

The Dark Side of the Musicpreneur. Über Probleme einer neoliberalen Perspektivierung musikalischer Arbeit und die Frage nach kollektiven Widerstandspotenzialen

ALJOSCHA PAULUS

Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung,
Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover

Abstract

Der Beitrag diskutiert den Begriff des Musicpreneurs als musikbezogene Variante eines Subjektideals, das sich im Kontext einer neoliberalen Perspektivierung von künstlerisch-kreativer Arbeit etabliert hat. Die Bezugspunkte der Analyse bilden vornehmlich arbeitssoziologische Untersuchungen, die, ergänzt durch theoretische und empirische Befunde aus dem spezifischen Tätigkeitsfeld der Musikwirtschaft, die ‚Schattenseiten‘ des Konzepts offenbaren. So wird zunächst festgestellt, dass das von ihm transportierte Unternehmerbild weder mit der sozialen Lage noch mit dem Selbstverständnis vieler selbstständiger Kultur- und Musikschaffenden vereinbar scheint und als neues (sozial)politisches Paradigma gar der wohlfahrtsstaatlichen Exklusion dieser Akteure Vorschub zu leisten vermag. Auf der Ebene der Entwicklung musikwirtschaftlicher Produktionsverhältnisse wird zudem problematisiert, dass positiv-affirmative Musicpreneur-Erzählungen neu entstandene Macht- und Ausbeutungsverhältnisse systematisch ausblenden und lediglich auf emanzipatorische Aspekte abheben. Mit Blick auf das dieser Diagnose innewohnende Konfliktpotenzial wird abschließend die Frage behandelt, wie sich Kultur- und Musikerbeiter in den angesprochenen Zusammenhängen und insbesondere im Hinblick auf ihre zunehmend wirtschaftspolitische Adressierung selbst und kollektiv positionieren. Hierfür werden exemplarisch zwei Organisationen aus der Berliner Musikwirtschaft respektive der freien Kunstszene in den Blick genommen, die diesen Umstand mehr oder weniger explizit und kritisch zum Gegenstand praktischer Politik machen.

Keywords

Musicpreneurs, Neoliberalismus, künstlerisch-kreative Arbeit, Prekarisierung, kollektive Interessenorganisation

1. Intro

Die Feststellung, dass der anhaltende Hype um Startups, Gründerszenen und Entrepreneurship auch vor dem Feld der Kultur nicht halt

* Email: aljoscha.paulus@ijk.hmtm-hannover.de

macht, ja in gewisser Hinsicht sogar originär auf einer Neu-Perspektivierung von künstlerisch-kreativer Arbeit beruht, ist nicht neu. Werden doch ‚neue Kulturunternehmer‘ (MANDEL 2007) oder sogenannte ‚Culturepreneurs‘ (DAVIES/FORD 1999) bereits seit Jahren nicht nur als Avantgarde künstlerisch-kreativer Tätigkeitsfelder, sondern allgemein als Vorreiter für zukünftige Arbeits-, Wirtschafts- und Lebensformen präsentiert (BMWi 2009). Der folgende Beitrag reflektiert die in diesem Zusammenhang vergleichsweise neue Entwicklung, die Existenz des Akteurstyps des Culturepreneurs nicht nur für verschiedenste künstlerisch-kreative Tätigkeitsfelder zu konstatieren, sondern ihn darüber hinaus auch konzeptionell-semantic entsprechend weiter zu differenzieren. So geschehen im Feld musikalischer Arbeit, dessen Akteure neuerdings immer häufiger als Entrepreneurial Musicians oder kurz Musicpreneurs daherkommen (sollen) (MYLES BEECHING 2010; BUSCHOW/WINTER 2017). Inwiefern wird damit eine (neue) Sozialfigur trefflich beschrieben (oder auch nicht)? Welchen Sinn hat bzw. welchen Zweck erfüllt eine derartige Konzeptualisierung analytisch, aber vor allem auch normativ und gesellschaftspolitisch? Welche Konsequenzen hat sie für die realen Arbeits- und Lebensverhältnisse und die soziale Stellung der so bezeichneten Menschen? Und inwiefern verstehen sich diese überhaupt selbst als Musicpreneurs (oder auch nicht)? Der folgende Beitrag begibt sich auf die Suche nach möglichen Antworten auf diese konzeptionellen, empirischen und nicht zuletzt auch ideologischen Fragen. Im Zentrum steht dabei die Einschätzung, dass die Verortung von in der Musikwirtschaft selbständig Erwerbstätigen als Musicpreneurs einer bestimmten Perspektive auf künstlerisch-kreative Arbeit folgt bzw. diese reproduziert: Sie adressiert Künstler und Kreativarbeiter in neoliberaler Manier¹ nicht nur explizit als Wirtschaftssubjekte, sondern setzt

1 Wohl wissend, dass der Neoliberalismusbegriff in den letzten zwei Jahrzehnten als politisches Schlagwort bisweilen inflationär gebraucht wurde und ohne den Anspruch, hier eine umfassende Definition geben zu können, ziehe ich ihn heran, da er die im Folgenden betrachteten Verhältnisse trefflich beschreibt. Mein Verständnis gründet dabei auf Demirović's (2008) Ansatz, „den Neoliberalismus als eine praktische Ideologie der Akteure des Kapitals zu begreifen [...]“ (DEMIROVIĆ 2008: 28), der als solche „die Transformation der gesellschaftlichen Verhältnisse unter kapitalistischen Bedingungen [organisiert]“ (DEMIROVIĆ 2008: 28). Ergänzend folge ich der Beschreibung Virchow's (2008), der als allgemeine neoliberale Prinzipien die „Ausweitung des Marktprinzips auf die gesamte Gesellschaft, [die] ‚Selbstverantwortlichkeit‘ der Individuen sowie [die] Aufwertung und Verallgemeinerung unternehmerischen Handelns“ (VIRCHOW 2008: 224) nennt. Instrukktiv erscheint mir zudem seine Erklärung, dass der Neoliberalismus als „Steuerungs- und Regelungssystem“ (VIRCHOW 2008: 224) die Idee und das Ziel beinhaltet, den Markt von staatlichen Eingriffen und Vorgaben zu befreien sowie des-

sie als einen neuen Unternehmertypus in Szene, der dem arbeitgesellschaftlichen Strukturwandel und kapitalistischen Innovationszwängen gleichermaßen eigenverantwortlich und flexibel zu begegnen weiß und insofern die Entwicklung von Wirtschaft und Gesellschaft positiv (mit) vorantreibt. Entwickelt wird dieser Standpunkt in Abschnitt 2 des Artikels, der ohne den Anspruch einer umfassenden Bestandsaufnahme relevanter Literatur zunächst die allgemeinere Debatte um ‚neue Kulturunternehmer‘ respektive ‚Culturepreneurs‘ skizziert und sie unter Berücksichtigung alternativer Akteurskonzepte sowie aktueller musikwirtschaftsspezifischer Entwicklungen sodann in Abschnitt 3 auf das Musikfeld überträgt. Dabei werden die problematischen Implikationen des sich im Begriff des Culture- respektive Musicpreneurs manifestierenden neoliberalen Zugriffs offensichtlich: Während er einerseits künstlerisch-kreative Arbeit versäntlicht und (volks-)wirtschaftlich instrumentalisiert, verkennt er andererseits die soziale Lage und das Selbstverständnis vieler selbständiger Kultur- und Musikschaffender. Er verklärt ihre realen, tatsächlich oftmals prekären Arbeits- und Lebensbedingungen und vermag als (sozial)politisches Leitbild gar ihrer wohlfahrtsstaatlichen Exklusion Vorschub zu leisten. Bei der Betrachtung des spezifischen Feldes musikalischer bzw. musikwirtschaftlicher Tätigkeit fällt zudem auf: Die positiv-afirmativen Erzählungen vom ‚Musicpreneur‘ blenden systematisch aus, dass die jüngere, maßgeblich digitalisierungsgetriebene Entwicklung der hiesigen Produktionsverhältnisse nicht nur emanzipatorische Momente beinhaltet, sondern ebenso neue Macht- und Ausbeutungsverhältnisse konstituiert und daran gekoppelt verschärfte Prekarisierung auf Seiten von Musikarbeitern begründet. Mit Blick auf das dieser Diagnose bzw. den entsprechenden Entwicklungen innewohnende Konfliktpotenzial wird in Abschnitt 4 die in der Diskussion noch unterbelichtete Frage ausgeworfen, wie sich Kultur- und Musikarbeiter in den angesprochenen Zusammenhängen und insbesondere im Hinblick auf ihre zunehmend wirtschaftspolitische Adressierung selbst und kollektiv positionieren. Es wird angedeutet, dass entgegen anders lautender Annahmen im Musiksektor

sen Rolle nach diesem Ideal auszurichten (vgl. VIRCHOW 2008: 224). So erschließt sich dann auch die Einschätzung von Butterwegge, Lösch und Ptak (2008), die unter ‚neoliberal‘ mehr oder weniger alles verstehen, „was den Umbau Deutschlands vom Bismarckschen Sozial(versicherungs)staat zur Hochleistungs- und Konkurrenzgesellschaft sowie vom traditionellen Korporatismus mit starken Gewerkschaften zum angloamerikanischen ‚Shareholder value‘-Modell kennzeichnet“ (BUTTERWEGGE/LÖSCH/PTAK 2008: 13).

durchaus Ansätze gemeinsamer (auch widerständiger) Interessenorganisation existieren, die zwar noch wenig erforscht sind, sich aber durchaus auch gegen eine Vereinnahmung als Musicpreneurs wenden können. Der Beitrag schließt mit Verweisen auf in diesem Zusammenhang noch offene Fragen und Anregungen für Anschlussuntersuchungen.²

2. Der Musicpreneur: Begriff, Kritik, Alternativen

Musicpreneur ist in mehrfacher Hinsicht ein historischer Begriff. Insofern, als er eine Reihe von Vorläufern hat und er zudem Bestandteil einer geschichtlich neuen und spezifischen Sichtweise auf künstlerisch-kreative Arbeit sowie ihrer konzeptionellen und semantischen Rahmung ist. Mit der Soziologin Alexandra Manske (2016), die das Feld hierzulande zuletzt so intensiv wie sonst kaum jemand erforscht hat, lässt sich der Musicpreneur als musikbezogene Variante eines Subjektideals verstehen, das sich mit der Etablierung der sogenannten Kultur- und Kreativwirtschaft (KuK)³ entwickelt und durchsetzt:

Statt des romantisch unterlegten, tendenziell ökonomisch abgewandten, mehr nach symbolischem als nach ökonomischem Kapital strebenden Künstlers wird der

- 2 Die folgenden Darstellungen basieren zunächst auf einer Durchsicht von vorrangig arbeitssoziologischen Beiträgen zum deutschen Diskurs um künstlerisch-kreative Arbeit und die sog. ‚neue Selbständigkeit‘. Ergänzend werden theoretische und empirische Analysen zu aktuellen Entwicklungen in der hiesigen Musik- und Medienwirtschaft herangezogen, darunter zwei eigene qualitative Untersuchungen zur Berliner Musikwirtschaft, in deren Rahmen jeweils Akteure aus dem gesamten Spektrum der örtlichen Branche interviewt wurden (PAULUS/WINTER 2014; WINTER/PAULUS 2017). Den Ausführungen zu den interessenpolitischen Organisationsansätzen in Abschnitt 4 liegt außer relevanter Literatur eine vom Verfasser durchgeführte systematische Analyse von auf den Webpräsenzen der jeweiligen Organisationen abrufbaren Dokumenten (Selbstbeschreibungen, Projektberichte, Pressespiegel usw.) zugrunde.
- 3 Wenn im Folgenden von KuK die Rede ist, beziehe ich mich auf die im Jahr 2008 durch die Kultur- und Wirtschaftsministerkonferenz im Bund verabschiedete Definition der Kultur- und Kreativwirtschaft (BMWi 2009: XI). Aus dieser politischen Perspektive wird die KuK in erster Linie als Wirtschaftszweig betrachtet, in dem Musikwirtschaft, Buchmarkt, Kunstmarkt, Filmwirtschaft, Rundfunkwirtschaft, Darstellende Kunst, Designwirtschaft, Architekturmarkt und Pressemarkt unter dem Begriff Kulturwirtschaft zusammengefasst und durch die beiden Kreativbranchen Werbemarkt sowie Software/Games-Industrie ergänzt werden (BMWi 2009). In dieser Lesart werden an die KuK und ihre Akteure große volkswirtschaftliche Hoffnungen und Erwartungen geknüpft, die sich zuvorderst aus der Annahme speisen, dass von ihnen nicht nur starke wirtschaftliche Impulse ausgehen, sondern zudem zukünftige Arbeitsformen und Geschäftsmodelle erprobt werden.

