

Leibniz-Institut
für Länderkunde

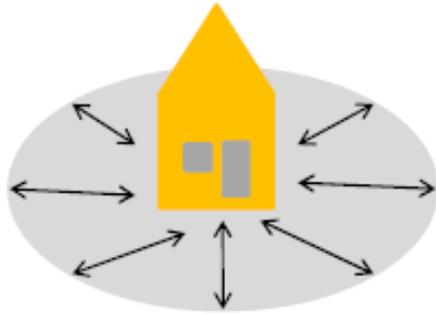


Multilokalität von kreativen Wissensarbeitern

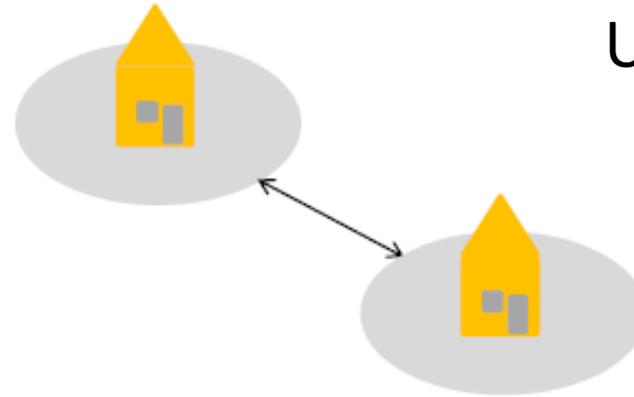
Dr. Robert Nadler

1. Was ist Multilokalität?

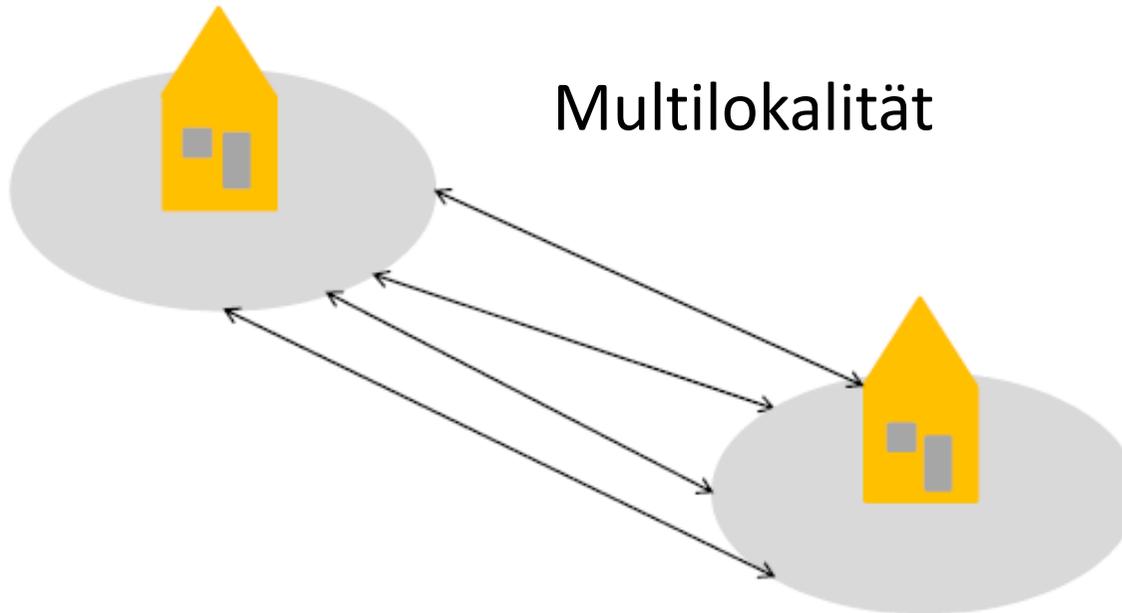
Pendeln



Umzug



Multilokalität



2. Wer sind die kreativen Wissensarbeiter?

Kreativwirtschaft per Definition ...

