gefühl von wirtschaftlicher Abhängigkeit und von moralischer Entwürdigung. Da es sich indes um eine Strategie handelt, die am liebsten auf zwei Hochzeiten tanzen würde, sind die Investitionsstrategien nicht eindeutig auf ein bestimmtes Feld ausgerichtet. Obgleich nur eine freiberufliche Erwerbsform als Garant für die angestrebte künstlerische Freiheit betrachtet wird, wird diese in der Regel von Freelancer-Episoden in Design- und/oder Werbe-Agenturen getragen, um wirtschaftliche Sicherheit zu erreichen. Die Übernahme von privaten Sorgepflichten scheint aufgrund der labilen Erwerbslage außer Reichweite, (oder?) aber zumindest ein ökonomisches Hasardspiel zu sein.

*Künstlerkritische Distanzierung vom Feldgeschehen* – Hierbei handelt es sich um eine Strategie, die unseres Erachtens im Feld eine Art Randposition bekleidet, aber in der Modebranche aufgrund ihrer stärker künstlerischen Konnotation etwas verbreiteter zu sein scheint als im Feld Kommunikationsdesign. Die daran geknüpften, beruflichen Identität lässt sich treffend als heterodoxe\_r Künstler\_in beschreiben. In diesen Fallgeschichten geht es nur bedingt um einen feldspezifischen Professionsanspruch als vielmehr darum, auf einer unkonventionellen Außenseiterrolle zum Feldgeschehen zu bestehen – und daraus ein gewisses Autonomiepotenzial

zu schöpfen. Durch diese Fallgeschichten zieht sich ein roter Faden, der sich, gefasst in theoretische Kategorien, als zufriedenes, künstlerisches Selbst beschreiben lässt, dessen Arbeit künstlerisch verzaubert erscheint und von einem tiefen Gefühl der Selbstverwirklichung durchzogen ist. Vor dem Hintergrund eines stark ausgeprägten, künstlerischen Handwerkerstolzes werden ökonomische Verwertungskriterien der eigenen Arbeit recht skeptisch beurteilt. Wichtige Leitplanken dieser künstlerischen Freiheit sind ein subjektivierender Rekurs auf die von Boltanski/Chiapello (2003) beschriebene Künstlerkritik, prekäre Mehrfachbeschäftigungen sowie oftmals eine Existenz in privater Abhängigkeit. Sich auf diese Weise zu den Feldbedingungen zu positionieren, platziert die betreffenden Fälle indes in eine randständige und ökonomisch prekäre Marktlage. Diese jedoch füllen sie vergleichsweise offensiv aus. Denn in der subjektiven Selbstwahrnehmung wird diese Form der Selbst-Prekarisierung zu einer Praxis der künstlerischen Freiheit aufgewertet. Dementsprechend wird kaum in die Stabilisierung des ökonomischen Status als vielmehr in die Arbeitsmoral eines künstlerischen Selbst investiert. Auch hier ist es indes nicht ohne weiteres möglich, die Art der Arbeit eindeutig und ausschließlich in einem Feld zu verorten, sodass die zunehmende Verflechtung von verschiedenen künstlerisch-kreativen Erwerbsfeldern auch in diesen Fallgeschichten ein großes Thema ist. In Kauf genommen wird hierfür ein ökonomisch abhängiger Status in Form von sporadischen, sozialstaatlichen Unterstützungsleistungen und/oder privaten, ökonomischen Abhängigkeitsverhältnissen.

### Fazit: Hybride Konstellationen als Formverlust von Arbeit

Insgesamt zeigen die Befunde, dass künstlerisch-kreative Arbeit immer öfter nicht auf einem eindeutig und über die Zeit stabilen Erwerbsstatus beruht. Vielmehr kristallisieren sich hybride Erwerbsformen und -strategien heraus. In ihnen verknüpfen sich Merkmale atypischer, auch prekärer, flexibilisierter und entgrenzter Erwerbsformen mit Merkmalen selbständiger, vulgo unternehmerischer Erwerbstätigkeit. In dieser Entwicklung zeichnet sich eine Heterogenisierung von Arbeits- und Beschäftigungsverhältnissen jenseits des Dualismus von Arbeitnehmer und Unternehmer ab, die auch nicht hinreichend als in sich geschlossene solo-selbständige Erwerbsform charakterisiert ist.