Unternehmer Schumpeter'scher Prägung zu der zentralen subjektiven Größe [...].
(MANSKE 2016: 185)

Manske identifiziert diesen Ansatz als einen von insgesamt drei deutlich unterscheidbaren konzeptionellen Zugriffen auf die Akteure künstlerisch-kreativer Erwerbsfelder und charakterisiert ihn als ‚Unternehmer-These‘.⁴ Sie benennt damit auch den Rahmen, in dem sich mit dem Terminus ‚Culturepreneur‘ der (allgemeiner gefasste) Vorläufer des Musicpreneur-Begriffs entwickelt und etabliert hat: Im Jahr 1999 von den britischen Soziologen Anthony Davies und Simon Ford eingeführt und in Deutschland u.a. von dem Stadt- und Wirtschaftsgeograph Bastian Lange (2007) sowie zuletzt vor allem durch den Medien- und Musikwirtschaftsforscher Carsten Winter (z.B. 2015) differenziert, setzt er sich aus den beiden Begriffen cultural und entrepreneur⁵ zusammen und soll im Kern die Hybridisierung vormals getrennter Logiken, einer kulturellen und einer wirtschaftlichen Logik, kennzeichnen (MANSKE 2016: 187f.; LANGE 2007; DAVIES/FORD 1999). Demnach geben sich Culturepreneurs „gerade zwischen den etablierten, rein ökonomischen Produktionsfeldern und den relativ abgeschotteten Feldern der Kulturproduktion zu erkennen“ (LANGE 2007: 270) und stellen als Akteur der heutigen KuK „ein funktionales Relais zwischen den strukturlogisch voneinander getrennt operierenden Bereichen Wirtschaft und Kultur dar“ (271). Wenn Künstler und Kreative in dieser und ähnlicher Weise also (auch) zu Unternehmern erklärt werden, steht hierfür im- oder explizit der spezifische Unternehmerbegriff des Ökonomen Joseph Schumpeter Pate. Im Kontext seiner Analyse, wie im Kapitalismus Strukturen transformiert werden, hat er Unternehmer bekanntlich als schöpferische Zerstörer charakterisiert, die vor allem mittels Innovationen zu wirtschaftlichem Fortschritt und Wachstum beitragen (MANSKE

- 4 In ihrer instruktiven Analyse weist die Autorin darauf hin, dass sich hinter der Diskussion um den Modellcharakter des Arbeitsfeldes KuK ein Streit um die Frage nach dem Subjektideal der gegenwärtigen Arbeitsgesellschaft verbirgt (MANSKE 2016: 15). Werden Künstler und Kreative als solches beansprucht, kommen demnach „in den verschiedenen, teildisziplinären sowie fachübergreifenden Diskussionen unterschiedliche Akzentuierungen dieses Subjektideals zum Tragen“ (MANSKE 2016: 15), deren konzeptionelle Ausprägungen Manske als Unternehmer-, Opfer- und Komplizenthese pointiert. So gelingt es der Forscherin, „einschlägige Diagnosen zum Thema in notwendig zugespitzter Weise zunächst grob [zu] identifizieren und schließlich [zu] differenzieren.“ (MANSKE 2016: 15)
- 5 Handelt es sich bei einem Entrepreneur wortwörtlich übersetzt um jemanden, der etwas unternimmt (französisch: ‚entre‘ und ‚prendre‘), wird der Begriff gleichwohl nicht synonym zu dem Terminus Unternehmer verwendet. Laut Geißler (2009: 4) kennzeichnet er vielmehr „eine besondere Geisteshaltung“, die im Folgenden skizziert wird.

2016: 185; SCHUMPETER 2005). Als wesentliche Voraussetzung für die Erfüllung dieser Funktion und mithin ihre Rolle als schöpferische Zerstörer gilt Schumpeter die Eigenschaft von Unternehmern, auf der Grundlage persönlicher Stärke und Eigenverantwortung nach Erfolg zu streben (SCHUMPETER 2005). Was Kapitalprofite als konkrete Ausprägung wirtschaftlichen Erfolgs anbelangt, erscheinen diese mit Blick auf die Innovationsorientierung des Ansatzes sodann weniger als Ergebnis der Rationalität eines Unternehmers, sondern vielmehr als Resultat seiner Kreativität, verstanden als die Fähigkeit, „neue Kombinationen (neue Produkte, Technologien, organisatorische und logistische Problemlösungen, Bezugsquellen und Absatzmärkte) zu entwickeln und durchzusetzen“ (DEUTSCHMANN 2010: 46). Hier fehlt der Platz, um Schumpeters Ansatz weiter zu rekonstruieren. Jedoch genügen die vorstehenden knappen Ausführungen bereits, um Manske (2016) nachzuvollziehen, wenn sie mit Blick auf das Gesagte und in Übereinstimmung mit Reckwitz (2006, 2012) feststellt, Schumpeters Unternehmer sei „im erheblichen Ausmaß affektiv affiziert von dem, was er [tue] – und insofern durchaus ein Kreativsubjekt“ (MANSKE 2016: 186). Diese Einschätzung ist wichtig. Denn folgt man der Autorin weiter, ist die Diskussion um neue Kulturunternehmer bzw. Culturepreneurs (und insofern auch jene um Musicpreneurs) maßgeblich „an der affektiven Affiziertheit von wirtschaftlich Handelnden [...] aufgehängt“ (MANSKE 2016: 187). Dabei geht es nach meinem Verständnis weniger um die Frage, ob gewisse Ähnlichkeiten zwischen den sozialen Eigenschaften von Künstlern und Unternehmern bestehen. Sie existieren nach dieser Lesart zweifellos, und zwar nicht nur was Kreativität anbelangt, sondern auch hinsichtlich individueller sozialer und wirtschaftlicher Risikobereitschaft (MANSKE 2016; DEUTSCHMANN 2010). Gleichermäßen außer Frage steht, dass Künstler (vor allem bürgerlich situierte) auch früher schon unternehmerisch agiert haben (MANSKE 2016; WINTER 2015). Zentral erscheint vielmehr die Diagnose Manskes, eine den vorstehenden Ausführungen entsprechende konzeptuelle und semantische Assoziation der Sozialtypen Künstler und Unternehmer gehe mit einer spezifischen Neuverschränkung ökonomischer und kultureller Rationalitäten einher. So werde

das Spannungsfeld, in dem sich AkteurInnen künstlerisch-kreativer [Erwerbsfelder] traditionell [befänden], jenes von wirtschaftlicher und künstlerischer Rationalität, [...] seiner sozial(historisch)en Widersprüche entkleidet und nurmehr als wirtschaftlicher Drang konstruiert. (MANSKE 2016: 191)

Mithin wäre es opportun, Künstler und Kreative vor allem als Wirtschaftssubjekte zu adressieren und, folgt man dabei dem Unternehmerbegriff Schumpeters, auch volkswirtschaftliche Hoffnungen und Erwartungen an sie zu knüpfen. Dieser Sichtweise entsprechend steht im KuK-Diskurs, der sich hierzulande maßgeblich aus einer Vielzahl politisch initiiertes Kultur- und Kreativwirtschaftsberichte speist, der unternehmerische Erfolg von Künstlern und Kreativen, gemessen an eben volkswirtschaftlichen Kennziffern, im Zentrum der Betrachtung, während Kultur nicht weniger, aber auch nicht mehr interessiert, als sie als „Voraussetzung für eine prosperierende Ökonomie“ (MANSKE 2016; BMWi 2009) angesehen wird.

Kritik der (reinen) Unternehmer-These

Folgt man der Analyse Manskes (2016), ist der von ihr als Unternehmer-These charakterisierte Zugriff auf die Akteure künstlerisch-kreativer Erwerbsfelder durchaus zwiespältig zu bewerten. Zwar legt die Autorin zunächst plausibel nahe, die aktuell dominierende wirtschaftspolitische Adressierung derselben dahingehend anzuerkennen, als sie zumindest bestimmte Aspekte des Wandels von Arbeit und Gesellschaft angemessen berücksichtige (MANSKE 2016: 373). Ausgehend von der Einschätzung, dass die besagte Perspektive aber vor allem auch eine „Versämtlichung“ (MANSKE 2016: 373)⁶ sowie „ökonomische Instrumentalisierung“ (MANSKE 2016: 373) von künstlerisch-kreativer Arbeit kennzeichne und zudem das normative Modell einer „Ökonomisierung der individuellen Lebensführung“ im Sinne eines „unternehmerischen Selbst“ impliziere (MANSKE 2016: 373; BRÖCKLING 2007), überwiegt jedoch die Kritik. So sei das Subjektideal des Unternehmers in zweierlei Hinsicht problematisch. Zum einen und insbesondere durch die Vernachlässigung der sozialen Frage sowie der daran gekoppelten Ungleichheitsverhältnisse werde „ein verzerrtes Bild der Arbeits- und Produkti-

6 Mit Versämtlichung von künstlerisch-kreativer Arbeit bringt Manske (2016) ihre Beobachtung auf den Begriff, wonach sich das im KuK-Diskurs durchsetzende neue Akteursleitbild nicht nur dadurch auszeichnet, dass es „Kreative als Unternehmer in Szene setzt“ (MANSKE 2016: 215), sondern auch dadurch, dass es „klassische‘ Künstler mit derselben Elle misst“ (MANSKE 2016: 215). Hier fehlt der Platz, um die semantische Ausdehnung des Begriffs Künstler auf Kreative ausführlicher zu reflektieren. Zweifelsfrei erscheint jedoch, dass in dieser Perspektive die Markttauglichkeit gleichermaßen zum Gradmesser für kreative wie für künstlerische Arbeit wird und entsprechend eine subjektive wirtschaftliche Leistungs- bzw. Erfolgsorientierung als Maßstab sowohl für Kreative als auch für Künstler gilt (MANSKE 2016: 191).

onsbedingungen in künstlerisch-kreativen Erwerbsfeldern vermittelt“ (MANSKE 2016: 373). Zum anderen werde

eine Auffassung vom Unternehmer Schumpeter'scher Prägung reproduziert, die vielfach weder der sozialen Lage noch dem Selbstverständnis vieler AkteurInnen in künstlerisch-kreativen Erwerbsfeldern [entspräche]. (MANSKE 2016: 373)

