Creative Industries – Industrie im postindustriellen Zeitalter

Florian Krahmer, Leipzig

Version vom 23.10.2011

Bereits die Paradoxie in der Überschrift – also von einer Industrie in einer nachindustriellen Ära zu schreiben, deutet die grundlegenden Missverständnisse und die begrifflichen Unklarheiten im Zusammenhang mit der Debatte um *creative industries* an. Dabei ist die begriffliche Paradoxie nicht nur eine Polemik, sondern beide Begriffe finden sich tatsächlich in diversen Publikationen nebeneinander[1]. Eines der Missverständnisse bzw. eine Fehldeutung ist die Verwechslung von Ursache und Wirkung. Dabei werden die Produktions- und Lebensbedingungen wie sie für Arbeiter[2] der Kreativwirtschaft üblich sind, und welche (die Bedingungen) angeblich Resultate individueller Wünsche und Bedürfnisse seien, als Ursache der Veränderung des kapitalistischen Systems gesehen und nicht umgekehrt, die Veränderungen als Ursache der Entstehung der Kreativwirtschaft und ihrer Bedingungen. Daran anschließend handelt es sich meines Erachtens schon bei der Annahme, der Kapitalismus hätte sich in seiner Produktionsweise maßgeblich verändert, um ein Missverständnis. Vielmehr scheinen die jetzigen Verhältnisse bereits von Beginn an im System angelegt gewesen zu sein (systemimmanent) und nur ihre konkreten Ausprägungen unterliegen einer gewissen Variation.

Eine genauere Untersuchung und argumentatives Belegen dieser beiden Thesen soll Kern der vorliegenden Arbeit sein.

Nachfolgend werde ich zwischen den Begriffen *creative industries* und *Kreativwirtschaft* wechseln und sie synonym verwenden. Mir ist klar, dass beide Bezeichnungen nicht allgemeingültig definiert sind und dass in der deutschen Debatte oftmals eingefordert wird, statt von der Kreativ-, von einer Kulturwirtschaft zu sprechen.

> „Mit dem Begriff der Kulturwirtschaft werden die verschieden 'kulturelle' Einzelmärkte, wie Musikwirtschaft, der Buch- und Pressemarkt, der Kunstmarkt, die Film- und Rundfunkwirtschaft, der Markt für darstellende Kunst, die Designwirtschaft sowie der Architekturmarkt zusammengefasst. Der kulturbezogene Kern dieser Einzelmärkte bezieht sich auf die Künstler- und Kulturberufe“[3].

[1] vgl. Bastian Lange (Hg.), „Governance der Kreativwirtschaft“. transcript Verlag, Bielefeld 2009.

[2] Ich werde den Begriff Arbeiter verwenden, auch wenn mir bewusst ist, dass eine Vielzahl der in der Kreativwirtschaft Tätigen, Selbständige oder auf staatliche Transferleistungen Angewiesene sind und eigentlich nicht unter den landläufigen Gebrauch des Wortes 'Arbeiter' fallen. Für mich ist jedoch 'Arbeiter' dadurch definiert, dass er oder sie keine andere Möglichkeit hat, um Lebenserhalt vollumfänglich sicher zu stellen, als die eigene Arbeitskraft zu verkaufen bzw. anzubieten und nicht vom Besitz anderer Produktions-, Kapitalmittel (darunter auch fremde Arbeitskraft) leben kann. (Vgl. Karl Marx, „Das Kapital“. Dietz Verlag, Berlin 1957. Band I, S.174 ff.)

[3] Michael Söndermann, in „Kultur und Kreativwirtschaft zwischen Boom und Krise“, Die LINKE im Bundestag (Hg.). S. 28.

In Abgrenzung dazu ist der „Begriff der Kreativwirtschaft [...] eine Übertragung aus der britischen Debatte. Dort steht im Begriff der 'Creative Industries' ein anderer Fixpunkt als verbindendes Element ihrer Teilmärkte im Mittelpunkt, nämlich der Begriff der 'Kreativität': Im britischen Kontext wird darunter ein Prozess verstanden, der beschreibt, wie aus dem individuellem Talent und der Fähigkeit, kreative Ideen zu entwickeln, eine wirtschaftlich relevante Aktivität entsteht. [...] Sowohl die Werbung, als auch die Softwarespiele (Games) gelten im britischen Konzept als zentrale Teilmärkte der creative industries.“[4]

Die Verwendung der Bezeichnung Kreativwirtschaft und der Bezug auf die Theorie, die hinter diesem Begriff steht, scheint in einer kritischen Untersuchung über die neuen Verhältnisse im postindustriellen Zeitalter fruchtbarer zu sein, als die Verwendung des Begriffs Kulturwirtschaft.

