

## **Embedded Bohème: die Konstruktion der „kreativen Klasse“**

(Wagner, Th.: Die Mitmachfalle. 2. unveränderte Aufl. Köln 2014, S. 33-52.)

„In den Arbeitswelten der wissensbasierten High-Tech-Ökonomie geht es weniger um die Einübung von Unterordnungsbereitschaft von Kollektiven denn um den Appell an die Eigeninitiative der Individuen. Die neoliberale Ideologie bezieht einen Großteil ihrer Überzeugungskraft aus der Umpolung von Begriffen und Schlagworten wie 'Selbstbestimmung', 'Autonomie' oder 'Spontaneität', mit deren Hilfe anti-autoritäre Linke und gegen bürgerliche Konventionen rebellierende Künstler einst eine widerständige Bewegung beflügelte.“ (35)

Die Soziologen L. Botanski und E. Chiapello bezeichnen diese Entwicklung als „neuen Geist des Kapitalismus“, die sie am Beispiel Frankreichs zeigen. (36)

Führender Ideologe dieser Entwicklung ist der US-Ökonom Richard Florida. Wirtschaftliche Entwicklung ist nach ihm zunehmend nur durch die Ausschöpfung kreativer Potenziale des 'Humankapitals' möglich, genau: der Förderung der so genannten „kreativen Klasse“, gebildet von Wissenschaftlern, Ingenieuren, Künstlern und allen Angestellten, deren Karriere auf der Produktion von Ideen basiert. (38)

Aufgabe von Staat und Unternehmen ist daher die Schaffung möglichst angenehmer Umwelten für die kreative Klasse: „[...] ein stimulierendes urbanes Umfeld, das den Kommunikations-, Konsum- und Zerstreuungsgewohnheiten der Kreativen Klasse gerecht werde.“ (39) Wirtschaftspolitik soll sich folgerichtig an drei Dimensionen orientieren, erstens, der Förderung von (Hoch)Technologie, zweitens, der Förderung von Talenten, drittens, der Förderung von Toleranz. (40)

– Bewegt sich Technologieförderung noch auf dem klassischen Feld der Wirtschaftspolitik, so werden mit Talent- und Toleranzförderung zwei neue Dimensionen der Politik erschlossen. Die Förderung als kreativ und somit wirtschaftsförderlich erachteter Talente, sei es durch z. B. kostengünstig zur Verfügung gestellter Entfaltungsräume (Technologiezentren einschließlich angeschlossener Labore und Werkstätten, Ateliers und Büroräume) erschließt ein neues Feld, allerdings weniger zur selbstbestimmten Entfaltung der dort Wirkenden, sondern im Rahmen einer Kosten-Nutzen-Kalkulation. Toleranzförderung wiederum erschließt eine vorliegende Mentalität, in den Worten T. Parsons: ein *latent pattern*, für die wirtschaftliche Nutzung (vgl. 47). Das Konzept schließt traditionelle Politiken der Umfeldverbesserung in verarmenden Vierteln und sozialen Brennpunkten nicht aus. In Zeiten knapper kommunaler Kassen führt es jedoch zur Umwidmung dieser Gelder: Nicht länger die Verbesserung der Lebensverhältnisse der ärmeren Stadtbewohner oder auch nur die Gewährleistung sicherer Wohnumfelde für Ärmere ist vorrangiges Ziel der Politik, sondern die Schaffung angenehmer Quartiere für gutverdienende Steuerzahler aus der Kreativwirtschaft. So gewendet, mutiert die Strategie der Kreativenförderung jedenfalls zum „kreativen Sozialabbau“ wie ihn der Soziologe Wagner am Beispiel Hamburgs skizziert (vgl. 47ff.).<sup>1</sup>

Empirisch konstatiert Florida mittlerweile – 2013, also ein gutes Jahrzehnt nach Erstveröffentlichung seines Konzeptes im Jahre 2002<sup>2</sup> –, dass die Strategie des Schaffens kreativer *cluster* nicht nur zu Verbesserungen geführt hat: Zwar hätten sich Kreative in untersuchten US-

1 Mittelbar in diese urbane Entwicklungsstrategie passen auch Konzepte wie das der „Business-improved Districts“, d. h. zusammenhängender privater und öffentlicher Flächen, deren öffentliche Anteile privat bewirtschaftet und sogar mit Sicherheit „versorgt“ werden. Der Staat gibt in solchen Konstruktionen also sein Gewaltmonopol auf und ermächtigt Private zu Ordnungs- und Zwangsmaßnahmen.