Nace 2-digits	Nace 3-digits
22 - Publishing, printing and reproduction of recorded media	22.1 - Pub
	22.2 - Prin

NACE-CODE 2-stellig	NACE/WZ/Nr. 3-stellig	NACE/WZ WZ-Nr. 4-stellig (teilweise 5-stellig)
22 - Publishing, printing and reproduction of recorded media	22.1 - Verlagsgewerbe	22.11 - Verlegen von Büchern 22.12 - Verlegen von Zeitungen 22.13 - Verlegen von Zeitschriften 22.14 - Verlegen von bespielten Tonträgern u. Musikalien 22.15 - Sonstiges Verlagsgewerbe
92 - Recreational, cultural and sporting activities	92.1 - Film- u. Videofilmherstellung, -verleih, -vertrieb; Kinos	92.11 - Film- und Videofilmherstellung 92.12 - Filmverleih und Videoprogrammanbieter 92.13 - Kinos
	92.2 - Rundfunkveranstalter, Herstellung von Hörfunk-, Fernsehprog.	92.20 - Rundfunkveranstalter, Herstellung von Hörfunk-, Fernsehprogrammen
	92.3 - Erbringung von	92.31 - Künstler. U. schriftstellerische Tätigkeiten bzw. Darbietungen 92.32 - Theater-, Opern-Musicalbetrieb, Hilfsdienste für kulturelle u. ä. Leistungen 92.34 - Erbringung von kulturell u. unterhalt. Leistungen
		92.40 - Korrespondenz-, Nachrichtenbüros, selbständige Journalisten
		92.51 - Bibliotheken und Archiv 92.52 - Museen und Denkmalschutzeinrichtungen
		52.47 - Einzelhandel mit Büchern usw. 52.45.3 - Einzelhandel mit Musikinstrumenten, Musikalien 52.47.2 - Einzelhandel mit Büchern und Fachzeitschriften 52.48.2 - Einzelhandel mit Kunstgegenständen (ohne Antiquität, Teppich, Briefmarke, Münze, Geschenkartikel)
		74.2x - Architekturaktivitäten 74.20.1 - Architekturbüros für Hochbau und Innenausbau (ohne Ingenieurbüros)

KULTURWIRTSCHAFT	
I. Verlagsgewerbe	WZ-Nr. 22.1
II. Filmwirtschaft	WZ-Nr. 92.1
III. Rundfunkwirtschaft	WZ-Nr. 92.2
IV. Künstlerische und sonstige Gruppen	WZ-Nr. 92.3
V. Journalisten-/Nachrichtenbüros	WZ-Nr. 92.4
VI. Museen/Kunstaustellungen	WZ-Nr. 92.5
VII. Handel mit Kulturgütern*	WZ-Nr. 52.4* oder 52.45.3, 52.47.2, 52.48.2**
VIII. Architekturmarkt	WZ-Nr. 74.2* oder 74.20.1, 74.20.2, 74.20.3
IX. Designwirtschaft	WZ-Nr. 74.8* oder 74.20.6, 74.40.1***, 74.87.4
KREATIVBRANCHEN	
X. Werbemarkt	WZ-Nr. 74.4 einschließlich 74.40.1***
XI. Software-/Games-Industrie	WZ-Nr. 72.2
KREATIVWIRTSCHAFT = (KULTURWIRTSCHAFT + KREATIVBRANCHEN)	

Quelle: BMWi 2009, S. 14, Definition Wirtschaftsministerkonferenz

Quelle: BMWi 2009, S. 13, Definition Enquetekommission 'Kultur in Deutschland'

Quelle: BMWi 2009, S. 12, Definition EU Kommission

	stige ternehmens- aktivitäten	74.8x - Designaktivitäten 74.20.6 - Industriedesign 74.40.1 - Kommunikationsdesign/Werbegestaltung 74.87.4 - Mode-, Grafikdesign, sonstiges Design
	74.4 - Werbung	74.20.2 - Werbevermittlung (Werbeberatung in Design enthalten)
72 - Computer and related Activity	72.2 - Software/Games	72.2 - Entwicklung und Verlegen von Software/Games

Kreative Wissensarbeit heißt ...

- Immaterialität
- Produktion von symbolischen Gütern
- Emotionalität
- Freelancer / Mikrounternehmen
- Machtassymetrien
- Hohes Wachstum an Beschäftigung
- Starke Fokussierung auf urbane Räume

<http://t3n.de/magazin/wp-content/uploads/2010/09/coworking.jpg>



3. Multilokalität von kreativen Wissensarbeitern

Fragestellungen...

