

Ideenwirtschaft: Das Gehirn ist die wichtigste Produktivkraft im 21. Jahrhundert

Tanz die Toleranz



Die Kreativwirtschaft löst die Industriegewirtschaft ab. Sie blüht dort, wo es Technologie, Talent und Toleranz gibt. Doch weil es schön ist, die Kreativität auszuleben, sind die Kreativen in Gefahr, schlecht bezahlt zu werden.

Margarete Endl

Der Mann trägt einen metallenen Hirschschädel samt Ge-weiß auf dem Kopf. Jodelnd und etwas Afrikanisches singend führt er eine Gruppe von rund hundert Leuten von einer Spielstätte zur nächsten: In einer Schneiderei singt die kurdische Sängerin und Asylwerberin Sakina, in einem Espressoladen spielen afrikanische Asylwerberinnen Fragmente von *Die Schutzfliehenden* des griechischen Dramatikers Aischylos, in der Werkstatt eines Glasersers spielt ein Bassgeiger zu Glasschneidegeräuschen.

„Kunst trifft Wirtschaft trifft Migration“ heißt dieses Projekt des Experimentaltheaters namens Fleischerei im siebenten Bezirk in Wien. Dort, wo Wien der Lower Eastside von Manhattan nahekommt – ansatzweise. Wo das Museumsquartier moderne Kunst massentauglich macht, wo freie Theatergruppen das Off-Off-Broadway-Theater Wiens machen, wo junge Designer ihre Kreationen verkaufen, wo, wie im Laden von Advanced Minority, T-Shirts von 150 internationalen Künstlern und Designern gestaltet werden.

Technologie, Talent, Toleranz

Dort ist das kreative Gewusel, das Wirtschaft und Gesellschaft in die „Kreativökonomie“ führen und mit den „Creative Industries“ die neuen Arbeitsplätze schaffen wird. Das ist zumindest die Theorie des US-Wirtschaftsprofessors Richard Florida, der mit seinem 2002 erschienenen Buch *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life* ein Hohelied der Kreativität sang. Sie blühe, so Florida, an jenen Orten, wo es die drei Ts gibt: Technologie, Talent und Toleranz.

Kaum gab es die „kreative Klasse“ als Begriff, wurde sie allerorts vermessen. In Österreich gehören 30.000 Unterneh-

men zur Kreativwirtschaft, davon 20.000 zum hochkreativen Kern, errechnete das Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) in einer 2008 veröffentlichten Studie. Die Kreativwirtschaft macht mit rund 18 Mrd. Euro mehr Umsatz als die Maschinenbauindustrie mit 13 Mrd. Euro und die Energieversorgung mit elf Mrd. Euro. Rund 105.000 unselbstständig Beschäftigte arbeiten im Kreativsektor, dazu eine schwer zu kalkulierende Zahl freier Mitarbeiter. Die Anzahl der Beschäftigten wuchs zuletzt, bis 2007, um jährlich fünf Prozent und damit doppelt so stark wie in der Wirtschaft insgesamt. Die Zahlen stammen jedoch aus der Zeit vor der Finanzkrise, neuere Daten liegen nicht vor.

Die Definition, was zur Kreativwirtschaft oder Ideenwirtschaft zählt, ist im Kern klar, schwimmt aber an den Grenzen. Jede Art von Design zählt dazu, Content wie Film, Journalismus und Schauspielerei, Architektur, Werbung. Das leuchtet ein. Gemäß ZEW gehören auch Software-Entwicklung, Verlage und Druckereien, technische Büros sowie Beratung, etwa Unternehmensberatung, Coaching und Erwachsenenbildung dazu.

„Es gibt einen Zusammenhang zwischen Wahrgenommen-Werden und Sich-verkaufen-Können.“

WOLF LOTTER, AUTOR

Die Abgrenzung zu ähnlichen Tätigkeiten ist diffus – es fragt sich, warum es kreativer sein soll, Unternehmen zu beraten als Kinder zu unterrichten, und weshalb ein rechtlich selbstständiges technisches Büro kreativer ist als ein im Unternehmen integriertes Forschungslabor. Aber immerhin ist klar, dass



Zwei Wassergötter auf dem Life Ball 2009. Der karitative Zweck, Spenden für Aids-Projekte, ist ein Teil der Mission, der andere ist Toleranz. Das entfesselt ein Feuerwerk an Kreativität. F.: epa/Hochmuth

zur kreativen Wirtschaft mehr gehört als Filmstars samt Hollywood-Maschinerie, als Operndivas, Wundergeiger, Popstars, Rapper und DJs, als die Hochkultur und ihr Gegenentwurf.

