

Manuskript

**DEUTSCHLANDFUNK – Köln**

**im Deutschlandradio**

Redaktion Hintergrund Kultur

Essay & Diskurs

Barbara Schäfer

Essay & Diskurs

Alles umsonst im Netz?

Kreativwirtschaft in der digitalen Zukunft

Von Simon Brückner

Sprecherin: Rebecca Madita Hundt

Sprecher 1: Jonas Minthe

Sprecher 2: Jean-Paul Baeck

Technik: David Schwager

Regie: Anna Panknin

***Urheberrechtlicher Hinweis:*** Dieses Manuskript ist urheberrechtlich geschützt und darf vom Empfänger ausschließlich zu rein privaten Zwecken genutzt werden. Jede Vervielfältigung, Verbreitung oder sonstige Nutzung, die über den in den §§ 45 bis 63 Urheberrechtsgesetz geregelten Umfang hinausgeht, ist unzulässig.

© Deutschlandradio

- unkorrigiertes Exemplar -

Sendung: Sonntag, 26. Juni 2016, 09:30 - 10:00

**Ansage:**

Alles umsonst im Netz? - Kreativwirtschaft in der digitalen Zukunft. Von Simon Brückner.

**Sprecher 1:**

Sie waren mal Leuchttürme, die Ideen und Unternehmen rund um Kommunikation, Verlage, Medien, Design, Kunst und Wissen. Die Digitalisierung hatte diese Felder umgepflügt, und zum Vorschein kamen, wie man glaubte, mengenweise neue Chancen. Die junge Generation, soweit entschlossen, „was mit Medien“ zu machen, stürzte sich voll Begeisterung auf diese vielversprechenden Kreativjobs. Das war es, wovon sie geträumt hatte: Selbstverwirklichung in künstlerischen Projekten, Tüftelei an spannenden Aufgaben, extraweite Verbreitung ihrer Texte und Bilder im Netz - der neuen Sphäre schrankenloser Freiheit. Und irgendwie sollte sich das alles auch noch super rechnen. Schließlich gab es Startups, die schon nach einem Jahr für Millionen weiter verkauft wurden. Und selbst gemachte Internetstars.

**Sprecher 2:**

Politiker und Trendforscher stützten diesen Optimismus. Ja, sie priesen die Kultur- und Kreativwirtschaft als zukunftssträchtige Goldgrube, die den postindustriellen Gesellschaften in einer globalisierten Wirtschaft den Vorteil sichern würde. 2002 veröffentlichte der amerikanische Ökonom Richard Florida *The Rise Of The Creative Class*. Darin schwor er die Politik auf eine neue Mission ein. In Zukunft käme es darauf an, die Kreativen zu umwerben.

**Sprecher 1:**

„Kreativität - die Fähigkeit, neue, bedeutungsvolle Formen hervorzubringen - ist nun der zentrale Wettbewerbsvorteil.“

**Sprecher 2:**

Mit der fortschreitenden Automatisierung einfacher Tätigkeiten, der globalen Arbeitsteilung und dem sich beschleunigenden technologischen Wandel nimmt die Bedeutung neuer Ideen ständig zu. Produktiv sind wir nur noch dort, wo wir auch innovativ sind. Nur wer es schafft, die ästhetischen und technologischen Visionäre an

sich zu binden, behält im Wettlauf um die nächste Stufe der Modernisierung die Nase vorn. Soweit die Diagnose Richard Floridas.

### **Sprecher 1:**

Was ist aus all dem geworden? Wo sind die Leuchttürme geblieben? Klar, es gibt sie, die erfolgreichen Internetunternehmer, die hippen Werbestrategen, die angesehenen Journalisten. Aber in der alten Offlinewelt sind viele Kultur- und Medienunternehmen in die Krise geraten. Und im Netz wurden nur Einzelne groß, nicht eine ganze Generation. Die neue Wissensgesellschaft macht zwar ständig von sich reden, aber sie hat ihr Job-Versprechen nicht gehalten.