Die sich hieran logisch anschließende Frage, inwiefern die betreffenden Akteure also überhaupt als Unternehmer gelten können, versieht die Autorin mit dem wichtigen Hinweis, diese könne nur auf der Basis einer Untersuchung der „sozialen Positionierungen“ (MANSKE 2016: 190), ergo einer „Analyse der Kräfteverhältnisse im sozialen Raum“ (MANSKE 2016: 190, Herv. Vf.) geklärt werden. Als in diesem Punkt wesentlichen Unterschied zwischen traditionellen bzw. Schumpeterschen Unternehmertypen und jenen, die sich heute als Solo-Selbständige in künstlerisch-kreativen Feldern (oder auch in anderen prekären Arbeitsmarktsegmenten) verdingen, macht Manske sodann den Umstand aus, dass eben nur *erstere* „aus einer Position der gesellschaftlichen Stärke heraus [agierten]“ (MANSKE 2016: 192). Diese manifestiere sich nicht zuletzt „in einer Machtfülle von Arbeits- und Produktionsmitteln“ (MANSKE 2016: 192), die Solo-Selbständigen in der Regel ebenso abgingen wie Gewinnstreben. Könnte die fehlende private Verfügungsgewalt über Arbeits- und Produktionsmittel u. a. auch mit Betzelt (2006) tatsächlich als schärfste Trennlinie zwischen traditionellen und den sogenannten neuen Selbständigen angesehen werden – demnach verfügen Letztere über kein nennenswertes betriebliches Sachkapital, sondern sind allein auf ihre Arbeitskraft sowie ihr kulturelles und soziales Kapital angewiesen –, wird dies in der Diskussion um Culture- und Musicpreneurs mitunter anders gesehen. So vertritt etwa Winter (2013) den Standpunkt, dass Musikschaffende noch nie so frei und über so vielfältige Produktionsmittel verfügen konnten wie heute (auch wenn sie ihnen nicht gehören) und meint damit mehr oder weniger frei zugängliche digitale Medienangebote wie *Facebook*, *YouTube* oder *Soundcloud*, die Musikschaffende wie Musikkonsumenten zur Gestaltung ihrer Musikkultur nutzen können.⁷ Das Fehlen eines absoluten wirtschaftlichen Erfolgswillens führen wiederum mehrere Autoren als Charakteristikum ‚neuer (Kultur-)Unternehmer‘ und als ein wesentliches Unterscheidungsmerkmal zu den Unternehmen des Industriezeitalters an. So etwa Lange (2007), aber auch Winter (2015), dessen Verständnis von Culture- und Musicpreneurs explizit nicht (mehr)

7 Diese Sichtweise wird hier im nächsten Abschnitt noch einmal kritisch aufgegriffen.

vorrangig kommerziell orientiert ist. Er bezeichnet mit dem Terminus vielmehr „allgemein Handelnde, die etwas um der Zukunft ihrer Kultur willen unternehmen“ (WINTER 2015: 5). Sein Konzept hat mit der hier rekonstruierten und kritisierten Unternehmer-These auf den ersten Blick entsprechend wenig gemein. Ob es allerdings geraten ist, auf den eindeutig wirtschaftlich konnotierten Terminus Entrepreneur zu rekurrieren, wenn es darum geht, Handlungen auf den Begriff zu bringen, die explizit nicht oder nicht vorrangig kommerziell orientiert sind, ist zumindest fraglich. Eine Kritik an der Praxis, den Entrepreneur-Begriff im Falle von Kultur- bzw. Musikschaaffenden für jedwede Kompetenzen und Aktivitäten in Anschlag zu bringen, die nicht im engeren Sinne künstlerischer Natur sind, ließe sich auch gegenüber einigen Beiträgen aus dem Segment anglo-amerikanischer (Karriere-)Beratungsliteratur vorbringen. So führt etwa Myles Beeching (2005, 2010) ausgehend von dem Allgemeinplatz, dass eine Musikkarriere mehr als nur künstlerisches Talent erfordert, diverse kommunikative, organisationale und technische Kompetenzen sowie darüber hinaus auch allgemeine Persönlichkeitsmerkmale wie Zielstrebigkeit, Offenheit und Optimismus zu einer „Entrepreneurial Checklist“ (MYLES BEECHING 2005: 16) zusammen. Konzeptionell und normativ problematisch wird es, wenn eine derartige, vordergründig gleichsam harmlose Aufweichung des Begriffs schließlich doch wieder im Schumpeterschen Sinne verengt und zum Leitmotiv für aufstrebende Musiker erkoren wird. So bei Myles Beeching (2005), die ihren Lesern die folgende Weisheit zu außermusikalischen Erfolgsfaktoren mit auf den Weg gibt:

Characteristics of successful entrepreneurs include flexibility, resiliency, and the ability to find opportunities in the midst of difficulties or challenges. Entrepreneurs are innovators, creative problem-solvers who can attract people and resources to their projects. Able to asses their assets and set attainable goals, entrepreneurs are diciplined, persistent and learn from their mistakes. (MYLES BEECHING 2005: 15)

Kombiniert mit weiteren ähnlich lautenden Formeln und der bereits angesprochenen Entrepreneurial Checklist lautet ihr übergeordnetes Versprechen sodann: „Cultivate your entrepreneurial skills, and you cultivate your career“ (MYLES BEECHING 2005: 13).

Alternative Akteurskonzepte: Musicpreneurs als ‚prekäre Unternehmer‘ und ‚privilegierte Selbständige‘

Mit der Frage nach den Kräfteverhältnissen bzw. der gesellschaftlichen Position der als Culture- oder Musicpreneurs adressierten Kulturschaf-

fenden knüpft Manske (2016) an die jüngere soziologische Unternehmerforschung an, die sich gleichsam als Konterpart zu der skizzierten KuK- und Entrepreneurship-Begeisterung auch der kritischen Analyse der gesellschaftlichen Kontextbedingungen ‚neuer Selbständigkeit‘ widmet. In diesem Rahmen etablierte Akteurskonzepte wie das des Arbeitskraftunternehmers (PONGRATZ/VOß 2003) und das des Alleindienstleisters (BETZELT 2006) zeigen alternative Zugänge auch für die Analyse von selbständiger Erwerbstätigkeit in künstlerisch-kreativen Feldern auf. An die eben aufgeworfene Frage anknüpfend, inwiefern es überhaupt angebracht ist, selbständige Künstler und Kreative vorrangig als Unternehmer zu adressieren, erscheinen selbige aus diesen Perspektiven, wenn überhaupt, so zumindest eher als prekäre Unternehmer (BÜHRMANN/PONGRATZ 2010) denn als schillernde Entrepreneure und Protagonisten postindustrieller Erneuerung. Zugespitzt ließe sich sogar der Standpunkt vertreten, dass mit der Konstruktion eines Culture- respektive Musicpreneurs ausgerechnet eine besonders schwache Gruppe von Künstlern und Kreativen zu (volks-)wirtschaftlichen Hoffnungsträgern stilisiert wird (MANSKE 2009: 7). Handelt es sich bei ihnen in der Regel doch formal um Solo-Selbständige und damit um Erwerbstätige, deren Arbeit anders als die von Festangestellten oder den Angehörigen der klassischen freien, verkammerten Berufe kaum reguliert ist (MANSKE 2009). In künstlerisch-kreativen Erwerbsfeldern agieren sie typischerweise projektorientiert, d.h. informell koordiniert und zeitlich befristet (MANSKE 2016: 201f.). Allein auf dem offenen Markt genießen sie zudem kaum sozialpolitischen und arbeitsrechtlichen Schutz und sind häufig nur ungenügend gegenüber den elementaren sozialen Lebensrisiken (Alter, Krankheit, Pflege usw.) abgesichert (MANSKE 2016). Ihr durchschnittliches Einkommen ist erheblich geringer als das von Erwerbstätigen mit vergleichbarem Bildungsniveau, und ihre Einkommenshöhen unterliegen verhältnismäßig großen Schwankungen. Charakteristisch für das Feld ist nicht zuletzt der hohe Anteil an geringfügig Tätigen, d.h. an Selbständigen mit einem Jahresumsatz unterhalb der Umsatzsteuer-grenze von 17.500 Euro (MANSKE 2016; BMWi 2016), die zu ihrer Existenzsicherung häufig Brotjobs außerhalb der KuK nachgehen müssen.

Nun muss die Prekarisierungsperspektive trotz der Eindeutigkeit der skizzierten Befunde im Fall künstlerisch-kreativer Arbeit in verschiedener Hinsicht differenziert werden. Insbesondere darf nicht unerwähnt bleiben, dass sich selbständige Künstler und Publizisten in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts hierzulande eine sozialpolitische Sonderstellung erkämpfen konnten, die ihnen ausgehend von der Anerkennung

ihrer schöpferischen Tätigkeit als einer ‚gesellschaftlich wichtigen Aufgabe‘ und dem Befund ihrer im Vergleich zu anderen Selbständigen deutlich schlechteren sozialen Absicherung einen privilegierten Zugang zu den Sozialversicherungssystemen gewährt (<www.kuenstlersozialkasse.de>).⁸ Wirkt dieses 1981 im *Künstlersozialversicherungsgesetz* (KSVG) verankerte Recht tatsächlich bis heute einigen zentralen Risiken selbständiger Kunst- und Kulturarbeit entgegen, steht die mit seiner Durchführung betraute *Künstlersozialkasse* (KSK) Untersuchungen Manskes zufolge jedoch bereits seit geraumer Zeit und in mehrerlei Hinsicht erheblich unter Druck. Zunächst sehr offensichtlich durch erwerbsstrukturelle Entwicklungen, wie allen voran die immensen Beschäftigungszuwächse in künstlerisch-kreativen Arbeitsfeldern und die Zunahme diskontinuierlicher bzw. hybrider Erwerbsformen und -verläufe, die die KSK bislang nicht zu integrieren vermag (MANSKE 2012, 2016). Daneben steht die KSK auch gesellschaftspolitisch unter Druck. So ist das ihr zugrundeliegende Paradigma, künstlerisch-kreative Arbeit als sozialpolitischen Sonderfall zu bewerten, seit jeher umstritten und wird verstärkt seit den 2000er Jahren und zuvorderst von Seiten etablierter Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbände in Zweifel gezogen (MANSKE 2016: 205f.). Konnte der institutionelle Bestand der KSK aufgrund entsprechender politischer Kräfteverhältnisse bislang noch immer gesichert werden, gibt es durchaus Anzeichen dafür, dass sich die Gewichte nun weiter zu Ungunsten der KSK verschieben. Ausschlaggebend für diese Einschätzung ist der von Manske konstatierte grundlegende Wandel der politischen Perspektive auf künstlerisch-kreative Arbeit, der zum Kernthema dieses Beitrags zurückführt. Demnach wird künstlerisch-kreative Arbeit auch von politischer Seite zunehmend als wirtschaftliche Ressource perspektiviert, und ihre Akteure werden anders als in den vergangenen Dekaden „nicht mehr primär als *schutzbedürftige Sozialbürger*, sondern [...] als *defizitäre Unternehmer* adressiert“ (MANSKE 2016: 205; Herv. Vf.).⁹ Geht

8 U.a. dieser Umstand hat Betzelt (2006) zu der Formel „Zwischen Privileg und Prekariät“ inspiriert, die die Erwerbsbedingungen selbständiger Kulturarbeiter pointiert. Ihre Analyse verschweigt nicht, dass die Privilegien indes begrenzt sind: Sie beschränken sich auf eine Pflichtabsicherung in der gesetzlichen Kranken-, Renten- und Pflegeversicherung zum hälftigen Beitrag, integrieren lediglich einen Teil der Kulturberufe, beinhalten keine Absicherung gegen Arbeitslosigkeit und gewährleisten nur ein niedriges Alterssicherungsniveau (BETZELT 2006: 28).