Denn zum einen geht es genau um die aus dem angelsächsischen Raum stammende Debatte um die Transformation der Produktionsverhältnisse im Kapitalismus[5] und zum zweiten ist die Bedeutung des Terminus Kulturwirtschaft sowie die verschiedenen Branchen, die er beinhaltet, wie z. B. der Buchmarkt, keine neue Erscheinung. Auch wurde der Begriff der Kulturindustrie in seiner „nicht postindustriellen“ Bedeutung beispielsweise von Adorno und Horkheimer bereits umfassend kritisiert[6]. Des Weiteren hat sich in der Förderpolitik und in der Administration der Begriff Kreativwirtschaft durchgesetzt, auch wenn er bisweilen in der Bezeichnung „Kultur- und Kreativwirtschaft“ ergänzt wird.

Aus stadtsoziologischer Sicht ist die theoretische Behandlung der *creative industries* interessant, weil ein Verständnis das Konzept, das dahinter steht und ein Verständnis über die Missverständnisse hilfreich ist, um den Themenkomplex *creative cities* besser zu verstehen. Nach Andreas Reckwitz, der dem sehr kritisch gegenüber steht, wird unter einer creative city zweierlei verstanden. Zum Einen der Wohn- und Arbeitsort der *creative class* und somit bieten „diese Städte [...] das Potential relevanter Arbeitskräfte für die Kreativberufe und sie erweisen sich umgekehrt in ihrer Lebensqualität für die Interessenten an den Kreativberufen als attraktiv.“[7]

Zum Anderen, und hier nimmt Reckwitz Bezug auf Charles Landry[8], soll die *creative city* nicht allein ein Ort der *creative industries* und der *creative class* sein, sondern eine Stadt soll sich, auf die eigenen kulturellen Traditionen beziehend, ein Image generieren.

Dabei könnten verschiedenste Merkmale zu kulturellen Eigenheiten werden und der Abgrenzung gegenüber anderen Städten dienen. „Die kulturellen Einsätze werden so wiederum in ökonomische Vorteile – auf der Ebene von Unternehmensansiedlungen sowie Tourismusförderung – verwandelt.“[9]

Beiden Ansätzen ist jedoch gemeinsam, dass eine ökonomische Krisensituation zugrunde gelegt wird, von deren besonderem Maße Städte betroffen sind. Sie leiden unter Deindustrialisierung bzw. Abwanderung der Industrie, unter Einwohnerschwund, sei es aufgrund des Geburtenrückgangs, aus wirtschaftlich bedingter Abwanderung oder etwa aufgrund von Sub-

[4] Ebenda, S. 28.

[5] vgl. Richard Florida, „The Rise of the Creative Class“. Basic Books, New York 2002.

[6] vgl. Max Horkheimer, Theodor W. Adorno, „Dialektik der Aufklärung“. S.Fischer Verlag, Frankfurt a.M. 1987. Gesammelte Schriften Band 5, S. 144-196.

[7] Andreas Reckwitz, „Die Selbstkulturalisierung der Stadt“. Mittelweg 36 18 Jg, 2009. Heft 2, S. 6 ff.

[8] vgl. Charles Landry, „The Creative City: A Toolkit For Urban Innovators“. Earthscan, London 2008.

[9] Andreas Reckwitz, ebenda S. 8.

urbanisierung und dem Wunsch nach einem Häuschen im Grünen. Zudem leiden die Städte unter der Arbeitslosigkeit der noch verbliebenen Bewohner und der damit einhergehenden Segregation und Desinvestition in bestimmten Stadtteilen. All dies führt zu sozialen Problemen und zu Einnahmeausfällen der Stadt sowie zu dem Teufelskreis, dass in Infrastruktur nicht genügend investiert werden kann, was wiederum die oben beschriebenen Prozesse der Abwanderung und Verarmung entsprechend begünstigt.