Der Journalist Nils Minkmar beschrieb es in der *FAZ* so:

### **Sprecher 2:**

„Obwohl sie alles richtig gemacht haben - gut in der Schule, fleißig im Beruf, fix im Kopf - , haben die Medienarbeiter kaum Sicherheiten, geringe Rücklagen und oft genug Mühe, über den Monat zu kommen. Die Bildungsrepublik Deutschland, in der die Städte angeblich um die kreativen Köpfe buhlen, zahlt einfach zu schlecht.“

### **Sprecherin:**

So wie auch der Autor dieser Sendung als Journalist und Filmemacher gehöre ich zur kreativen Klasse. Wir, die wir mit dem Laptop unter Arm und innovativen Ideen ins Berufsleben gestartet sind, stellen fest, dass wir unsere Arbeit lieben, aber auch, dass wir von ihr nicht leben können. Wir sind gefangen in einem „Noch-Nicht-Ganz“ oder „Gerade-mal-eben-so“. Wir denken, wir hätten bisher einfach nur nicht genug Erfolg gehabt. Dabei sind es gerade die Erfolge, die am meisten verstören. Weil ihre Gültigkeit so wahnsinnig kurz ist und einem Leute, die sich auskennen, zuraunen: „Oh, dass Sie das nochmal geschafft haben - Glückwunsch - das wird ja in Zukunft viel schwieriger werden.“ Jeden Tag hören wir von sinkenden Budgets, einbrechenden Preisen, auslaufenden Förderungen, obwohl unsere Gesellschaft doch so reich ist. Vieles was für Menschen mit anderen, ganz normalen Jobs einigermaßen selbstverständlich ist, bleibt bei uns die Ausnahme: bezahlte Krankheitszeiten und Urlaube, Sparen fürs Alter oder

die Ausbildung der Kinder. Habe ich wirklich „alles richtig gemacht“? Ist das, was ich mache, überhaupt noch ein richtiger Beruf?

**Sprecher 2:**

Der Kunstkurator Chris Dercon hat den Frust in einem Interview mit dem Magazin *Monopol* so zusammengefasst: "Jedermann ist Journalist geworden, jedermann ist auch Webdesigner. Das *home office* ist das perfekte Bild der Gegenwart. Man kreiert seine eigene Unterhaltung, seine eigene Pornografie, seine eigene Kunst, man designt sein eigenes Haus, aber niemand verdient etwas. Es geht um Überlebensstrategien, die geknüpft sind an Virtuositätskonzepte. Lauter verarmte Intellektuelle."

**Sprecherin:**

Für uns Freelancer verschwimmen das Professionelle und Private, das Öffentliche und das Intime. Das hängt auch mit dem Internet zusammen, das uns alle auf inspirierende Weise miteinander verbindet. Der virtuelle Raum begeistert uns mit seiner Vielfalt und Offenheit - aber er macht uns auch unbarmherzig klar, dass es von allem immer schon viel zu viel gibt.

**Sprecher 1:**

Die Marktgesetze gelten auch fürs Internet und damit schlägt der Zusammenhang von Angebot und Nachfrage auf eine perfide Weise durch. Netz-Inhalte sind kein knappes Gut mehr und haben keinen Preis. Die Nachfrage ist sozusagen immer schon bedient. Die Umsonst-Mentalität ist ubiquitär geworden, die Netzgemeinde empfindet den kostenlosen Zugriff als ihr gutes Recht. Doch irgendjemand verdient natürlich doch. Wer ist das?

**Sprecher 2:**

Die Digitalisierung ist zunächst mal eine technische Revolution. Und all die Profis, die Alan Turing als ihren Ahnherrn sehen, die Software-Tüftler und die Hardware-Bauer, die Computerfreaks und die Cyber-Nerds, zu schweigen von „*Big Data*“ und ihren Analysten, die ganze IT-Branche verdient sehr gut an und in der Informationsgesellschaft. Es ist diese technische Intelligenz, welche die

Einkommenselite der Kreativwirtschaft bildet. Die Software- und Gamesbranche ist in Deutschland das einzige Feld, in dem sozialversicherungspflichtige Beschäftigungen eher zu- als abnehmen. Doch selbst hier droht die Konkurrenz mit „*Clickworkern*“, etwa in Indien, die jeden Job online und für einen Bruchteil der hiesigen Löhne erledigen.