9 Mit der Bezeichnung ‚defizitärer Unternehmer‘ bringt Manske (2016) einen fundamentalen Widerspruch der wirtschaftspolitischen Perspektivierung auf den Begriff. So stellt sie fest, dass während Künstler und Kreative „einerseits als wirtschaftliche Innovatoren gerühmt [würden], [...] ihnen andererseits attestiert [werde], dass ihnen betriebswirtschaftliches Denken fremd sei und ihr arbeitsethisches Selbstverständnis einem nicht

mit diesem Perspektivwechsel staatlicherseits eine deutliche Hinwendung zu „wettbewerbsorientierten Steuerungsmaßnahmen“ (MANSKE 2016) einher, muss davon ausgegangen werden, dass die sozialpolitische Sonderstellung von Kulturschaffenden künftig auch in der politischen Arena offener als bisher zur Disposition gestellt wird. Zumindest ist durchaus vorstellbar, dass basierend auf der verstärkten wirtschaftspolitischen Adressierung von Künstlern und Kreativen die Forderung an Zuspruch gewinnt, die soziale Absicherung dieser Gruppe nicht anders als die von herkömmlicher selbständiger Erwerbsarbeit zu gestalten (MANSKE 2012), sprich die Akteure als Kulturunternehmer respektive Culturepreneurs verstärkt zur Eigenverantwortung zu verpflichten und ihre soziale Sonderstellung mitsamt institutioneller Errungenschaften wie der KSK weiter abzubauen. Dass die gezielte oder unbedachte Bezeichnung von selbständigen Musikschaffenden als Musicpreneurs jene neoliberale Erzählung bereichert, die eben dieser Entwicklung Vorschub leistet, liegt auf der Hand. Gleiches gilt mit Blick auf die Einkommensverhältnisse, die für die Musikwirtschaft im folgenden Abschnitt noch differenziert werden, für die Einschätzung, dass indes viele selbständige Kulturschaffende finanziell kaum in der Lage sein dürften, einen Sozialabbau im Feld künstlerisch-kreativer Arbeit individuell zu kompensieren (von Berufsanfängern ganz zu schweigen) und sie in diesem Fall mithin existenziell, weil vor wohlfahrtsstaatlicher Exklusion bedroht wären.

mehr zeitgemäßen Künstlerverständnis anhängen“ (MANSKE 2016: 211). So würden sie „als gesellschaftlich wertvolle, aber defizitäre Unternehmer adressiert, denen es genau [...] daran mangle, wodurch sie sich auszeichnen sollen: unternehmerisches Denken“ (MANSKE 2016: 211). Zielt ausgehend von dieser Beurteilung die politische Einflussnahme heute vorrangig darauf, die Akteure zur „Entfaltung ihrer kreativ-unternehmerischen Potenziale“ zu befähigen, soll dies vornehmlich mittels „wettbewerbsorientierten, betriebswirtschaftlichen Coaching-Angeboten“ (MANSKE 2016: 211) gelingen, die das Repertoire aktueller Fördermaßnahmen dominieren.

3. Die digitale Transformation der Musikwirtschaft als Quelle für Emanzipierung und Prekarisierung

Eine unlängst unter der Leitung des Medienökonom Wolfgang Seufert erstellte Studie bestätigt die Relevanz der vorstehend skizzierten Verhältnisse und Entwicklungen für das Arbeitsfeld der deutschen Musikwirtschaft. Sie zeigt, dass die hiesige Branche heute zu einem erheblichen Teil aus Klein- und Kleinunternehmen besteht und dass insbesondere jene Erwerbstätigen, die hier als Selbständige agieren – die Rede ist von knapp 60.000 Personen und damit fast der Hälfte der insgesamt rund 128.000 in der Musikwirtschaft Erwerbstätigen – häufig nur niedrige Einkommen erzielen (SEUFERT et al. 2015). Besonders betroffen sind der Untersuchung zufolge die sogenannten Kreativen¹⁰ und damit jene Akteure, die nach Meinung der Forscher das „wirtschaftliche Fundament“ (SEUFERT et al. 2015: 23) der Branche bilden und die an anderer Stelle gerne als Musicpreneurs bezeichnet werden. Etwa vier Fünftel von ihnen schaffen es nicht, das belegt die Studie, mit ihrer künstlerisch-kreativen Tätigkeit ein umsatzsteuerpflichtiges Jahreseinkommen (über 17.500 Euro) zu erwirtschaften.

Nun lassen sich derartige Befunde kaum angemessen beurteilen, ohne die aktuelle Produktionsweise der Musikwirtschaft als Ergebnis tiefgreifender technologischer, sozialer, kultureller und wirtschaftlicher Transformation zu berücksichtigen. Dies kann hier freilich nur ausschnitthaft erfolgen und muss ohne nähere Erläuterung der basalen Entwicklungslinien bzw. Umbrüche auskommen, die in den vergangenen 15 Jahren größtenteils untrennbar mit der fortschreitenden Digitalisierung verbunden sind (TSCHMUCK 2012). Gleichwohl speist sich das Konzept des Musicpreneurs nicht zuletzt aus positiv-affirmativen Bezugnahmen auf diese Entwicklungen. Im Mittelpunkt steht dabei die Genese, Verbreitung und Nutzung neuer, digitaler Netzwerkmedien, denen für

10 Dem musikwirtschaftlichen Teilssektor Kreative werden in der Studie drei Gruppen von Selbständigen zugeordnet. Die erste Gruppe umfasst „Komponisten, Textdichter (Songschreiber) und Musikbearbeiter, die neue musikalische Werke schaffen oder alte Songtexte und Kompositionen neu bearbeiten“ (SEUFERT et al. 2015: 23). Die zweite Gruppe besteht aus den „ausübenden Künstlern, die als Einzelinterpreten, Musikgruppen (Bands, Orchester, Chöre) oder DJs ‚live‘ auftreten oder Musikaufnahmen einspielen, die anschließend als Tonträger oder Musikdateien vertrieben werden sollen“ (SEUFERT et al. 2015: 23). Schließlich werden auch Künstlermanager dem Teilssektor der Kreativen zugeordnet. Zwischen allen drei Gruppen, insbesondere zwischen den beiden erstgenannten, gibt es personelle Überschneidungen.

die Gestaltung von Musikkultur und -wirtschaft von einigen Autoren enormes emanzipatorisches Potenzial zugesprochen wird. So definiert etwa Carsten Winter Medien wie *Facebook*, *YouTube*, *Soundcloud* oder *Spotify* als neue postindustrielle Produktionsmittel, über die sowohl Musikschaaffende als auch Musikfans heute mehr oder weniger frei verfügen könnten, um Musik zu produzieren, zu (ver-)teilen und zu nutzen – und zwar auch unabhängig von klassischen Musikwirtschaftsunternehmen und -märkten (WINTER 2013, 2015; KAUFMANN/WINTER 2014; PAULUS/WINTER 2014). Können Musikschaaffende und Musikfans, ausgestattet mit solchen digitalen Netzwerkmedien als Produktionsmitteln, nun also zu Unternehmern ihrer eigenen Kultur (KAUFMANN/WINTER 2014), mithin zu Musicpreneurs werden, bleibt die Kehrseite der Medaille analytisch häufig unterbelichtet. So kaprizieren sich Diskussionsbeiträge wie die genannten vornehmlich auf neue Freiheiten, die sich Musikschaaffenden und Musikfans in der digital transformierten Musikwirtschaft im Vergleich zur alten Musikindustrie offenbaren und blenden neu entstandene Macht- und Ausbeutungsverhältnisse weitgehend aus. Aus der Perspektive einer Kritik der Politischen Ökonomie der Medien und des Internets, wie sie etwa der Medienwissenschaftler Christian Fuchs vertritt, treten Letztere indes unweigerlich hervor. Ohne hier näher auf seine instruktiven Adaptionen Marxscher Theorie eingehen zu können (FUCHS 2016), hat nach Fuchs (2015a) die jüngste Produktivkraftentwicklung hin zu digital vernetzten Produktivkräften keineswegs eine Auflösung kapitalistischer Verhältnisse bewirkt. Vielmehr habe der Widerspruch zwischen Produktivkräften und Produktionsverhältnissen eine digitale Form angenommen und offenbare einmal mehr einen fundamentalen kulturellen Antagonismus des Kapitalismus: Demnach erlauben die digital vernetzten Produktivkräfte des Internets das Unterlaufen der Warenform und verwandeln Information in ein Gemeingut (FUCHS 2015a) – ein Prozess, der angefangen von illegalem File-Sharing bis hin zu mehr oder weniger kommerzialisiertem Streaming in den vergangenen Jahren nirgendwo unmittelbarer als in der Musikwirtschaft beobachtet werden konnte. Wäre es aus einer gemeinwohlorientierten Perspektive nun naheliegend, sich mit Autoren wie etwa Hermes, Knoflach und Winter (2016) darüber zu freuen, dass Musik heute zu jeder Zeit digital verfügbar und unser „Musikwohlstand“ (HERMES et al. 2016: 7) trotz der gravierenden Umsatzeinbußen der Musikindustrie „geradezu explodiert [ist]“ (HERMES et al. 2016: 7), würde man die Widersprüchlichkeit der Entwicklung und insbesondere den Umstand verkennen, dass durch die (partielle) Dekommodifizierung von Musik

innerhalb des Kapitalismus nicht nur die Profite der traditionellen Musikindustrie angegriffen werden, sondern auch die Löhne jener, die in diesem Bereich arbeiten (FUCHS 2015a). Mit Blick auf die nach wie vor weitgehend ungelöste Frage, wie Künstler und Kreativarbeiter in der digital transformierten Musikwirtschaft und der ‚Netzökonomie‘ allgemein angemessene Löhne erzielen bzw. überhaupt Geld verdienen können, gilt es, die Entwicklung bei aller Euphorie über offenere Zugänge zu Musik also auch als Quelle weiterer Ausbeutung und Prekarisierung zu betrachten.¹¹ Dabei geraten unweigerlich jene ‚neuen‘ Medienkonzerne in den Blick, die Fuchs (2015b) in Abgrenzung zur traditionellen Musik- bzw. Medieninhalteindustrie unter den Begriff Medienoffenheitsindustrie fasst und deren Geschäftsmodelle der Bezeichnung entsprechend nicht mehr auf dem Verkauf von Inhalten basieren, sondern auf dem offenen Zugang zu ihnen, um durch diese Offenheit sodann auf andere Arten und Weisen Kapital zu akkumulieren (vor allem durch das Sammeln und Verwerten von Nutzerdaten) (FUCHS 2015b). Aus dieser Perspektive erscheinen *Facebook*, *YouTube* und Co. anders als etwa bei Winter (z.B. 2013) nicht in erster Linie als von Eigeninteressen freie Bereitsteller von Produktionsmitteln, mittels derer Musikschaaffende und Musikfans als Musicpreneurs ihre Musikkultur selbstbestimmter als jemals zuvor gestalten können, sondern zuvorderst als kapitalistische Konzerne, die Musikschaaffende als Inhalteproduzenten radikaler ausbeuten als jede Medieninhalteindustrie zuvor. Und zwar, indem sie für die Nutzung ihrer Arbeitsprodukte, sprich Musikaufnahmen, keinerlei Löhne entrichten.¹² Nun ist Fuchs (2015a) zuzustimmen, wenn er feststellt, dass es keine einfachen Lösungen für die kulturellen Antagonismen des Kapitalismus gibt. Und so soll hier auch nicht der Eindruck erweckt werden, die Lösung sei im Falle der Musikwirtschaft bei den alten Branchenakteuren und einer konservativen Urheberrechtspolitik zu suchen. Gleichermäßen wichtig erscheint es mir aber, das Internet bzw. digitale Netzwerkmedien nicht als Sphären eines wie auch immer

11 Die Analyse dieses Spannungsfeldes ist bereits seit rund 15 Jahren Gegenstand unterschiedlicher, sich teilweise überschneidender Forschungsgebiete. So findet eine kritische Auseinandersetzung sowohl in der mittlerweile recht umfangreichen Diskussion um digitale Arbeit (TERRANOVA 2000, 2004; FUCHS 2010; FUCHS/SEVIGNANI 2013) wie auch in jener um Kultur- und Kreativarbeit statt, wobei in letzterer bereits früh auch die Verhältnisse in der Musikwirtschaft thematisiert wurden (HESMONDHALGH 2002; HESMONDHALGH/BAKER 2011; SCHWETTER 2015).