Zum Durchbrechen dieses Kreislaufs scheint das stadtpolitische Allheilmittel *creative industries* zu helfen. Braucht es für sie doch nichts weiter als die noch immer billig zu habende Ressource Mensch und einigen Wohnraum, der in Städten reichlich vorhanden ist. Eine gute Infrastruktur und komfortabler Wohnraum ist ausreichend geeignet, „Kreative“ anzulocken. Hingegen führt eine schlechte Infrastruktur und 'heruntergekommene' Stadtviertel zu billigen Mieten und damit auch dazu, „Kreative“ anzulocken.

Auch ein schlechtes Image einer Stadt muss nicht von Nachteil sein. Hauptsache die Stadt hat ein Image und kann dieses auch vermarkten, z. B. „Berlin – arm aber sexy“[10]. Ab wann und unter welchen konkreten Voraussetzungen jedoch die Kreativwirtschaft zu einer boomenden Ökonomie wird und eine Vielzahl von Menschen in ihr Beschäftigung finden, bleibt weitestgehend nebulös und anscheinend dem Zufall überlassen. Die nachfolgenden Abschnitte sollen sich unter Bezugnahme auf die bereits oben vorgestellten Thesen über die grundlegenden Missverständnisse damit dezidierter befassen.

Befürworter der Kreativwirtschaft sehen in ihr eine große wirtschaftliche Bedeutung. „61 Mrd. Euro Wertschöpfung sind eine volkswirtschaftliche Größe, mit der rund 1 Million Erwerbstätige (noch ohne geringfügig Tätige) in der Kultur- und Kreativwirtschaft beschäftigt werden.“[11] Für sie sind die Wachstumsaussichten jedoch noch größer. Mit dem starken Bezug auf den angeblich postindustriellen Charakter der Kreativwirtschaft wird suggeriert, sie sei losgelöst von der „old economy“ und ihren großen Industriekonzernen und damit unabhängig von Überproduktionskrisen, wie sie prägend für die Zeit ab den 1970er Jahren ist[12], denn nicht zuletzt beschreibt die Kreativwirtschaft angeblich eine vollkommen neue Produktionsform, beruhend auf Dienstleistung und eine Überproduktion an Dienstleistung scheint nach suggestiver Lesart doch relativ ausgeschlossen zu sein.

Nun stimmt dies in Bezug auf den Kunstmarkt gerade nicht, da Kunst davon lebt, einmalig und in geringer Stückzahl aufzutreten und auch der Buch- und Musikmarkt – zumindest die Künstler und Autoren – leiden darunter, dass zu viel publiziert wird und die Halbwertszeit immer geringer wird. Auch im Werbemarkt existiert letztlich nur eine begrenzte Anzahl an Aufträgen. „Angesichts der Tatsache, dass Menger [Pierre-Michel Menger, Anm. F.K.] zufolge die Zahl von Individuen, die in das Beschäftigungssystem der Intermittents eintreten, sehr viel schneller ansteigt als das Arbeitsvolumen, das sie sich teilen, ist der kulturelle Arbeitsmarkt durch die Hyperflexibilität charakterisiert, die eine gesteigerte Konkurrenz zwischen den Intermittents herbeiführt. Der Anstieg der Konkurrenz zwischen ArbeiterInnen habe verhängnisvolle Konsequenzen hinsichtlich ihrer Beschäftigungsbedingungen [...], ihrer Bezahlung [...], sowie ihrer Verhandlungsmacht gegenüber dem Unternehmen.“[13]

[10] vgl. Björn Böhning, „Die Bedeutung der Kreativwirtschaft für die Außenwerbung des Landes Berlin“. In Bastian Lange (Hg.), „Governance der Kreativwirtschaft“. transcript Verlag, Bielefeld 2009

[11] Michael Söndermann, ebenda, S. 29.

[12] vgl. Stefan Frank (Hg.), „What's new economy?“. KVV konkret, Hamburg 2007.

[13] Maurizio Lazzarato, „Die Missgeschicke der 'Künstlerkritik' und der kulturellen Beschäftigung“. In Gerald Raunig (Hg.), „Kritik der Kreativität“. Verlag Turia und Kant, Wien 2007. S. 199. Im Weiteren (Raunig 2007).