2 Im Jahr 2002 erschien R. Florida: The rise of the creative class; Artikel Floridas zur Gentrifikation und Verdrängungsprozessen finden sich auf den Seiten des Online-Journals „CityLab“ ([www.citylab.com](http://www.citylab.com)), welches unter dem Namen „The Atlantic Cities“ vom Autor mitgegründet wurde.

Städten, die diese Strategie angewandt haben, angesiedelt und zur Erhöhung der wirtschaftlichen Leistung beigetragen und im geringeren Maße hätten auch weitere Einwohner davon profitiert. Andererseits habe sich das Preisniveau für Immobilien innerhalb der kreativen Flecken stark erhöht, was letztlich zu einer Schlechterstellung der dort lebenden Nicht-Kreativen bis zu ihrer Verdrängung geführt habe. (vgl. 49)

In Deutschland verfiht unter anderem die Psychologin Adrienne Goehler die Strategie der Kreativenförderung. Sie sieht die Lebensweise der „digitalen Bohème“<sup>3</sup> sogar als modellhaft für die Arbeitsverhältnisse der Zukunft.

So sind nach Goehler die Lebensnotwendigkeiten heutiger Künstler wie Freiberuflichkeit oder atypische, also prekäre, kurzfristige oder mehrfache Beschäftigungsverhältnisse alltägliche Unsicherheitsfaktoren, die emotional integriert werden müssen. Künstler sollen daher als – offenbar psychologisch gestählte – Berater entscheidenden Politikern und leidenden Arbeitnehmern zur Seite stehen, um sich unbeschadet in die als unvermeidlich wahrgenommenen Veränderungen einzufinden. (vgl. 43)

Wie der Journalist Matthias Horx konstatiert sie allerdings, dass es offenbar zu neuen Verteilungskämpfen zwischen traditionell abgesichert Beschäftigten und den kreativ-ähnlich Beschäftigten bzw. Selbstständigen kommen wird. (vgl. S. 45 und S. 46 Fn. 49)

Der französische Soziologe Pierre-Michel Menger beschreibt, wie die Arbeitsstile von Künstlern ökonomisch nutzbar gemacht werden. So identifizieren sich Künstler typischerweise mit ihren „Produkten“ und versuchen, stets Neues zu schaffen. Beides, sowie die offenen Kommunikationsformen und nahezu hierarchiefreien Organisationsformen entdecken Unternehmen zunehmend als produktivitätssteigernde Momente und verlangen entsprechende Arbeitsweisen von ihren Angestellten. Zudem sollen sich die „kreativen“ Arbeitnehmer auszeichnen durch Selbstständigkeit, unabhängiges Denken und Handeln, Initiative, Einsatzbereitschaft, Selbstkontrolle, Flexibilität, Kreativität und die Bereitschaft, sich hinsichtlich sozialer Kompetenzen, verfügbarer Kenntnisse und Techniken stetig weiter zu entwickeln. Gewünscht wird also die Aneignung traditionell Künstlerpersönlichkeiten zugeschriebener Eigenschaften. (vgl. 44) Das Ideal skizziert er wie folgt: „In Gestalt des fantasievollen, mobilen, hierarchiefeindlichen, sich selbst motivierenden Arbeiters, der sich in einem ungewissen Wirtschaftskontext bewegt und stärker den Risiken der interindividuellen Konkurrenz und den neuen Unsicherheiten der beruflichen Karriereplanung ausgesetzt ist, ähnelt der Künstler in den gegenwärtig vorherrschenden Vorstellungen eher einem möglichen Idealbild des Arbeitnehmers der Zukunft.“ (zit. n. Wagner, 44f.)

---

3 Der Begriff ist enthalten im Untertitel des 2006 erschienenen Buches von Holm Friebe und Sascha Lobo: Wir nennen es Arbeit. Die digitale Bohème oder: Intelligentes Leben jenseits der Festanstellung. Die beiden Autoren mögen als prototypische Beispiele der von Goehler konstatierten Lebensweise dienen; sie propagieren ihre Lebensverhältnisse als kreative Ich-Unternehmer (vgl. Wagner, S. 34 und 45f.)