Vielmehr entwickeln sich im Kontext einer Zunahme von befristeten und projektbestimmten Arbeitsverhältnissen hybride Erwerbsformen, die situativ und nachfragebedingt zwischen selbständiger und abhängig beschäftigter Arbeit schwanken. Dass sich hybride Erwerbsstrategien in den unterschiedlichen Kulturberufen und zwar sowohl im öffentlich geförderten Kulturbereich als auch in privatwirtschaftlich organisierten sonstigen Kulturberufen auffinden lassen, scheint daher eine zeithistorisch spezifische Variante der künstlerischen Standbein-Spielbein-Strategie zu sein, um der aus subjektiven Sicht „eigentlichen“ Arbeit nachgehen zu können. Sie dient somit der Aufrechterhaltung eines spezifischen Berufsethos und der Realisierung eines subjektiv angestrebten Arbeits-Lebens-Modells. Daher sind hybride Erwerbsstrategien nicht mit einer working-poor-Problematik identisch, in der aus der Not heraus jeder Job angenommen wird. Hybride Erwerbsstrategien sind vielmehr als ein Kompromiss zu betrachten, sich situativ an Arbeitsmarkterfordernisse anzupassen und diese mit individuellen Interessen in Übereinstimmung zu bringen. Die Akteur\_innen werden somit zu Grenzgänger\_innen zwischen Erwerbsformen und -feldern, basteln sich flexible Erwerbskarrieren, die sich mit Voß (2001) als Individualberuf fassen lassen.

Eigensinnig sind diese Subjektpositionen schließlich insofern, als sie sich durch eine je spezifische Verknüpfung unterschiedlicher Rationalitäten auszeichnen und individuell äußerst



unterschiedliche Ansprüche an Arbeit anmelden. Die zweifelsfrei notwendige, ökonomische Selbst-Disziplinierung beruht daher nicht in erster Linie auf einer marktorientierten Unterwerfung von subjektiven Ideen und Interessen, sondern eher auf handlungsstrategischen Kompromissen sich an die Regeln einer Arbeitswelt anzupassen, die in diesen kommerziell geprägten Feldern nur wenig Raum für eine künstlerisch-symbolische Aufladung des Arbeitsprozesses wie seiner Produkte und Dienstleistungen lassen. Verkürzt erscheint daher die bisweilen anzutreffende Unterstellung, dass das Reich künstlerischer Freiheit in einem neuen Unternehmertum gesucht würde. Vielmehr ist es so, dass künstlerische Ambitionen mitunter einem unternehmerischen Selbstbild untergeordnet werden. Aber eine ideologische Verblendung in diesem Sinne konnte empirisch nicht festgestellt werden. Vielmehr sind die verschiedenen Positionen in ökonomische Wagnisse eingebettet, die zum einen um den Preis von wirtschaftlicher Knappheit an einer normativen Subjektivierung von künstlerisch-kreativer Arbeit festhalten. Zum anderen zeigt sich eine marktorientierte Anpassung an die stummen Bedingungen der Möglichkeiten, die jedoch nicht als schlichtes Exekutiv struktureller Zwänge zu betrachten ist. Sich als Geschäftsmensch bzw. als Unternehmer\_in modellieren, beruht vielmehr auf einer sozialen Praktik, die sich ein Stück weit vom Subjektideal des Künstlers distanziert, um mittels dieses Kunstgriffs die Idee von wirtschaftlicher und kultureller Selbstbestimmung zu verwirklichen, ohne sich damit zu einer Magd des Marktes zu machen.