**Sprecher 1:**

Auch die Kulturwirtschaft kennt natürlich ihre „*High-Flyer*“, die allen anderen als Vorbild dienen. Doch sie bilden eine einsame Spitze, keine breite Mitte. Gerade in öffentlichen Kultureinrichtungen, die früher feste Arbeitsplätze für Künstler und Geisteswissenschaftler anboten, altern die Belegschaften - und die Nachrückenden bekommen höchstens Zeitverträge. Die „*Generation Praktikum*“, inzwischen älter geworden und gründlich desillusioniert, weiß ein Lied davon zu singen. Mit den Honoraren sank auch die Achtung vor der geistig-kreativen Arbeit. Sie hatte ja immer schon ihren Lohn in sich selbst, jetzt wird dieser Vorteil zynisch umgemünzt in die Aufforderung, sich doch mit diesem immateriellen Erlös zufrieden zu geben. Das gilt auch für Schauspieler, die man häufiger im Fernsehen sieht, für Komponisten, Regisseure, Übersetzer, Blogger, Autoren renommierter Zeitungen. Die Kulturwirtschaft macht sich den Enthusiasmus der Künstler und Denker zu Nutze und beteiligt sie kaum am Gewinn.

**Sprecherin:**

Die kulturellen Produktionsmittel wurden durch die digitale Revolution demokratisiert. Das ist doch ein unbestreitbarer Fortschritt. Heute kann jeder mitmachen. Jeder kann sein Publikum finden - weltweit. Wir können uns ausprobieren, sehen was funktioniert.

**Sprecher 1:**

Stimmt. Doch die Entwertung der geistig-schöpferischen Arbeit muss irgendwann auch auf die Qualität durchschlagen. Nicht alles kann nebenbei oder auf Probe geleistet werden. Nicht alles von Studenten, während sie noch BAföG beziehen. Gerade im Medienbereich sinken die Budgets fürs Programm. Zeit für ausgiebige Recherchen und redaktionelle Betreuung schwindet.

**Sprecherin:**

Dafür schafft es manch einer auf eigene Faust ausreichend Werbekunden oder zahlende Abonnenten zu akquirieren. Aber gut, auf youtube zum Beispiel ist die Gründerzeit gerade schon wieder vorbei. Geld verdienst du da nur noch mit den ganz großen Klickzahlen. Überhaupt scheint das bisher die Zauberformel aller Internetkreativität: Vom Nutzer her denken und den Erfolg messen. Ist das nun demokratisch oder die Tyrannei des Endverbrauchers?

**Sprecher 1:**

Jedenfalls hat es Kulturproduktion, die nicht aufs ganz große Publikum zielt, zunehmend schwer, sich zu legitimieren. Eine Welt, die sich den freien Zugang zur Information auf die Fahnen geschrieben hat, überlässt einer angeblichen Schwarmintelligenz das Urteil über Qualität und Relevanz. Zugleich steigt die Bedeutung der direkten Finanzierung symbolischer Güter durch Interessen- und Lobbygruppen. Viele kostenlose Internetplattformen sind längst durch PR- und Marketinginteressen korrumpiert - in einer Weise, die der naive User nicht durchschaut. Öffentliche Kulturförderung könnte genau hier das entscheidende Gegengewicht bilden, schießt aber seit den 90er-Jahren selbst immer mehr auf Quoten, Click- und Zuschauerzahlen.