- Welche Orts- und Raumbezüge entwickeln transnational und multilokal lebende kreative Wissensarbeiter/innen?
- Welches Verhältnis besteht zwischen Mobilität und Immobilität/Verankerung/Seßhaftigkeit?
- Welche Bedeutung hat die Multilokalität/Transnationalität vor dem speziellen beruflichen Hintergrund?

Begriffsbestimmung „Ort“

- Kognitive Repräsentation (Weichhart, 1990)
 - Objekt des Alltagslebens
 - Hier vs. Dort
 - Denotative (physische) Orientierung
 - Konnotative (psychologische) Orientierung
 - Anker für Identität / Bezugsgröße
- Lesbarkeit (Lynch, 1960)
- Einstellungsobjekt (Mühler & Opp, 2006)
- Individuell wahrgenommene Kondition für Handeln (Petzold, 2010)

Auswertung

- Grounded Theory
- Geschichtenhermeneutik

Meet Oskar

Oskar is a Swiss cultural entrepreneur in his 50s. He studied arts and ethnology and worked as a teacher in arts before becoming the director of a design museum in Zurich. He did this job for about 15 years, organizing cultural events and publications. But after a while he wanted to do something different than his stable job. Luckily, at that time the national Swiss outdoor event in the cultural field had to be planned and Oskar took the position of the Artist Director. The job was very stressful and a lot of work for about four years, so Oskar decided to become self-employed afterwards. His first jobs took him to Bremen and Linz. In Linz he stayed for some years to curate a cultural capital. And he liked Linz, so he bought a former tennis club house at the Danube River. Then his jobs in Berlin started, currently three different projects, and he started jobs in Hamburg and Paris, as well as smaller ones in Switzerland. Today his self-employment has turned into a firm based in Zurich with five employees.

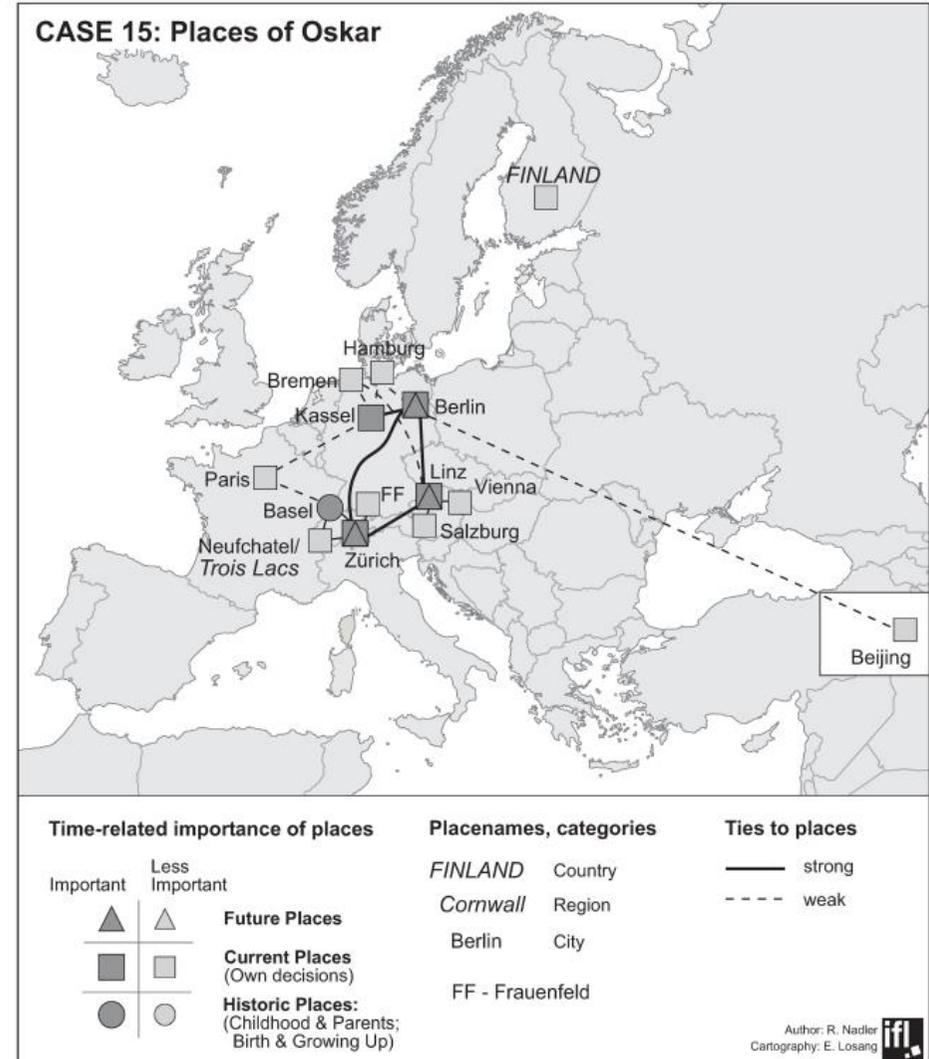
Oskar describes himself as a person in motion. He always circulates between Linz, Berlin and Zurich, lately passing through Kassel, where his new girlfriend from Linz is working. He runs three apartments with very individual qualities in these cities, and it is important to him to have his own places with his own things. He has business suites in each apartment, sports shoes and his toiletries. This is important to him as he distinguishes the places from other places where also regularly goes for work – e.g. Hamburg and Paris – but where he stays in hotels.