Aufgrund der Tatsache, dass ein wesentlicher Teil der Kreativwirtschaft (was sowohl Umsätze als auch Beschäftigungszahlen anbelangt) den Bereichen Werbung und Multimedia/Software entstammt[14], erscheint Kreativwirtschaft nicht mehr ganz so unabhängig von der „alten“ Industrie. Die zahlungskräftigsten Kunden sind natürlich große Konzerne und so schlägt sich eine Krise und damit einhergehende Kürzungen im PR und Marketingbereich, auf die Kreativwirtschaft nieder.

Wie auch im Schlussbericht der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ nachzulesen ist, verhält sich die Kreativwirtschaft in den zyklischen Aufs und Abs parallel zur gesamten Ökonomie. 2001 erfolgte ein krisenbedingter Einbruch der Umsätze. Auch wenn dies aufgrund des Platzens der sogenannten „new economy Blase“ von Teilen der Kreativwirtschaft „selbst verursacht“ angesehen wird, betraf die Krise die gesamte Ökonomie. Außerdem gelten „als Gründe des Rückgangs [...] die Ereignisse des 11. Septembers 2001“[15]. Mit dem weltwirtschaftlichen Aufschwung der vergangenen Jahre wuchs auch die Kreativwirtschaft und so ist zu vermuten, dass sie auch von der gegenwärtigen Krise in vollem Umfange getroffen wird. Als Indiz hierfür gelten die bereits oben angedeuteten Effekte in der Werbe- und IT- Branche. Zudem werden voraussichtlich die Umsätze im Architekturmarkt aufgrund der sinkenden privaten und öffentlichen Investitionen einbrechen. Es ist zu vermuten, dass der Kunstmarkt etwas zeitverzögert allerdings letztlich ebenso reagieren wird, da private Anleger aus Angst vor Inflation, Kunst als eine geeignete Anlagemöglichkeit betrachten, - was allerdings zu einer adäquaten Blasenbildung führt und mit deren platzen wird letztlich auch Kunst nicht mehr als adäquate Anlageform gelten.[16]

Kritiker der Kreativwirtschaft sehen in ihr das neoliberale Arbeitsparadigma von Flexibilität, Prekarität und effizienter Ausbeutung verwirklicht.

Doch nicht nur das; eine Kritik wie sie 1968 und in den Folgejahren artikuliert wurde und welche die Forderung nach mehr Freiheit und Selbstbestimmung beinhaltete und auch als eine Kritik an der eintönigen fordistischen Fließbandarbeit zu sehen ist, wurde von den Besitzern der Produktionsmittel und systemlegitimierenden Theoretikern aufgegriffen und bildete die Grundlage und die Legitimation der neoliberalen Produktionsbedingungen und damit auch des Kapitalismus an sich. Dabei wurde jedoch in der Umsetzung, die Forderung nach Freiheit und Selbstbestimmung pervertiert und findet ihren Ausdruck als eine prekäre, projektbezogenen und selbstausbeuterische Arbeitsweise.[17]

Die Lebens- und Arbeitsbedingungen der Künstler und Kreativen in der Kreativwirtschaft gelten als Blaupause der zukünftigen und zum Teil bereits verwirklichten Arbeitsverhältnisse der postfordistischen Ökonomie. „Die Rede von Kreativität und kultureller Arbeit [hat] einen Einfluss auf das Verstehen und die Konzeptualisierung von Arbeit, Subjektivierung und Gesellschaften als Ganze.“[18]

Dieser Theorie könnte dann ohne Einwand zugestimmt werden, wenn sie sich darauf beschränken würde, erklären zu wollen, weshalb welche Ideologie vermittelt wird, aber nicht, wenn durch sie versucht wird die konkreten Produktionsbedingungen zu erklären. Nach Louis

[14] vgl. Schlussbericht der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“, 2007. S. 337.

[15] Ebenda, S. 337.

[16] vgl. „Rekordumsatz: Sammler im Kaufrausch“. Berliner Morgenpost, 4. Juni 2008.

[17] vgl. Luc Boltanski, Eve Chiapello, „Der neue Geist des Kapitalismus“. UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz 2006.