Kreativität ist überall. Zwar nicht in jedem Produkt, in jedem Unternehmen. Doch im globalen Wettbewerb behaupten sich langfristig die umstürzlerischen Ideen eher als die zahmen Anpassungen. Kreativ sind dabei nicht nur die Designer der äußeren Hülle. Sondern auch die Erfinder, die Maschinenbauer, die Software-Entwickler.

Kreative Software-Schreiber

Die Elektronik-Freaks, die in den frühen 1970er Jahren Maschinen zusammenbastelten, aus denen später die Personal Computer wurden, und Programmiersprachen für sie entwickelten, waren kreative Köpfe. Daraus entstand die mächtige Computer-Industrie, die die gesamte Wirtschaft revolutioniert hat.

Software-Schreiber sind nun überall, in der industriellen Produktion wie in der Kunst. Die Künstler-Programmierer des Ars Electronica Futurelabs in Linz kreieren Digitalkunst für das eigene Haus und visualisieren Musikstücke wie *Le Sacre du Printemps* von Igor

Strawinski für Orchester in aller Welt. Daneben arbeiten sie an Projekten für Unternehmen wie Siemens und Voest. Mit diesen Aufträgen verdient das Futurelab Geld für die Kunst.

Vier Euro Stundenlohn

Das Schreiben von Software kann banale Alltagsroutine oder ein schöpferischer Akt sein. Wenigstens ist es gut entlohnt. Das ist beim Schreiben von Texten nicht so. Public-Relations-Gebrauchstexter werden anständig bezahlt, angestellte Journalisten ebenso, und wer einen literarischen Megaseller schafft, verdient auch ordentlich. Doch Medien werden immer häufiger von freien Journalisten gemacht, die kümmerlich verdienen. Wenn man die Leistung der Kreativarbeiter in eingesetzte Zeit und erzieltetes Geld umrechnet, kommen dabei oft Stundenlöhne heraus, die mit jenen von ausgebeuteten Erdbeerpflückern vergleichbar sind.

Hier müssen Kreativarbeiter umdenken, fordert der Journalist Wolf Lotter, der kürzlich das Buch *Die kreative Revolution* veröffentlicht hat. Kreative Arbeit wird häufig in unternehmerischer Selbstständigkeit geleistet. Kreativarbeiter sollen diese Unternehmensform eben mit allen nötigen Konsequenzen

annehmen. Lotter: „Das inkludiert, dass man weiß, wie man sich verkauft.“ Wer es nicht kann, soll es lernen. „Es gibt einen Zusammenhang zwischen Wahrgenommen-Werden und Sich-vermarkten-Können.“

Staatliche Förderstellen wie Departure in Wien setzen genau dort an. Kreative, die sich mit einem Unternehmen selbstständig machen, erhalten betriebswirtschaftliche Beratungen und Coaching. Viele Bundesländer und das Austria Wirtschaftsservice haben mittlerweile Förderprogramme für Kreative.

Designer haben auch von einem Event profitiert, der nicht zu ihrer Förderung konzipiert wurde, sondern für ein anderes Anliegen: dem Life Ball. So wie der Ökonom Richard Florida betont: Nur wenn sich Technologie und Talent in einem Klima der Toleranz entfalten können, fließt die Kreativität.

So erlebt es auch die Leiterin des Experimentaltheaters Eva Brenner bei ihrer partizipativen Arbeit mit theaterunerfahrenen Asylwerbern und Geschäftsleuten: „Die Leute sehen, dass Kunst nicht etwas Abgehobenes ist, das nur die Elite kann. Sie können es auch selbst.“ Wie der Glasschneider, der während der Jamsession erlebte, dass auch er Kunst macht.