Oskar also has difficulties saying where he comes from or where his home is. He says all the three places, Linz, Berlin, and Zurich, are his home – they merge as individual pieces into a coherent pattern of feeling at home. When it comes to identities, Oskar often changes his answers according to a given situation. This includes an opportunistic mode of doing certain things to avoid bureaucratic problems in the countries: e.g. even though it is more expensive, he only uses his Swiss mobile phone, in order to signal German financial authorities that he lives in Switzerland, while in Linz he considers himself to be from Berlin and Zurich, in order to emphasize his international experience.

Oskar does not participate in any civic engagement activities. First, he understands his work as closely related to local and regional development. E.g. he met in Berlin with Chancellor Angela Merkel or President Wulff to discuss the role of Humboldt Forum for Berlin as German capital, or he met high-ranking Austrian politicians during his activities for cultural capital in Linz. Thus, all of his work has to do with political issues and civil society. Second, Oskar has developed a certain realism towards politics and politicians: if he had more leisure time, he would prefer to play basketball instead of joining a local initiative.

For the future, Oskar says he will not make plans. He is very dependent on short-term developments in the market; he only plans three months ahead. In general, he likes his life spread around the three cities of Zurich, Berlin and Linz; he wants to remain three-fold at home. However, in any given circumstance he might change to a more dyadic pattern if his economic situation requires it.

Oskar's story is mainly that of a multi-local life in which places have a pronounced equal status. Oskar terms this a 'polyperspective' on life, which lets him see local situations with other eyes.



Befunde zur Dimension „Orte“

- Rauman eignung / Orientierungstechniken
 - Vergleich / Übersetzung / Polyperspektivität
- Installation unter Abwägung von Kosten und Nutzen
- Kognitive Karten als Abbild der Lebenswelt
- Komplementarität
- Herstellung von Alltäglichkeit / Ubiquität
- Flexibilität / Postmaterialismus / Wohnformen

„Plug&Play“

“The notion of plug-and-play implies instant connection and instant operation – ideally, you shouldn’t need to restart your computer, or go through an elaborate installation routine. It also implies that you can unplug and you’re back to where you started.”

(Veryard, 2001: 4)



http://www.gravis.de/out/pictures/z1/usb-2.0-kabel-typ-a-und-typ-b-2-meter-weiss_z1.jpg

„Plug&Play Places“



4. Relevanz für den Ländlichen Raum

- **Multilokalität als Strategie gegen den Umzug**
 - > Chance für den ländlichen Raum, kreative Wissensarbeiter anzuziehen, die auf Stadt nicht verzichten wollen
- **Multilokalität als Strategie, Komplementaritäten zu nutzen**
 - > Standortofferten von Ländlichen Räumen sind attraktiv im Zusammenspiel mit denen von Urbanen Räumen
- **Multilokalität immer von Möglichkeit zur Mobilität abhängig**
 - > Frage nach der infrastrukturellen Ausstattung und Anbindung Ländlicher Räume
- **Multilokalität und Raumpartnerschaften**
 - > Möglichkeiten der Verwaltungszusammenarbeit von Stadt und Umland zur Steuerung von Mobilität/Multilokalität

Dr. Robert Nadler

Leibniz-Institut für Länderkunde e.V.

Schongauerstr. 9

04328 Leipzig

R_Nadler@ifl-leipzig.de

0341 600 55 140

www.ifl-leipzig.de