[18] Marion von Osten, „Unberechenbare Ausgänge“. In (Raunig 2007), S. 105.

Althusser[19] etwa kann man den Staat in zwei Institutionen unterscheiden, deren Aufgabe für die Aufrechterhaltung des jeweils gegenwärtigen Systems und seiner Verhältnisse ist.

Zum Einen ist das der repressive Staatsapparat, er umfasst unter anderem die Polizei, die Justiz und das Militär. Die zweite Institution ist der ideologische Staatsapparat. In ihm, bzw. in den Schulen, Universitäten, Medien usw., wird versucht, durch Aufbau und Vermittlung einer Ideologie, die herrschenden Verhältnisse zu legitimieren. Auch wenn diese Schwarz-Weiß-Sicht auf einen reinen instrumentalisierten Staat zu grob geschnitzt, der Realität nicht entspricht und auch Althusser nicht gerecht wird, kann es doch als theoretisches Schema zum Verständnis von Souveränität hilfreich sein. Das Schema kann also erklären, weshalb propagiert wird: Der Kapitalismus sei nach wie vor vital und könne seine Krise durch eine Transformation hin zur postindustriellen Dienstleistungsgesellschaft überwinden. Es geht darum, die Legitimität der Produktionsbedingungen aufrecht zu erhalten, „die Kraft und zugleich die Achillesferse des Kapitalismus besteht darin, dass er, um zu funktionieren, eine sehr große Zahl von ArbeiterInnen verführen muss. Das ist seine Kraft, denn wenn er überzeugend ist, so ist er wenig verwundbar; es ist seine Schwäche in dem Sinn, dass er zu Veränderungen gezwungen ist, wenn sich die Leute desinvolvieren.“[20]

Neben dieser allgemeinen Legitimation werden mit der Heilsbotschaft Kreativwirtschaft prekäre Arbeitsbedingungen und verschärfte Ausbeutungsverhältnisse zur Normalität erhoben.

Es wurde erreicht, dass Unsicherheit und geringe Entlohnung als zu akzeptierende „Nebenerscheinungen“ der angeblich erlangten Freiheit und Selbstbestimmung der eigenen Zeit, der Arbeit und des Lebensentwurfes angesehen werden und nicht *Freiheit und Selbstbestimmung* als ideologische Legitimation der kapitalistischen Ausbeutung.

Soweit zur Kreativwirtschaft selbst, oder besser gesagt zum Hype um sie als Instrument des ideologischen Staatsapparates. Im Folgenden soll es nun um die konkreten Produktionsbedingungen gehen.

In der marxistischen Theorie wird der Kapitalismus als eine historisch begrenzte und vorübergehende Epoche der menschlichen Produktionsweise betrachtet. Als ein Beweis hierfür wird argumentiert, dass die Produktivität im Kapitalismus nicht endlos steigen kann, ohne irgendwann die kapitalistischen Produktionsbedingungen selbst in Frage zu stellen. Auf der Suche nach Extraprofit, um sich im kapitalistischen Konkurrenzkampf einen Vorteil gegenüber der Konkurrenz zu verschaffen, wird die Produktivität immer mehr gesteigert und dies, indem mehr und bessere Maschinen die menschliche Arbeit ersetzten (Rationalisierung, Automatisierung). Durch das oben beschriebene Steigern des konstanten Kapitals und Absenken des variablen, sinkt damit auch die Mehrwertproduktion, weil Mehrwert, nach der marxistischen Theorie allein aus menschlicher Arbeit resultiert. Die Menge des fremd angeeigneten Mehrwerts durch die Kapitalisten (Unternehmer) entspricht hingegen ihrem Profit.

Somit sinkt durch die Freisetzung von immer mehr Arbeitskräften tendenziell die Profitrate und dies lässt sich verallgemeinert für die gesamte Wirtschaft feststellen. Karl Marx hat das als „Gesetz des tendenziellen Falls der Profitrate“ ausformuliert.[21]

Da es einige Einwände und Kritik an der mathematischen Begründung des Gesetztes[22] und

[19] vgl. Louis Althusser, „Ideologie und ideologischer Staatsapparat“. VSA, Hamburg 1977.