Insofern hierbei unterschiedliche strategische Interessen im Hinblick auf die subjektive Sinnhaftigkeit von Arbeit verfolgt werden, stehen diese auch für einen differenzierten Arbeitsbegriff. Wenn nämlich in der Arbeitssoziologie inzwischen unisono von einem um subjektive Potenziale erweiterten, um einen auch emotional entgrenzten sowie intuitiv unterlegten Arbeitsbegriff ausgegangen wird (vgl. z.B. Böhle 2010), dann muss dieser unstrittigen Diagnose aus hiesiger Perspektive eine zentrale Erkenntnis angefügt werden. Denn wie deutlich wurde, kompensieren die Akteur\_innen Status-Unsicherheiten nicht allein mit einem Selbstverwirklichungsdrang, sondern gehen Erwerbsarbeit auch als eine im Kern rationale und zweckgebundene Tätigkeit an, die der Bestreitung des Lebensunterhalts dient.

Um abschließend auf den Punkt zurückzukommen, inwieweit die vorgestellten Subjektpositionen gängigen Deutungsangeboten entsprechen oder sie überschreiten, muss zuvorderst unterstrichen werden, dass die Opfer-, Komplizen- und Unternehmer-These zweifellos auch für sich genommen eine gewisse Erklärungskraft besitzen. In je unterschiedlicher Weise bieten alle drei einen wichtigen heuristischen Rahmen für die Analyse von künstlerisch-kreativer Arbeit im arbeitgesellschaftlichen Wandel, insbesondere um Herrschaftsaspekte des flexiblen Kapitalismus nicht aus den Augen zu verlieren. Auf gesamtgesellschaftlicher Ebene steht wohl außer Frage, dass Selbstverwirklichung in und durch Arbeit spätestens seit den 1990er Jahren zu einer allgemeinen Anforderungsstruktur geworden ist. Ebenso klar liegt auf der Hand, dass sich etwa in der Sozialfigur des Arbeitskraftunternehmers (Voß/Pongratz 1998) sowie im unternehmerischen Selbst (Bröckling 2007) ein neues ökonomisches Paradigma ausdrückt, das den Individuen im Vergleich zum sozialstaatlich regulierten Kapitalismus der industriegesellschaftlichen Ära mehr Eigenverantwortung und marktorientierte Flexibilität abfordert. Gleichermäßen ist offensichtlich, dass eine normative Subjektivierung von Arbeit in vielen Milieus der sozialen Mitte zu einer subjektiv befriedigenden Lebensführung selbstverständlich dazu gehört; insbesondere in jenen, die in den letzten Jahrzehnten eine besondere Affinität zu künstlerisch-kreativer Arbeit entwickelt haben. Zudem, das unterstreichen unsere empirischen Befunde, dient ein künstlerisch-kreatives Arbeitsethos mitunter durchaus dazu, die ökonomischen Verhältnisse und Ausbeutungsbeziehungen zu erklären, unter denen gearbeitet wird.

Dennoch eignen sich die als Opfer-Komplizen-Unternehmer-Zugriff identifizierten Ansätze nur bedingt als Ratgeber für die empirische Analyse. Zu viele Differenzierungen und auch Widersprüchlichkeiten bleiben im Ergebnis ausgeblendet. Wie deutlich wurde, lässt sich deren theoretisch jeweils recht eindeutiger Deutungsrahmen empirisch nicht halten, um die handlungsstrategischen Auseinandersetzungen der Akteur\_innen mit den feldspezifischen Bedingungen sowie deren Subjektpositionen auf den Begriff zu bringen. Mehr noch, meines Erachtens verstellt deren explizite Theoretisierung die soziale Wirklichkeit eher, als dass sie sie hinreichend differenziert und in ihrer praktischen Widersprüchlichkeit aufschließen würde.

Zumindest, wenn die Beobachtung zutrifft, dass sich sozialer Wandel immer auch dort vollzieht, wo die „eben nicht lückenlos flexibel-kapitalistisch programmierten und programmierbaren“ (Lessenich 2009: 291) Subjekte sich bewegen – in ihrer alltäglichen Praxis der Lebensführung, dann muss der analytische Zugriff auch Verwerfungen, Ambivalenzen und Uneindeutigkeiten erfassen können, um prozesshafte Widersprüchlichkeiten und Kontingenzen von strukturellen Macht- und Ungleichheitsverhältnissen heraus zu arbeiten.