12 Jüngere Entwicklungen wie die Einigung der deutschen Verwertungsgesellschaft *GEMA* mit *Google* auf einen Vertrag zur Vergütung von Musikinhalten auf *YouTube* mögen diese Einschätzung relativieren, ändern aber nichts an der Grundproblematik.

gearteten ‚Musikkommunismus‘ zu erklären. Vielmehr gilt es, die aktuelle Produktionsweise der Musikwirtschaft in ihrer Widersprüchlichkeit zu analysieren und insofern eben nicht nur ihre emanzipatorischen Momente zu preisen, sondern auch ihre verschärften Prekarisierungstendenzen sowie die ihnen zugrundeliegenden neuen Macht- und Ausbeutungsverhältnisse zu thematisieren.

Zur Erinnerung: Ein zentraler Kritikpunkt an dem von Manske (2016) als Unternehmer-These charakterisierten Zugriff auf künstlerisch-kreative Erwerbsfelder lautet, dieser würde ein verzerrtes Bild der hier herrschenden Arbeits- und Produktionsbedingungen und so auch der sozioökonomischen Lage ihrer Akteure zeichnen. Mit Blick auf die eben angeführten Kennziffern zu den aktuellen Erwerbs- und Einkommensverhältnissen in der Musikwirtschaft und das zuletzt diskutierte Prekarisierungspotenzial ihrer jüngeren, maßgeblich digitalisierungsgetriebenen Entwicklung, erscheint diese Kritik hier unter Umständen besonders angebracht. Und zwar dann, wenn Musikarbeiter als Musicpreneurs pauschal auf der Gewinnerseite der digital transformierten Musikwirtschaft verortet werden. Berücksichtigt man ferner den oben zugespitzten, allgemeineren Befund einer gefährdeten oder zumindest ungenügenden wohlfahrtsstaatlichen Integration von selbständiger Kulturarbeit, stellen sich die Verhältnisse als Verhältnisse mit erheblichem Konfliktpotenzial dar. Und so drängt sich die Frage auf, wie sich Kulturschaffende in den angesprochenen Zusammenhängen und insbesondere im Hinblick auf ihre verstärkt wirtschaftspolitische Adressierung selbst und kollektiv positionieren. Diese Frage wird hier abschließend in den Blick genommen.

4. Widerstandspotenziale? Zur kollektiven Interessenorganisation von Künstlern und Kreativen der Musikszene

Bekanntermaßen fallen die wirtschaftlichen und sozialen Verhältnisse eines Arbeitsfeldes ebenso wenig vom Himmel wie seine Regulationsmodi. Sie sind vielmehr immer auch das Ergebnis der Aushandlung disparater Interessen, traditionell jenen von Arbeit und Kapital. So gehen beide Seiten Konflikt- und Kooperationsbeziehungen miteinander ein, aus denen, gepaart oder ergänzt durch staatliche Interventionen, Normen, Verträge, Institutionen und Organisationen zur Regulierung von Arbeit resultieren (MÜLLER-JENTSCH 2007: 3f.). Träger sind die Kon-

fliktparteien repräsentierenden Akteure, d.h. „sowohl Verbände (Gewerkschaften und Arbeitgeberorganisationen) als auch Gruppen und Personen beider Seiten sowie – als dritte Partei – die mit Tarif-, Arbeits- und Sozialfragen befassten staatlichen Instanzen“ (MÜLLER-JENTSCH 2007: 4). Der Bezugsrahmen der Auseinandersetzung kann ein Betrieb, ein Wirtschaftszweig, ein Land oder ein (regulierter) transnationaler Wirtschaftsraum sein.

In der Diskussion um die KuK fristet die Erforschung dieser Zusammenhänge, für die sich in den Sozial- und Wirtschaftswissenschaften längst der Begriff Arbeits-, respektive ‚industrielle Beziehungen‘ etabliert hat, ein randständiges Dasein.¹³ Gleichwohl lautet eine verbreitete Diagnose, dass es um selbige hier nicht weit her sei und die Gründe dafür vor allem auf Seiten der Künstler und Kreativen lägen. Ihnen wird allgemein ein geringes interessenpolitisches Organisationspotenzial zugesprochen. Tatsächlich legen die das Feld und seine Akteure charakterisierenden Merkmale, allen voran der hohe Anteil an Selbständigen und ihre projektorientierte Arbeitsweise in kleinteiligen, dynamischen und zumeist informellen Netzwerken, aber auch die für Künstler und Kreative weiterhin als typisch erachteten ausgeprägten Selbstverwirklichungsmotive sowie ein damit verbundenes Autonomiestreben die Einschätzung nahe, dass es in der KuK grundsätzlich „an Anknüpfungspunkten für Solidarität, speziell in ihrer wohlfahrtsstaatlich korporativen Form, wie sie von den Gewerkschaften repräsentiert wird [mangelt]“ (SCHNELL 2009: 333). Mehr noch scheint das aus dem Zwang zur individuellen Marktbehauptung resultierende verbreitete Einzelkämpferdasein (SCHNELL 2009) sogar logisch ein „habituelles Misstrauen gegenüber größeren Kollektiven“ (FRIEBE/LOBO 2006: 278) zu begründen. Ohne in Zweifel zu ziehen, dass individualisierte Strukturen, wie sie die KuK und zunehmend auch andere Branchen prägen, traditionelle Ansätze kollektiver Interessenorganisation fundamental herausfordern, deuten verschiedene Untersuchungen darauf hin, dass sich die Verhältnisse gleichwohl

13 Wegweisende Ausnahmen bilden in der deutschsprachigen Literatur die Studien von Christiane Schnell (2007, 2009) und Birgit Apitzsch (2010) sowie die Forschung von Alexandra Manske (2016). International ist der Aspekt kollektiver Interessenorganisation verschiedentlich im Kontext der Debatte um Kreativarbeit thematisiert worden. Exemplarisch soll hier auf die Studie *Creative labour and collective interaction: the working lives of young jazz musicians in London* von Charles Umney und Letteris Kretsos (2014) verwiesen werden, die kollektive Interaktionen unter Londoner Jazzmusikern im Zusammenhang mit unterschiedlichen Formen musikalischer Arbeit, darunter auch sogenannte „entrepreneurial activities“ (UMNEY/KRETSOS 2014: 582ff.), untersucht.

etwas komplexer darstellen. So hat etwa Christiane Schnell bereits 2007 detailliert rekonstruiert, dass es in einzelnen künstlerisch-kreativen Berufen sehr wohl bereits eine längere Tradition kollektiver Interessenorganisation und insbesondere auch der gewerkschaftlichen Einbindung gibt. Dass sich in kreativen Branchen abseits „herkömmlicher Partizipationsmuster“ außerdem alternative Formen der Interessenorganisation entwickeln, hat unlängst Manske (2016: 200f.) unter Berücksichtigung ausgewählter Forschung festgestellt. Demnach bilden sich gleichsam als „Reaktion auf die Entstrukturierung von Arbeitsbeziehungen und Arbeitsmärkten“ (MANSKE 2016: 200) „hybride Interessenvertretungsstrategien“ (MANSKE 2016: 200) heraus, die, wie zuerst Gottschall und Betzelt (2003) betont haben, „die zunehmende Heterogenität ihrer Klientel konstruktiv aufgreifen und in verschiedener Hinsicht zur Erneuerung der herkömmlichen industriellen Beziehungen beitragen“ (MANSKE 2016: 200). Als Organisationsgrundlage scheinen dabei nicht mehr nur klassische Kriterien, wie eindeutig professions-bezogene Interessen zu dienen, sondern auch offenere Merkmale wie etwa allgemeine, branchenbezogene Kriterien oder der Erwerbsstatus der (Solo-)Selbständigkeit. Ein in diesem Zusammenhang wichtiger Hinweis ist, dass sich auch Gewerkschaften längst für selbständige Erwerbsformen geöffnet haben. So bietet etwa *ver.di* mit der Initiative *mediafon* bereits seit einigen Jahren ein Beratungsnetzwerk für Solo-Selbständige an und beteiligt sich insofern einerseits zweifellos an der Modernisierung traditioneller industrieller Beziehungen (MANSKE 2016: 201). Andererseits bringt die Initiative „zugleich den damit verkoppelten Machtverlust auf den Punkt [...]“ (MANSKE 2016: 201) – denn regulatorische Macht im sozialpolitischen Sinne besitzen Initiativen wie *mediafon* nicht. Entsprechend wird resümiert, dass es in Bezug auf die Interessenvertretung ihrer Akteure in der KuK nach wie vor weitgehend an „machtvollen Rezepten“ mangelt (MANSKE 2016: 201). Gleichwohl regen die als hybrid bezeichneten alternativen interessenorganisationalen Ansätze zur weiteren Untersuchung und Diskussion an. Im Anschluss an die Diagnose, wonach die für die KuK typischen, individualisierten sowie raum-zeitlich und inhaltlich hoch dynamischen Netzwerkkulturen keine prädestinierten Umfeldler für „solidarische Bindungen“ sind, „die über die unmittelbare Marktbehauptung hinausgehen“ (MANSKE 2016: 201), drängt sich dabei speziell die Frage auf, inwiefern Netzwerkstrukturen dennoch als Basis für (neue) Formen kollektiver Interessenorganisation und -artikulation dienen können (MANSKE 2016; APITZSCH 2010). Sie wird hier abschließend als empirische Frage und exemplarisch anhand zweier Or-

ganisationsentwicklungen beleuchtet, die gegenwärtig in Berlin beobachtet werden können und in deren Rahmen nicht zuletzt der in diesem Beitrag fokussierte Zusammenhang zwischen dem Begriff des Musicpreneurs und das Feld betreffende soziale Fragen wieder hervortritt und zum Gegenstand praktischer Politik wird. Die folgenden Ausführungen behandeln erstens das Branchennetzwerk *Berlin Music Commission e.G.* (BMC), das als Beispiel für die politisch geförderte Institutionalisierung von hybriden Strukturen herangezogen wird, sowie zweitens die *Koalition der freien Szene*, die als Exempel für neue Ansätze (kultur-)politisch eindeutig widerständiger kollektiver Mobilisierung dient.