[20] Luc Boltanski, Eve Chiapello, „Für eine Erneuerung der Sozialkritik“, Interview mit Yann Moulier Boutang. In (Raunig 2007), S. 171.

[21] vgl. Karl Marx, „Das Kapital“. Dietz Verlag, Berlin 1957. Band III, S. 238.

[22] vgl. Michael Heinrich, „Kritik der politischen Ökonomie – Eine Einführung“. Schmetterling Verlag, Stutt-

auch an der marxistischen Mehrwerttheorie prinzipiell gibt, möchte ich mich nicht weiter explizit damit beschäftigen, sondern versuchen, mich auf eine andere Weise, mittels rein logischer Überlegungen, dem Problem zu von anderer Seite her zu nähern.

Es ist eine Tatsache, das im Kapitalismus die produzierten Güter auch nachgefragt, bzw. konsumiert werden müssen. Im Kapitalismus reicht es jedoch für Unternehmen nicht aus, einfach nur Gewinne zu erzeugen. Es müssen mehr Gewinne erwirtschaftet werden, als von der Konkurrenz, um im Wettbewerb einen Vorteil zu erlangen. (Expansionsdruck) Die Gewinne zu steigern und einen Wettbewerbsvorteil zu sichern, ist auf zweifache Weise möglich. Etwa durch die Erzeugung immer neuerer Innovationen und Produkte und das Wecken der Bedürfnis danach. Auf diese Weise ist das „innovative Unternehmen“ für kurze Zeit der einzige Anbieter des Produkts und kann Monopolgewinne erwirtschaften, bis andere Unternehmen das neue Produkt kopieren. Die andere Möglichkeit Extragewinne zu generieren, ist, die Produktivität zu steigern, was am leichtesten durch das Ersetzen menschlicher Arbeit durch maschinelle Arbeit geht, denn auch wenn man die Arbeitsintensität immer mehr steigert, kann ein Mensch nur eine bestimmte Zeit arbeiten und darüber hinaus nicht mehr, ohne das die Produktivität rapide abnimmt.

Die Folge der Produktivitätssteigerung durch vermehrten Einsatz von Maschinen ist die Entlassung und Arbeitslosigkeit von immer mehr Menschen. Ein Weniger an arbeitenden Menschen hat im Kapitalismus aber die Abnahme der Konsumkraft zur Folge und dadurch eine Abnahme der Umsätze und der Profite. Dies kann kompensiert werden, wenn durch steigende Produktivität immer mehr produziert wird, jedoch der Anteil der Beschäftigten gleich bleibt. Dem widerspricht jedoch, dass die menschlichen Bedürfnisse irgendwann erfüllt sind, oder zumindest an Ressourcengrenzen stoßen. Mehr als Essen kann ein Mensch nicht und auch ein „Superreicher“ verfügt irgendwann über eine ausreichende Anzahl Autos, unabhängig davon, was geschehen würde, wenn jeder Mensch ein Auto hätte, einbezogen, dass die Rohstoffe für Plastiknippes ohnehin endlich sind. So hat der Kapitalismus gegenwärtig damit zu kämpfen, dass immer mehr Menschen arbeitslos werden und dass deshalb, *weil* die Bedürfnisse nicht überproportional vorhanden sind, immer mehr produziert wird, was nicht abgesetzt werden kann.

Die Kreativwirtschaft bietet für beide Probleme eine angebliche Lösung. Sie erzeugt Produkte, (Dienstleistung) deren Nachfrage, wie deren Ressourcen, scheinbar unerschöpflich sind und sie bietet den freigesetzten Arbeitskräften ausreichende Beschäftigungsmöglichkeiten. Doch da sie, wie in der kapitalistischen Ökonomie sonst auch, lediglich Waren anbietet, bleibt von ihrer Problemlösungswirkung nichts übrig. Die „alte“ kapitalistische Ökonomie bleibt erhalten, es werden nach wie vor industrielle Güter erzeugt, ob nun in tayloristischer oder in projektbasierter Fließbandarbeit.