## Literatur:

- Aulenbacher, Brigitte (2005): Subjektivierung von Arbeit. Ein hegemonialer industriesoziologischer Topos und was die feministische Arbeitsforschung und Gesellschaftsanalyse dazu zu sagen haben, in: Lohr, K/Nickel, H. M. (Hg.): Subjektivierung von Arbeit – Riskante Chancen? Westfälisches Dampfboot: Münster, S. 34-65.
- Baethge, Martin (1994): Arbeit und Identität. In: Beck, U./Beck-Gernsheim, E. (Hg.): Riskante Freiheiten. Frankfurt/M.: Suhrkamp, S. 245-264.
- BDG (2012): Honorar- und Gehaltsreport. Berufsverband der Deutschen Kommunikationsdesigner e. V., Berlin.
- Benjamin, Walter (1936): Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. In: Tiedemann, R./Schweppenhäuser, H. (1989) (Hg.): Benjamin, W: Gesammelte Schriften Band VII, Werkausgabe Bd 1. Frankfurt/M.: Suhrkamp, S. 350–384.
- Birenheide, Almut (2008): Herr und Knecht – die Ambivalenzen der Selbstunternehmung. In: Leviathan 36 (2), S. 274-291.
- Bögenhold, Dieter/Fachinger, Uwe (2010): Mikro-Selbständigkeit und Restrukturierung des Arbeitsmarktes. Theoretische und empirische Aspekte zur Entwicklung des Unternehmertums. In: Bührmann, A.D./Pongratz, H.J.(Hg.): Prekäres Unternehmertum. Unsicherheiten von selbstständiger Erwerbstätigkeit und Unternehmensgründung. Wirtschaft und Gesellschaft. Wiesbaden: VS, S. 65-86.
- Böhle, Fritz (2010): Arbeit als Handeln. In: Böhle, F./Voß, G. G./Wachtler, G. (Hg.) (2010): Handbuch Arbeitssoziologie. Wiesbaden: VS, S. 151-176.
- Boltanski, Luc/Chiapello, Eve (2003): Der neue Geist des Kapitalismus. Konstanz: UVK.
- Bolte, Karl Martin (1983): Subjektorientierte Soziologie – Plädoyer für eine Forschungsperspektive. In: ders./Treutner, E. (Hg.): Subjektorientierte Arbeits- und Berufssoziologie. Frankfurt/New York: Campus, S. 12-36.
- Bourdieu, Pierre (1997): Das literarische Feld. In: Bourdieu, Pierre/Pinto, Louis (Hg.): Streifzüge durch das literarische Feld. Konstanz: UVK, S. 33-147.
- Bourdieu, Pierre (2001): Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre (2004): Prekarität ist überall, in: Bourdieu, P.: Gegenfeuer, Konstanz: UVK, S. 107-113.
- Bröckling, Ulrich (2007): Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Castel, Robert (2000): Die Metamorphosen der sozialen Frage. Eine Chronik der Lohnarbeit. Konstanz: UVK.
- Castel, Robert/Dörre, Klaus (2009): Prekarität, Abstieg, Ausgrenzung. Die soziale Frage am Beginn des 21. Jahrhunderts. Frankfurt/New York: Campus.