Institutionalisierung hybrider Strukturen in der *Berlin Music Commission*

Bei der BMC handelt es sich um eine von Vertretern der Berliner Musikszene im Jahr 2007 als Genossenschaft ins Leben gerufene Organisation, die sich laut einer frühen Beschreibung als übergreifendes Netzwerk sowohl national als auch international der Förderung der Musikwirtschaft in der Hauptstadt widmet (SCHLINGER 2007). Zu ihren Mitgliedern zählen heute Akteure aus allen Segmenten der (Berliner) Musikwirtschaft, wobei es sich zumeist um Kleinstunternehmen sowie um KMUs handelt. Ihrer aktuellen Selbstdarstellung zufolge organisiert und vernetzt die BMC Branchenakteure mit dem übergeordneten Ziel, neues kreatives und wirtschaftliches Potenzial zu erschließen und die Akteure insbesondere im Hinblick auf digitalisierungsbedingte Entwicklungen zu professionalisieren (BMC o. J. a: 2). Konkret setzt die Organisation dieses Ansinnen in gemeinsam mit den Akteuren entwickelten Projekten und im Rahmen des *Kompetenzzentrums Musikwirtschaft* um, das BMC-Mitgliedern mittels verschiedener Formate Coaching und Beratung sowie Möglichkeiten zur aktiven (auch branchenübergreifenden) Vernetzung und für Wissenstransfer bietet (BMC o.J.: 1). Neben der Vernetzung und Professionalisierung ihrer Mitglieder versteht sich die BMC auch als deren „Interessenvertretung“ bzw. als „Sprachrohr gegenüber Politik und anderen Branchen“ (BMC o.J. a: 2). Sie hat insofern einen hybriden Charakter und setzt gewissermaßen jenen Metatrend in der Entwicklung industrieller Beziehungen um, der hier im vorigen Abschnitt skizziert wurde. Indem die BMC neben der Organisation und Vertretung kollektiver Interessen vor allem als Förder- und Serviceeinrichtung agiert, die ihre Mitglieder bei deren individueller Marktbehauptung unterstützt, trägt sie in praktischer Hinsicht den strukturellen Entwicklungen des Feldes Rechnung. So können oder

wollen insbesondere viele der in der BMC vernetzten Klein- und Kleinstunternehmen verschiedene Kompetenzen oder Leistungen, auf die sie bei der Entwicklung ihrer Wertschöpfung angewiesen sind, nicht innerhalb der eigenen Unternehmung bereitstellen, sondern sind auf Unterstützung angewiesen, die sie nun direkt von der BMC erhalten, oder sich über das Netzwerk kooperativ organisieren können (WINTER/PAULUS 2017). In politisch-regulatorischer Hinsicht agiert die BMC auf dieser Ebene ganz im Sinne des oben skizzierten gegenwärtigen politischen Steuerungs- und Förderparadigmas, das bekanntlich auf eine marktorientierte Selbstaktivierung kreativer Akteure sowie die Entwicklung ihrer unternehmerischen Kompetenzen setzt. Insofern verwundert es wenig, dass politische Stellen nicht nur die Gründung der BMC im Jahr 2007 begrüßt haben (*Projekt Zukunft* 2007), sondern seither auch ihre Entwicklung auf verschiedene Weise fördern (SCHLINGER 2007; *Senatsverwaltung für Finanzen* 2016; *Musicboard* Berlin 2016). Während der Nutzen der BMC aus einer wirtschaftspolitisch orientierten Steuerungs- und Förderperspektive offensichtlich erscheint, bleibt noch zu klären, inwieweit das Netzwerk als hybride Institution tatsächlich auch im engeren Sinne interessenpolitisch agiert. Wie bereits angedeutet, ist das Selbstverständnis der BMC hier eindeutig: Sie versteht sich auch als Interessenvertretung ihrer Mitglieder. Einem traditionellen Verständnis folgend, müsste sie als solche zunächst vier Grundfunktionen erfüllen und die politischen Interessen ihrer Zielgruppe integrieren, aggregieren, selektieren und artikulieren (SEBALDT/STRASSNER 2004: 59; Weber 1981: 386ff.). Ergänzt werden könnte dieses Aufgabenspektrum um weitere Funktionen, namentlich um Partizipation, Legitimation und sozioökonomische Selbstregulierung, die „nicht primär die Aufgaben gegenüber ihrer spezifischen Klientel betreffen, sondern [...] Leistungen im Auftrag des gesamten politischen Systems darstellen“ (SEBALDT/STRASSNER 2004: 59; Herv. i. O.). Die Frage, inwieweit die BMC diesen klassischen Anforderungen gerecht wird bzw. überhaupt gerecht werden will und vor allem kann, ist auf Basis der vorhandenen Daten kaum zu klären und müsste systematisch empirisch untersucht werden. Bezüglich der hier vorrangig interessierenden Frage, ob und wie sich Akteure der Musikszene im Hinblick auf ihre verstärkte Adressierung als Wirtschaftssubjekte respektive den Mangel sozialpolitischer Initiativen kollektiv positionieren, ermöglichen die vorliegenden Informationen zur BMC indes folgende Einsichten. So gibt es keine dokumentierten Anzeichen dafür, dass die Organisation dieses Politikfeld als Interessenvertretung systematisch und mit eigenen Positionen bestellt. Eine Auseinan-

dersetzung mit arbeits- und sozialpolitischen Fragen scheint allenfalls auf der Ebene von Beratungsangeboten stattzufinden, die naturgemäß aber nicht den Charakter kollektiven Interessenhandelns haben, sondern der Klärung praktischer Fragen individueller sozialer Absicherung und einer entsprechenden Kompetenzentwicklung des BMC-Klientels dienen sollen. Ungeachtet dessen zielt die interessenpolitische Arbeit der BMC nachweislich sehr wohl auch auf eine Verbesserung der allgemeinen Rahmenbedingungen für musikalische und musikwirtschaftliche Aktivitäten. Als Meilenstein kann in dieser Hinsicht die im Jahr 2011 in Kooperation mit den Partnernetzwerken *Club Commission* und *Label Commission* unter dem Slogan *Musik 2020* Berlin initiierte Kampagne zur Sicherung und Weiterentwicklung des Musikstandortes Berlin gelten (www.musik2020berlin.de). Sie aggregierte und artikulierte die seinerzeit zentralen politischen Positionen der BMC und der mit ihr assoziierten Netzwerke. Dabei ist bemerkenswert, dass die auf eine Verbesserung der Rahmenbedingungen zielenden Forderungen in erster Linie nicht wirtschaftspolitischer Natur waren. Vielmehr differenzierten die Organisationen hinsichtlich der Belange ihrer Mitglieder drei relevante Politikfelder (Kultur, Stadtentwicklung, Wirtschaft) und adressierten allen voran die Kulturpolitik. So lautete die Kernforderung der Kampagne, populäre Musik als gegenüber „traditionell geförderten Bereichen der Hochkultur gleichberechtigtes, förderwürdiges Kulturgut“ (*Musik 2020 Berlin* 2011: 4) anzuerkennen und mit entsprechenden Mitteln zu versorgen.¹⁴ Wenngleich der naheliegende Schritt ausblieb, diese Position auch mit arbeits- und sozialpolitischen Forderungen zu verknüpfen und sich etwa gegen Sozialabbau im Feld künstlerisch-kreativer Arbeit oder für progressive sozialpolitische Initiativen wie etwa eine umfassende Modernisierung der Künstlersozialkasse einzusetzen, weisen die Positionen der BMC hier zweifelsohne Anschlusspunkte zur kritischen Diskussion um die zunehmende wirtschaftspolitische Perspektivierung des Feldes auf. Es steht aus, diese bzw. gegebenenfalls vorhandene arbeits- und sozialpolitische Positionen sowie Mobilisierungspotenziale von hybriden Organisationen wie der BMC insgesamt eingehender zu untersuchen. An eine Kernfrage der Erforschung industrieller Beziehungen anknüpfend, wäre dabei nicht zuletzt die Konfliktfähigkeit respektive auch Konfliktwilligkeit derartiger Organisationen vor dem Hintergrund zu analysieren, dass diese in nicht unerheblichem Maße strukturell von

14 Die Kampagne orientierte sich dabei an den von der Musikbranche erwirtschafteten Landessteuereinnahmen und forderte, jährlich zehn Prozent dieser Einnahmen in die Entwicklung der Branche zu reinvestieren (*Musik 2020 Berlin* 2011: 7).

staatlichen Instanzen und damit (anders als klassische Interessenverbände wie etwa Gewerkschaften) von ihren potenziell erstrangigen Konfliktpartnern abhängig sind.

Mobilisierung kollektiven Widerstands in der *Koalition der freien Szene*

Sehr viel eindeutiger Positionen in Bezug auf die in diesem Beitrag fokussierten Zusammenhänge bezieht die *Koalition der freien Szene*. Bei ihr handelt es sich um einen Verbund von Kulturschaffenden, die sich im Jahr 2012 spartenübergreifend zusammengeschlossen haben,¹⁵ um auf kollektiv empfundene „eklatante Fehlentwicklung[en] im Berliner Kulturhaushalt aufmerksam zu machen“ (*Koalition der freien Szene* 2017a: 2). Die als offene Plattform angelegte Organisation entwickelt und diskutiert seither in regelmäßigen Treffen und zudem sehr rege mittels digitaler Netzwerkmedien¹⁶ kulturpolitische Forderungen, Konzepte und Kampagnen, die sich direkt an die Berliner Landespolitik richten. Kernstück ihrer Aktivitäten ist ein Elf-Punkte-Programm, welches ausgehend von der Diagnose, dass „die derzeitig höchst prekären Arbeitsbedingungen Berliner freier KünstlerInnen und KulturproduzentInnen [...] fast durchgängig Selbstausbeutung [erzwingen]“ (*Koalition der freien Szene* 2017b: 4), zu einer „Anpassung der Kulturförderstrukturen an die tatsächliche künstlerische Praxis [drängt]“ (*Koalition der freien Szene* 2012: 7). Steht bereits diese knappe Bestimmung der Verhältnisse im eklatanten Widerspruch zu dem Ansatz, Akteure künstlerischer Erwerbsfelder etwa als Musicpreneure als vielversprechende Unternehmer zu inszenieren, positioniert sich die *Koalition* in dieser Hinsicht noch differenzierter und auf der Basis oppositioneller kulturpolitischer Standpunkte. Bezugsrahmen ist dabei zunächst die bekannte Beschwörung von Kunst und Kultur als wichtige Standortfaktoren. So weist die Organisation darauf hin, dass während die Attraktivität des international gefeierten kreativen Berlins vor allem auf der Vielfalt der Künste und deren Zusammenspiel basiere (*Koalition der freien Szene* 2017a), sich die Arbeits- und Lebensbedingungen der hiesigen Kulturproduzenten nicht etwa verbessert, sondern sukzessive verschlechtert hätten. Sie nimmt diese Diskrepanz zum Anlass, sich gegen eine Politik zu wenden, die

15 Der *Koalition* gehören insofern nicht nur Akteure aus der Musikszene an, sondern freischaffende Künstler aus allen Kunstbereichen.

16 In der rund 8.500 Mitglieder umfassenden (offenen) Facebook-Gruppe der Organisation kann ein täglicher Austausch zu Fragen der Freien Szene beobachtet werden.