„Der projektförmige Arbeitscharakter verändert sich mithin zu einer dienstleistungstypischen Kundenorientierung [...] mit einer zeitlichen Segmentierung in Form von Kernarbeitszeiten und projektbestimmten Überstunden. [...] Überspitzt formuliert handelt es sich um eine modernisierte tayloristische Organisation von Arbeitsabläufen.“[23]

Wie bereits oben erwähnt, besteht ein Großteil der Kreativwirtschaft aus der Werbe- und IT-Branche und im IT-Bereich aus dem Managen und dem Erstellen der Internetpräsenz diverser Unternehmen. Damit bezieht sich ein Teil der Kreativwirtschaft direkt auf Marketing.

gart 2005. S. 148- 153.

[23] Alexandra Manske, „Prekarisierung auf hohem Niveau“. Reiner Hampp Verlag, München 2007. S. 102.

Hinzu kommt ein Bereich der missbräuchlich und indirekt zum Marketing beiträgt, wenn Musiker, Künstler und auch Beschäftigte des Verlagswesens dazu beitragen, ein positives Image einer Stadt oder Region zu vermitteln, damit diese im Standortwettbewerb einen Vorteil erringt. Dies kann man unter dem Stichwort *Festivalisierung* zusammenfassen.[24] Aus diesem Blickwinkel ist ein Teil des Wachstums der Kreativwirtschaft eine Reaktion auf die Absatz- und Strukturprobleme des Kapitalismus und darf nicht mit dem Wunsch nach mehr kreativer Beschäftigung als Ursache verwechselt werden.

Loic Wacquant entwickelt in seinem Buch „Bestrafen der Armen“[25] die These, der Abbau der Sozialsysteme in den USA und das Anwachsen der Zahl der Gefängnisinsassen seien zwei Seiten derselben Medaille. Vereinfacht könnte man auch sagen, dass die Menschen die aus den Sozialsystemen herausfallen, irgendwie verwahrt werden müssen, um den sozialen Frieden der Gesellschaft aufrecht zu erhalten. Am besten geeignet dazu sind Gefängnisse, in die Menschen in den USA bereits nach wiederholten Kleinst-Delikten als Gewohnheitsverbrecher für lange Zeit inhaftiert werden.

Nun besitzen die meisten Inhaftierten statistisch betrachtet eine geringe schulische Bildung. Jedoch fallen aus dem kapitalistischen Verwertungsprozess nicht nur Unausgebildete – auch wenn diese vorrangig betroffen sind – sondern genauso gut Hochqualifizierte. Alexandra Manske zeigt am Beispiel der IT-Branche, dass die meisten der in der Kreativwirtschaft Tätigen eine akademische Ausbildung oder zumindest die Hochschulreife besitzen.[26] Man könnte provokativ formulieren, das die Kreativwirtschaft ein „Verwahr-Regime“ für überflüssige Akademiker ist.[27]

Die Beschäftigungsbedingungen in der Kreativwirtschaft zeichnen sich zumeist dadurch aus, dass ein Großteil alleinselbstständige Unternehmer sind, die einen Lohn erhalten, der unter oder nahe der Armutsgrenze ist und die sich von Projektauftrag zu Projektauftrag hangeln, ohne Aussichten auf ein sicheres Beschäftigungsverhältnis.[28] Ein weiterer Großteil der kreativwirtschaftlichen Umsätze ist nicht ohne staatliche Zuschüsse zu denken. Die meisten leben zu ihren Verdiensten in der Kreativwirtschaft zusätzlich noch von staatlichen Transferleistungen, weil das eine, wie das andere, nicht ausreicht.[29] Des Weiteren ist ein Geflecht aus Unternehmen und gemeinnützigen Vereinen nicht unüblich, um optimal Fördermittel auszuschöpfen. Auch fließen staatliche oder europäische Gelder über geförderte Projekte, – meist in Form von Honorar- oder Mietkosten an die Unternehmer der Kreativwirtschaft.[30]

Somit werden viele Kreative direkt oder indirekt von staatlichen Geldern bezahlt, so wie das, auf eine andere Art, bei Gefängnissen auch funktioniert.

[24] vgl. Hartmut Häußermann, Walter Siebel (Hg.), „Festivalisierung der Stadtpolitik“. Westdeutscher Verlag, Herford 1993; vgl. Gerhard Hofer, „Die Festivalisierung der Stadt“. Wien 2008. `http://othes.univie.ac.at/2336` (letzter Zugriff: 30.8.2010).