- Dangel-Vornbäumen, Caroline (2010): Freischaffende Künstler und Künstlerinnen – Modernisierungsavantgarde für prekäres Unternehmertum? In: Bührmann, A. D./Pongratz, H. J. (Hg.): Prekäres Unternehmertum. Unsicherheiten von selbständiger Erwerbstätigkeit und Unternehmensgründung. Wiesbaden: VS, S. 137-166.
- Eikhof, Doris Ruth/Haunschild, Axel (2006): Lifestyle Meets Market: Bohemian Entrepreneurs in Creative Industries. In: Creativity and Innovation Management 15 (3), S. 234-241.
- Enquete-Bericht (2007): Schlussbericht der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“. Deutscher Bundestag, 16. Wahlperiode. Drucksache 16/7000.
- Euteneuer, Matthias (2011): Unternehmerisches Handeln und romantischer Geist. Selbständigkeit in der Kulturwirtschaft. Wiesbaden: VS.
- Florida, Richard (2002): The Rise of the Creative Class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life. New York: Basic Books.
- Foucault, Michel (2004): Geschichte der Gouvernementalität. Bd.1, Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Foucault, Michel (2007): Subjekt und Macht. In: Foucault, M. (2007): Ästhetik der Existenz (zuerst in: Dreyfus, H./Rabinow, P. (1982): Michel Foucault: Beyond Structuralism and Hermeneutics, Chicago, S. 208-226). Frankfurt/M.: Suhrkamp, S. 81-104.
- Haak, Carroll (2008): Wirtschaftliche und soziale Risiken auf den Arbeitsmärkten von Künstlern. Wiesbaden: VS.
- Haak, Carroll/Schmid, Günther (1999): Arbeitsmärkte für Künstler und Publizisten - Modelle einer zukünftigen Arbeitswelt? Discussion Paper P99-506. Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung.
- Howkins, John (2001): The creative economy. How people make money from ideas. London: Penguin.
- Kleemann, Frank/Voß, G. Günter (2010): Arbeit und Subjekt. In: Böhle, F./Voß, G. G./Wachtler, G. (Hg.): Handbuch Arbeitssoziologie. Wiesbaden: VS, S. 415-450.
- Koppetsch, Cornelia (2006): Das Ethos der Kreativen. Eine Studie zum Wandel von Identität und Arbeit am Beispiel der Werbeberufe. Konstanz: UVK.
- Krämer, Hannes (2012): Kreativarbeit in spätmodernen Ökonomien. In: Kubicek, B./Miglbauer, M./Muckenhuber, J./Schwarz, C. (Hg.): Arbeitswelten im Wandel. Interdisziplinäre Perspektiven der Arbeitsforschung. Wien: Facultas, S. 167-192.
- Krämer, Hannes (2014): Die Praxis der Kreativität. Eine Ethnografie kreativer Arbeit. Bielefeld: transcript.
- Kulturwirtschaftsbericht Berlin (2008): Entwicklungen und Potenziale. Berlin: Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen.
- Lange, Bastian (2007): Die Räume der Kreativszenen: Culturepreneurs und ihre Orte in Berlin. Bielefeld: transcript.
- Lessenich, Stephan (2009): Das System im/am Subjekt oder: Wenn drei sich streiten, freut sich die (kritische) Soziologie. In: Dörre, K./Lessenich, S./Rosa, H. (Hg.): Soziologie. Kapitalismus. Kritik. Eine Debatte. Frankfurt/M.: Suhrkamp, S. 280-294.
- Loacker, Bernadette (2010): kreativ prekär. Bielefeld: transcript.
- Lohr, Karin (2010): Eigensinn und Widerstand. Versuch einer konzeptionellen Annäherung im Kontext der Subjektivierungsdebatte. In: Frey, M. et al. (Hg.): Perspektiven auf Arbeit und Geschlecht. Transformationen, Reflexionen, Interventionen. München/Mering: Hampp, S. 247-276.
- Lorey, Isabel (2007): Vom immanenten Widerspruch zur hegemonialen Funktion. Biopolitische Gouvernementalität und Selbst-Prekarisierung von KulturproduzentInnen. In: Raunig, G./ Wuggenig, U. (Hg.): Kritik der Kreativität, Wien: Turia+Kant, S. 121-136.
- Mandel, Birgit (2007): Die neuen Kulturunternehmer. Ihre Motive, Visionen und Erfolgsstrategien. Bielefeld: transcript.
- Manske, Alexandra (2015): Kapitalistische Geister in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Kreative zwischen wirtschaftlichem Zwang und künstlerischem Drang. Bielefeld: transcript.
- Manske, Alexandra/Brunsen, Hendrik (2016): Informelle Beziehungen als Flexibilitätsressource auf Projektarbeitsmärkten. Zur sozialen Ordnung einer Designagentur. In: Holst, H./Dörre, K. (Hg.): Fragmentierte Belegschaften – Globale Perspektiven auf Leiharbeit, Werkverträge und Informalität. Frankfurt/New York: Campus (i.E.).