Kunst und Kulturschaffende zwar extensiv für Stadtmarketing nutze, sie gleichzeitig und zunehmend aber auch Verwertungszwängen aussetze bzw. der räumlichen Verdrängung preisgebe „und damit [nicht weniger als] die Autonomie der Kunst [beschädige] und die gesellschaftliche Bedeutung von Kunst“ (*Koalition der freien Szene* 2017a) marginalisiere. „Kunst ist keine Dienstleistung! – Für die Zweckfreiheit von Kunst“ (*Koalition der freien Szene* 2017b) lautet entsprechend auch der zweite der elf Programmpunkte, mit dem sich die *Koalition* nicht zuletzt explizit gegen die hier in Abschnitt 2 bereits angesprochene Versämtlichung von künstlerisch-kreativer Arbeit bzw. die Gleichsetzung von Kunstszenen und Kreativwirtschaft ausspricht. Bei ihrer Analyse der Organisation macht Manske (2016) in diesem Zusammenhang die wichtige Beobachtung, dass die Akteure eine (volks-)wirtschaftliche Perspektivierung ihrer Arbeit jedoch keineswegs grundsätzlich ablehnen (MANSKE 2016: 264).¹⁷ Mitnichten gehe es darum, den Markt zum Verschwinden zu bringen. Vielmehr würden die Koalitionäre gleichsam „innerhalb der Logik einer Creative City“ argumentieren und versuchen, diese „in die Pflicht zu nehmen“ (MANSKE 2016: 264). So würden die „Regierungsverhältnisse der kulturalisierten Stadt“ dahingehend kritisiert, als sie „als Quelle von Ungleichheit und Ausbeutung ebener sozialer Gruppe“ (MANSKE 2016: 264) wirkten, die maßgeblich zum Aufschwung ebendieser Stadt beigetragen habe. Die Lektüre des präzisen Forderungskatalogs der Initiative stützt diese Einschätzung (siehe www.berlinvisit.org). Und so kann auch Manskes Resümee geteilt werden, wonach der auf einen Punkt gebrachte programmatische Anspruch der Organisation lautet: „*Umverteilung und ökonomische Anerkennung*“ (MANSKE 2016: 265; Herv. Vf.). Dieser führt zurück zum Kernthema dieses Beitrags. So sollte die Forderung nach ökonomischer Anerkennung nicht so verstanden werden, dass es den Akteuren darum ginge, zu Culture- oder Musicpreneurs bzw. zu Unternehmern im Schumpeterschen Sinne erhoben zu werden. Im Gegenteil stellt Manske fest, seien die „Thesen zur Creative Class“¹⁸ sowie die Adressierung als unternehmerisches Selbst im hiesigen Diskurs um

17 Manske bezieht in ihre Analyse ferner die Initiative *Haben und Brauchen* ein. Diese wird hier nicht näher betrachtet, da es sich in erster Linie um einen Zusammenschluss bildender Künstler handelt. Den an neuen kultur- und sozialkritischen interessenspolitischen Formationen interessierten Lesern sei aber die Homepage (<www.habenundbrauchen.de>) sowie das dort abrufbare „Manifest“ empfohlen.

18 Diese stammen originär von dem US-Ökonom Richard Florida, der mit seinem Buch *The Rise of the Creative Class* (2002) ein früherer Stichwortgeber für die Unternehmerthese bzw. die wirtschaftspolitische Perspektivierung künstlerisch-kreativer Arbeit war und nach wie vor ist.

die KuK [sogar] ein rotes Tuch in der freien künstlerisch-kreativen Szene (nicht nur) Berlins“ (MANSKE 2016: 265). Manske zufolge steht die Kreativwirtschaft hier „für viele eher für einen wirklichkeitsfremden, die prekären Arbeits- und Sozialverhältnisse der Mehrheit beschönigendes Etikett oder gar verfälschen-den Diskurs“ (MANSKE 2016: 265). Mithin wehrten sich die Akteure gegen eine volkswirtschaftliche Inpflichtnahme, ohne mit den notwendigen Ressourcen ausgestattet zu werden.

5. Outro

Der vorliegende Beitrag hat den Begriff des Musicpreneurs als musikbezogene Variante eines Subjektideals diskutiert, das im Kontext einer neuen, (volks-)wirtschaftlich motivierten und neoliberal ausgerichteten Perspektive auf künstlerisch-kreative Arbeit etabliert wurde. Die Basis für die Analyse bildeten vornehmlich arbeitssoziologische Untersuchungen, die, verknüpft mit Befunden aus dem spezifischen Arbeits- und Wirtschaftsfeld der Musikwirtschaft, die Schattenseiten dieser Perspektivierung offenbart haben. Zunächst wurde festgestellt, dass das von ihr transportierte Unternehmerbild Schumpeterscher Provenienz weder mit der sozialen Lage noch mit dem Selbstverständnis vieler selbständiger Kultur- und Musikschaffender vereinbar scheint und sie zudem die realen, tatsächlich vielfach prekären Arbeits- und Lebensbedingungen im Feld künstlerisch-kreativer Arbeit verklärt. Im Anschluss wurde darauf aufmerksam gemacht, dass eine entsprechende Verortung nicht nur auf der konzeptionellen Ebene problematisch ist, sondern insbesondere auch brisante Folgen für die praktische (sozial-)politische Regulierung des Feldes impliziert. Diese Einschätzung wurde dahingehend zugespitzt, als konstatiert wurde, dass zur individuellen Marktorientierung und Eigenverantwortung auffordernde Akteurskonzepte wie das des Culture- oder Musicpreneurs als politische Leitbilder eine Abkehr von dem Paradigma, künstlerisch-kreative Arbeit als sozialpolitisch besonders schützenswert anzusehen, forcieren und sie mithin der wohlfahrtsstaatlichen Exklusion von selbständigen Kultur- und Musikarbeiter Vorschub leisten. Diese für künstlerisch-kreative Erwerbsefelder allgemein geltenden Befunde wurden im dritten Abschnitt des Beitrags mit konkreten Kennziffern zu den Beschäftigungs- und Einkommensverhältnissen in der Musikwirtschaft untermauert und spezifiziert. Darüber hinaus offenbarte die Diskussion von maßgeblich digitalisierungsgetriebenen Entwicklungen auf der Ebene musikwirtschaftlicher Produktionsver-

hältnisse neue Formen von Ausbeutung und Quellen für Prekarisierung, die, so lautete ein weiterer zentraler Kritikpunkt, in positiv-affirmativen Musicpreneur-Erzählungen systematisch ausblendet werden. In Anbetracht eines mithin diversen Konfliktpotenzials wurde abschließend die Frage behandelt, wie sich Künstler und Kreative in den angesprochenen Zusammenhängen und insbesondere in Bezug auf ihre zunehmend wirtschaftspolitische Adressierung selbst und kollektiv positionieren.

Die Frage nach den Potenzialen kollektiver Interessenorganisation erscheint mir grundsätzlich als eine der brennendsten und gleichzeitig als verhältnismäßig noch wenig beleuchteter Aspekt in dem ansonsten und insbesondere aus arbeitssoziologischer Perspektive bereits gut erschlossenen Forschungsfeld künstlerisch-kreativer Erwerbstätigkeit. Die Überlegungen des vorstehenden vierten Abschnitts zeigen diesbezüglich noch offene spezifische Fragestellungen auf, die zu weiterer Forschung anregen. Zweifellos können Formationen wie die vorgestellte *Berlin Music Commission* und die *Koalition der freien Szene* als Versuche von Kulturschaffenden verstanden werden, sich abseits traditioneller korporativer Strukturen kollektiv interessenpolitisch zu organisieren, um sich so, wie ergänzend aufgezeigt wurde, auch mehr oder weniger explizit und kritisch in Bezug auf ihre zunehmend wirtschaftspolitische Adressierung zu positionieren. Um ein tieferes Verständnis solch neuer Organisationsansätze entwickeln zu können, müsste Anschlussforschung sie zunächst mit basalen Fragen zu Kollektivität und darauf gerichteten Institutionalisierungsprozessen konfrontieren. Also mit Fragen danach, ob und inwiefern die sich formierenden individuellen Akteure bewusst Ziele und Regeln teilen, gemeinsame Identitäten ausbilden und nicht zuletzt organisatorische Verstreungen bis hin zur formalen Organisation etablieren (DOLATA/SCHRAPE 2013). Im Kontext bzw. ergänzend zu den bereits aufgeworfenen weiterführenden Fragen etwa nach der Konfliktwilligkeit und vor allem Konfliktfähigkeit neuer Interessenskoalitionen könnte sich Anschlussforschung ferner damit befassen, inwiefern diese klassische Formen von Interessenpolitik herausfordern (MANSKE 2016: 266); wie sie sich gegenüber bestehenden Verbandsstrukturen und insbesondere neuen gewerkschaftlichen Angeboten positionieren und wie es, last but not least, schließlich empirisch um ihre politische Einflussmacht bestellt ist. Eine kritische Musik- bzw. Kultur- und Kreativwirtschaftsforschung, die sich nicht auf eine Ideologiekritik an der vorherrschenden neoliberalen Rhetorik (einschließlich Begriffen wie denen des Culture- oder Musicpreneurs) und/oder die Aufdeckung der tatsächlich zunehmend prekären Verhältnisse und von neuen Macht-

und Ausbeutungskonstellationen beschränken möchte, sollte an solchen Untersuchungen sehr interessiert sein. Schließlich ginge es dann im Sinne einer *transformativen* Wissenschaft (KRÜGER/MEYEN 2018) auch darum, die Verhältnisse nicht nur zu beschreiben, sondern zudem konkrete Potenziale und Strategien für Veränderung aufzuzeigen und (mit) zu entwickeln.

Autor

Aljoscha Paulus, M.A., ist Doktorand und wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung (IJK) der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover. Seine Lehr- und Forschungsschwerpunkte liegen aktuell in den Bereichen Arbeit und Interessenorganisation in der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie der Kritik der politischen Ökonomie der Medien und Kommunikation. Mit dem Thema Music-Entrepreneurship befassen sich u.a. zwei seiner Aufsätze: „Musiker als Media-Artepreneure? Digitale Netzwerkmedien als Produktionsmittel und neue Wertschöpfungsprozesse“ (gemeinsam mit C. Winter, Bielefeld: 2014) sowie „Institutionalisiert co-organisiert offen vernetzte Unterstützung‘ – Management im Kontext digital-disruptiver Transformation innovieren“ (gemeinsam mit C. Winter, Baden-Baden: 2017).

Literatur

- APITZSCH, Birgit (2010): *Flexible Beschäftigung, neue Abhängigkeiten. Projektmärkte und ihre Auswirkungen auf Lebensverläufe*. Frankfurt/Main, New York: Campus.
- Berlin Music Commission BMC (o. J. a): *Über uns. Das ist die BMC* <<http://www.berlin-music-commission.de/ueber-uns/das-ist-die-bmc.html>> [21.06.2018].
- Berlin Music Commission BMC (o. J. b): *Über uns. Das macht die BMC* <www.berlin-music-commission.de/ueber-uns/das-macht-die-bmc.html> [21.06.2018].
- BETZELT, Sigrid (2006): *Flexible Wissensarbeit: AlleindienstleisterInnen zwischen Privileg und Prekarität*. ZeS-Arbeitspapier Nr. 3. Bremen: Zentrum für Sozialpolitik, Universität Bremen.
- BMWi (Hg.) (2009): *Gesamtwirtschaftliche Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland* <www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/Dateien/KuK/PDF/doku-577-gesamtwirtschaftliche-perspektiven-kultur-und-kreativwirtschaft-kurzfassung.property=pdf,bereich=kuk,sprache=de,rwb=true.pdf> [21.06.2018].
- BMWi (Hg.) (2016): *Monitoringbericht 2016: Ausgewählte wirtschaftliche Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft* <www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/KuK/Redaktion/PDF/monitoring-wirtschaftliche-eckdaten-kuk-2015.property=pdf,bereich=kuk,sprache=de,rwb=true.pdf> [21.06.2018].
- BRÖCKLING, Ulrich (2007): *Das unternehmerische Selbst – Soziologie einer Subjektivierungsform*. Berlin: Suhrkamp.
- BÜHRMANN, Andrea D./PONGRATZ, Hans J. (2010) (Hgg.): *Prekäres Unternehmertum: Unsicherheiten von selbstständiger Erwerbstätigkeit und Unternehmensgründung*. Wiesbaden: VS.
- BUSCHOW, Christopher/WINTER, Carsten (2017): *Innovating networked journalism. What editors and publishers can learn from digital musicpreneurs*. – In: Kaltenbrun-