[25] vgl. Loic Wacquant, „Bestraften der Armen“. Verlag Barbara Budrich, Leverkusen 2009.

[26] vgl. Alexandra Manske, „Prekarisierung auf hohem Niveau“. Reiner Hampp Verlag, München 2007.

[27] Mir ist bewusst, dass aus zwei verschiedenen Beobachtungen, die sich auch auf verschieden Länder beziehen, eine Verbindung zu konstruieren recht problematisch scheint. Doch handelt es sich hierbei, wie in der gesamten Arbeit, allein um theoretische Tendenzen, deren empirische Überprüfung in dieser Arbeit aus Zeitgründen nicht erbracht werden kann.

[28] vgl. Alexandra Manske, ebenda.

[29] vgl. Maurizio Lazzarato, „Die Missgeschicke der 'Künstlerkritik' und der kulturellen Beschäftigung“. In (Raunig 2007), S. 200 ff.

[30] Ein Beispiel sind Projekte gefördert von „EFRE: Europäischer Fonds für regionale Entwicklung“. Vgl. `http://europa.eu/legislation_summaries/employment_and_social_policy/job_creation_measures/l60015_de.htm` (letzter Zugriff 30.8.2010)

Warum werden Menschen aber über diese Umwege vom Staat alimentiert und nicht direkt über Sozialleistungen oder im Kulturbereich mit Festanstellungen versehen? Zum einen können die Leistungen auf diese Weise geringer sein als zum Leben notwendig und zum zweiten wird die Ideologie aufrecht erhalten, der Kapitalismus biete grundsätzlich genügend Arbeit für alle Menschen. Jene Behauptung würde bröckeln und mit ihr die Legitimation des gegenwärtigen Systems, wenn der volle Umfang der Arbeitslosigkeit bekannt würde und zusätzlich verlöre der Kapitalismus eine Vielzahl disziplinierter Arbeiter, die sich in der „Reservearmee“ bereithalten.

Die Kreativwirtschaft, so wie sie gegenwärtig gestaltet ist, trägt also ein Teil dazu bei, mit den Problemen des Kapitalismus notdürftig umzugehen, nicht aber sie zu lösen, so wie es auch sonst kein Ansatz innerhalb der kapitalistischen Logik vermag, denn die Probleme sind systemimmanent, wie auch die Methoden, sie zu überdecken. Es ist also nicht sinnvoll von einem neuen Kapitalismus zu sprechen, sondern nur von neuen Methoden, den alten Kapitalismus noch etwas am Leben zu erhalten. Dabei wird in der Kreativwirtschaft entfremdete Arbeit verrichtet. Wenn Produktnischen gesucht werden, um sich den Lebensunterhalt zu verdienen, werden die letzten noch unerschlossenen Bereiche verwertet und das Suchen von Nischen lässt streng genommen nichts übrig von der Freiheit in dem Bereich tätig zu sein den man sich selbst wünscht. Dies ist auf die gleiche Art entfremdete Arbeit, wie das Arbeiten in fördermittelfinanzierten Projekten.

Denn Projekte bekommen nur Gelder, wenn sie vorgeben, bestimmte Ziele erfüllen zu wollen, welche meist in der Sozialarbeit ihre Zielführung einnehmen. Dadurch wird Kunst für Sozialarbeit zweckentfremdet, indem sie deren Aufgabe übernehmen soll und immer ein Gemisch aus Toleranz, Offenheit, Verantwortungsbewusstsein etc. vermitteln muss, um finanziert zu werden.

Kreativwirtschaft hat für die in ihr Tätigen keine wirklichen Freiheiten eröffnet und sie ist auch nicht aufgrund von Bedürfnissen nach Selbstverwirklichung entstanden, sondern aus ökonomischer Notwendigkeit, angelegt im kapitalistischen System. Sollte man der marxistischen Logik weiter folgen, so hätte die Kreativwirtschaft jedoch nunmehr bereits einen wichtigen Beitrag geleistet, da sie gezeigt hat, dass man sich auch außerhalb der industriellen Arbeit produktiv beschäftigen kann, wenn man denn die Beschäftigung wirklich frei gestalten könnte. Somit wäre in ihr der Keim des Neuen bereits im Alten immerhin – jedenfalls rein zufällig – sichtbar geworden.