- Manske, Alexandra/Piallat, Chris (2010): Unsicherheit als Geschäftsgrundlage. Von der Künstlerexistenz zum prekären Arbeitskraftunternehmer. In: Favoriten 2010. Beilage zu 20 Jahre Theaterzwang in NRW, S. 41-46.
- Manske, Alexandra/Schnell, Christiane (2010): Arbeit und Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft. In: Böhle, F./Voß, G. G./Wachtler, G. (Hg.): Handbuch Arbeitssoziologie. Wiesbaden: VS, S. 699-729.
- Menger, Pierre-Michel (2006): Kunst oder Brot? Die Metamorphosen des Arbeitnehmers. Konstanz: UVK.
- Raunig, Gerald/Wuggenig, Ulf (2007): Kritik der Kreativität. Vorbemerkungen zur erfolgreichen Wiederaufnahme des Stücks Kreativität. In: Raunig, G./Wuggenig, U. (Hg.): Kritik der Kreativität Wien: Turia + Kant, S. 190-206.
- Reckwitz, Andreas (2012): Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Schulz, Gabriele/Zimmermann, Olaf/Hufnagel, Rainer (2013): Arbeitsmarkt Kultur. Zur wirtschaftlichen und sozialen Lage in Kulturberufen, hg. von Deutscher Kulturrat e.V., Berlin.
- Schumpeter, Joseph A. (2005/1947): Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie. Tübingen und Basel: UTB.
- Söndermann, Michael (2009): Kultur- und Kreativwirtschaft: Ermittlung der gemeinsamen charakteristischen Definitionselemente der heterogenen Teilbereiche der "Kulturwirtschaft" zur Bestimmung ihrer Perspektiven aus volkswirtschaftlicher Sicht; Endbericht.
- Söndermann, Michael (2012): Kultureller Beschäftigungsmarkt und Künstlerarbeitsmarkt. Kulturstatistische Analyse zum Anhang des Staatenberichts im Auftrag der Deutschen UNESCO-Kommission. Arbeitskreis Kulturstatistik e.V., Redaktionsstand 26.3.2012.
- Vester, Michael et al. (2001): Soziale Milieus im gesellschaftlichen Strukturwandel. Zwischen Integration und Ausgrenzung. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Voß, G. Günter (1991): Lebensführung als Arbeit. Über die Autonomie der Person im Alltag der Gesellschaft. Stuttgart: Enke.
- Voß, G. Günter (2001): Auf dem Wege zum Individualberuf? Zur Beruflichkeit des Arbeitskraftunternehmers. In: Kurtz, T. (Hg.), Aspekte des Berufs in der Moderne, Opladen: Leske+Budrich, S. 287-314.
- Voß, G. Günter (2010): Was ist Arbeit? Zum Problem eines allgemeinen Arbeitsbegriffs. In: Böhle, F./Voß, G. G. /Wachtler, G. (Hg.): Handbuch Arbeitssoziologie. Wiesbaden: VS, S. 23-79.
- Voß, G. Günter/Pongratz, Hans (1997). Subjekt und Struktur – die Münchener subjektorientierte Soziologie. Zur Einführung. In: ders./ders. (Hg.): Subjektorientierte Soziologie. Karl Martin Bolte zum 70. Geburtstag, S. 7-30.
- Voß, Günter G./Pongratz, Hans J. (1998): Der Arbeitskraftunternehmer. Eine neue Grundform der Ware Arbeitskraft? In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 50 (1), S. 131-158.