- ner, Andy/Karmasin, Matthias/Kraus, Daniela (Hgg.), *Journalism Report V. Innovation and Transition*. Wien: Facultas, 147-161.
- BUTTERWEGGE, Christoph/LÖSCH, Bettina/PTAK, Ralf (2008): Einleitung. – In: Dies (Hgg.), *Neoliberalismus. Analysen und Alternativen*. Wiesbaden: VS, 13-16.
- DAVIES, Anthony/FORD, Simos (1999): Art Futures. – In: *Art Monthly*, 223, 9-11.
- DEMIROVIC, Alex (2008): Neoliberalismus und Hegemonie. – In: Butterwegge, Christoph/Lösch, Bettina/Ptak, Ralf (Hgg.), *Neoliberalismus. Analysen und Alternativen*. Wiesbaden: VS, 17-33.
- DEUTSCHMANN, Christoph (2010): Sozialstrukturelle Bedingungen wirtschaftlicher Dynamik. – In: Burzan, Nicole/Berger, Peter A. (Hgg.), *Dynamiken (in) der gesellschaftlichen Mitte*. Wiesbaden: VS, 43-54.
- DOLATA, Ulrich/SCHRAPE, Jan-Felix (2013): Zwischen Individuum und Organisation. – In: *SOI Discussion Paper*, 2.
- FLORIDA, Richard (2002): *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books.
- FRIEBE, Holm/LOBO, Sascha (2006): *Wir nennen es Arbeit. Die digitale Boheme oder: Intelligentes Leben jenseits der Festanstellung*. München: Heyne.
- FUCHS, Christian (2010): Labor in Informational Capitalism and on the Internet. – In: *The Information Society*, 26/3, 179-196.
- FUCHS, Christian (2015a): Keine einfache Lösung. – In: *Junge Welt* (25. April), 6.
- FUCHS, Christian (2015b): *Digitale Revolution. Versuch eines realistischen Blicks auf den digitalen Wandel*. Podium der Rosa-Luxemburg-Stiftung (25. April). Berlin.
- FUCHS, Christian (2016): *Reading Marx in the Information Age: A Media and Communication Studies Perspective on Capital Volume 1*. New York: Routledge.
- FUCHS, Christian/SEVIGNANI, Sebastian (2013): What is Digital Labour? What is Digital Work? What's their Difference? And why do these Questions Matter for Understanding Social Media? – In: *tripleC*, 11(2), 237-293.
- GEIßLER, Cornelia (2009): Entrepreneure? – In: *Harvard Business manager*, 8 (August), 15.
- GOTTSCHALL, Karin/BETZELT, Sigrid (2003): Zur Regulation neuer Arbeits- und Lebensformen. Eine erwerbssoziologische Analyse am Beispiel von Alleindienstleistern in Kulturberufen. – In: Gottschall, Karin/Voß, G. Günter (Hgg.), *Entgrenzung von Arbeit und Leben. Zum Wandel der Beziehung von Erwerbstätigkeit und Privatsphäre im Alltag*. München, Mering: Hampp, 203-230.
- HERMES, Katja/KNOFLACH, Lucas/WINTER, Carsten (2016): *beyond! before! bright! in Berlin. Analyse mit Handlungsempfehlungen zur Gestaltung der digitalen Berliner Musikwirtschaft* <www.berlin.de/projektzukunft/fileadmin/user_upload/BeyondBeforeBright_01062016-2.pdf> [21.06.2018].
- HESMONDHALGH, David (2002): *The Cultural Industries*. London: Sage.
- HESMONDHALGH, David/BAKER, Sarah (2011): *Creative Labour: Media Work in Three Cultural Industries*. London: Routledge.
- KAUFMANN, Katja/WINTER, Carsten (2014): Ordinary People. Gewöhnliche Leute als Unternehmer ihrer Popkultur. – In: Breitenborn, Uwe/Düllo, Thomas/Birke, Sören (Hgg.), *Gravitationsfeld Pop*. Bielefeld: transcript, 339-351.
- Koalition der freien Szene (2012): *Hintergrund* <www.berlinvisit.org/hintergrund/> [21.06.2018].

- Koalition der freien Szene* (2017a): *Nichts ist erledigt* <www.berlinvisit.org> [21.06.2018].
- Koalition der freien Szene* (2017b): *11 Punkte* <www.berlinvisit.org/forderungen-zahlen-2/> [21.06.2018].
- KRÜGER, Uwe/MEYEN, Michael (2018): Auf dem Weg in die Postwachstumsgesellschaft. Plädoyer für eine transformative Kommunikationswissenschaft. – In: *Publizistik*, 64 <<https://doi.org/10.1007/s11616-018-0424-2>>.
- LANGE, Bastian (2007): *Die Räume der Kreativszenen: Culturepreneurs und ihre Orte in Berlin*. Bielefeld: transcript.
- MANDEL, Birgit (2007): *Die neuen Kulturunternehmer. Ihre Motive, Visionen und Erfolgsstrategien*. Bielefeld: transcript.
- MANSKE, Alexandra (2009): *Prekäre Perspektiven. Die Arbeit von Kreativen und die ‚Neu-Erfindung‘ der Arbeitsgesellschaft* <http://archiv.bundeskanzleramt.at/Docs/kuku/medienpool/18200/prekpers_manske_vortrag.pdf> [21.06.2018].
- MANSKE, Alexandra (2012): Die defizitären Unternehmer. Warum Kreative und Künstler sozialpolitisch abgesichert werden sollten. – In: *Berliner Republik. Das Debattenmagazin*, 13/5, 77–79.
- MANSKE, Alexandra (2016): *Kapitalistische Geister in der Kultur- und Kreativwirtschaft*. Bielefeld: transcript.
- MÜLLER-JENTSCH, Walther (2007): *Strukturwandel der industriellen Beziehungen. ‚Industrial Citizenship‘ zwischen Markt und Regulierung*. Wiesbaden: VS.
- Musicboard Berlin* (2016) (Hg.): *Lagebericht 2015* <www.musicboard-berlin.de/jahresabschluss-2015/> [21.06.2018].
- Musik 2020 Berlin* (2011) (Hg.): *MUSIK 2020 BERLIN Kampagne zur Entwicklung des Musikstandortes Berlin* <http://berlin-music-commission.de/files/kampagnenpapier_musik_2020_berlin.pdf> [21.06.2018].
- MYLES BEECHING, Angela (2005): *Beyond Talent. Creating a Successful Career in Music*. Oxford, New York: Oxford University Press.
- MYLES BEECHING, Angela (2010): *Beyond Talent. Creating a Successful Career in Music*. Oxford, New York: Oxford University Press.
- PAULUS, Aljoscha/WINTER, Carsten (2014): Musiker als Media-Artepreneure? Digitale Netzwerkmedien als Produktionsmittel und neue Wertschöpfungsprozesse. – In: Breitenborn, Uwe/Düello, Thomas/Birke, Sören (Hgg.), *Gravitationsfeld Pop*. Bielefeld: transcript, 133–142.
- PONGRATZ, Hans J./VOß, G. Günter (2003): *Arbeitskraftunternehmer - Erwerbsorientierungen in entgrenzten Arbeitsformen*. Berlin: edition sigma.
- Projekt Zukunft* (2007): *Berlin Music Commission – Initiative zur Förderung der Musikwirtschaft der Hauptstadt* <www.berlin.de/projektzukunft/kreativwirtschaft/musik/artikel/berlin-music-commission/> [21.06.2018].
- RECKWITZ, Andreas (2006): *Das hybride Subjekt. Eine Theorie der Subjektkulturen von der bürgerlichen Moderne zur Postmoderne*. Weilerswist: Velbrück Wissenschaft.
- RECKWITZ, Andreas (2012): *Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- SCHLINGER, Knut (2007): Berliner Musikwirtschaft bastelt sich eine neue Förderstruktur. – In: *Musikwoche* (Oktober), 41, 19.

- SCHNELL, Christiane (2007): *Regulierung der Kulturberufe in Deutschland. Strukturen, Akteure, Strategien*. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag.
- SCHNELL, Christiane (2009): Solidarisierung im Feld der Kulturberufe? – In: Castel, Robert/Dörre, Klaus (Hgg.), *Prekarität, Abstieg, Ausgrenzung. Die soziale Frage am Beginn des 21. Jahrhunderts*. Frankfurt/M., New York: Campus, 333-343.
- SCHUMPETER, Joseph A. (2005/1947): *Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie*. Tübingen, Basel: UTB.
- SCHWETTER, Holger (2015): *Teilen – und dann? Kostenlose Musikdistribution, Selbstmanagement und Urheberrecht*. Kassel: Kassel University Press.
- SEBALDT, Martin/STRASSNER, Alexander (2004): *Verbände in der Bundesrepublik Deutschland. Eine Einführung*. Wiesbaden: VS.
- Senatsverwaltung für Finanzen (2016) (Hg.): *Haushaltsplan von Berlin für die Haushaltsjahre 2016/2017. Band 3* <www.berlin.de/sen/finanzen/haushalt/downloads/haushaltsplan-2016-2017/> [21.06.2018].
- SEUFERT, Wolfgang/SCHLEGEL, Robert/SATTELBERGER, Felix (2016): *Musikwirtschaft in Deutschland. Studie zur volkswirtschaftlichen Bedeutung von Musikunternehmen unter Berücksichtigung aller Teilspektoren und Ausstrahlungseffekte* <www.musikindustrie.de/fileadmin/piclib/presse/Dokumente_zum_Download/Musikwirtschaft_in_Deutschland_2015.pdf> [21.06.2018].
- TERRANOVA, Tiziana (2000): Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy. – In: *Social Text*, 18/2, 33-58.
- TERRANOVA, Tiziana (2004): *Network Culture: Politics for the Information Age*. London: Pluto Press.
- TSCHMUCK, Peter (2012): *Creativity and Innovation in the Music Industry*. Berlin, Heidelberg: Springer.
- UMNEY, Charles/KRETSOS, Lefteris (2014): Creative Labour and Collective Interaction: The Working Lives of Young Jazz Musicians in London. – In: *Work, Employment and Society*, 28/4, 571-588.
- VIRCHOW, Fabian (2008): Der neoliberale Staat, die private Produktion von ‚Sicherheit‘ und die Transformation der Bürgerrechte. – In: Butterwegge, Christoph/Lösch, Bettina/Ptak, Ralf (Hgg.), *Neoliberalismus. Analysen und Alternativen*. Wiesbaden: VS, 224-242.
- WEBER, Jürgen (1981): *Die Interessengruppen im politischen System der Bundesrepublik Deutschland*. Stamsried: Vögel.
- WINTER, Carsten (2013): Über die Entwicklung der Medien der Musikkultur und den Wandel von ‚Wesen‘ und ‚Ursachen‘ ihrer Wertschöpfung. – In: Lange, Bastian/Bürkner, Hans-Joachim/Schüßler, Elke (Hgg.), *Akustisches Kapital. Wertschöpfung in der Musikwirtschaft*. Bielefeld: transcript, 321-348.
- WINTER, Carsten (2015): *Für eine Kultur von allen für alle um unser aller Freiheit Willen. Culturepreneure, Produktionsmittel der Kultur, Goethe und Entwicklung* <www.academia.edu/11630278/Culturepreneure_für_Kultur_von_allen_für_alle_-_für_das_Goethe_Institut> [15.03.2017].
- WINTER, Carsten/PAULUS, Aljoscha (2017): Institutionalisiert co-organisiert offen vernetzte Unterstützung. Management im Kontext digital-disruptiver Transformation innovieren. – In: Seufert, Wolfgang (Hg.), *Media Economics revisited: (Wie) Verändert das Internet die Ökonomie der Medien?* Baden-Baden: Nomos, 147-182