**Sprecher 2:**

Irgendwann werden Teile des Publikums natürlich merken, dass ihnen etwas fehlt. Und die Sehnsucht nach Kunst, nach Unabhängigkeit in der Literatur, im Journalismus, im Verlagswesen wird wieder erwachen. Und was geschieht dann? Es kommt zu einer Entmischung. Qualität gibt es nur noch zu Höchstpreisen, im so genannten Premium-Sektor. Die Geld-Elite kann sich den Spaß leisten, die breite Mitte der Normalverdiener muss sich mit einem Verschnitt aus Werbung, Content-Versatzstücken und Wikipedia zufrieden geben. Auch die breite Mitte der Kreativarbeiter zahlt drauf. Sie findet keine anständig entlohnte Arbeit mehr.

**Sprecher 1:**

„Die Idee der kostenlosen Informationen ist tragfähig, wenn nur eine begrenzte Zahl von Menschen entrechtet wird. Ich sage es nur höchst ungern: Wir würden es überleben,

wenn wir lediglich die Mittelschicht der Musiker, Journalisten und Fotografen vernichten.“

**Sprecher 2:**

Dies schrieb Jaron Lanier in seinem preisgekrönten Buch *Wem gehört die Zukunft?*, in dem er analysiert, wer durch die digitale Revolution gewinnt und wer verliert. Aus seinem Blickwinkel betrachtet kündigt die Kreativwirtschaft von einem grundlegenden Wandel der Arbeitswelt, der nach und nach immer mehr Menschen und ihre Arbeitsbiografien erfassen wird. Denn so prekär die schöpferischen und die nachdenklichen Leute heute auch arbeiten - es gibt eine Kraft, von der sie geliebt und gelobt und sogar zum Modell erhoben werden. Das ist die neoliberale Ideologie.

**Sprecherin:**

Es stimmt, wir jungen Kreativen passten von Anfang an bestens zum neoliberalen Zeitgeist: Jeder kluge Kopf sollte sein eigener Chef und Ideenproduzent sein, im Netz unterwegs auf eigene Faust, auf eigene Gewähr und auf eigenes Risiko. Während wir die Welt mit unseren Ideen besser machen wollten, wurde unser *home office* zum Schauplatz der Reorganisation eines Kapitalismus, der auf das Individuum setzt und den Staat nicht braucht. Kreativität wurde damit zur Verpflichtung.

**Sprecher 1:**

Apples Werbespruch „*Think different!*“ - war ein Befehl. Beklommen schauen die Befolger dieses Imperativs auf ihre Smartphones und in die sozialen Netzwerke, wo ihnen Tag und Nacht mitgeteilt wird, wie ihre Aktien in der Aufmerksamkeitsökonomie gerade stehen. Wer das nicht mitmachen will, wird aussortiert. Und darf dabei auf wenig Verständnis hoffen. Standen ihm oder ihr nicht „alle Möglichkeiten“ offen?

**Sprecherin:**

Das klingt fast so, als verhülften ausgerechnet wir, die postmaterialistische Generation, dem Kapital zum Sieg.

**Sprecher 1:**

Abwarten. Die Zukunft ist offen, und auch die kreative Klasse kann zum Bewusstsein ihrer selbst gelangen. Nicht nur, wie bei Florida, als selbstbewusste Avantgarde. Sondern als das historische Subjekt von Klassenkämpfen.

**Sprecherin:**

Tut mir leid, da muss ich fast lachen. Wir Individualisten - im Klassenkampf?! Andererseits... vielleicht liegt es ja doch nicht nur an unserer jeweiligen Einmaligkeit, dass wir so wenig organisiert sind. Aus der himmelweiten Kluft von sozialer und wirtschaftlicher Anerkennung resultiert Scham. Und die macht stumm. In unseren dunklen Stunden sehen wir, wie wir mit unseren Traumberufen das Vermögen unserer Eltern verbrennen und dass unsere eigenen Kinder nicht mehr auf die gleiche Weise werden leben können. - O.K., Kopf hoch. Wie wird es weitergehen? Und was wäre zu tun?

**Sprecher 2:**

Eine rasche Trendumkehr in der Prekarisierung ist nicht in Sicht. Ideen, Wissen und Gestaltungen sind für die Kultur- und Kreativwirtschaft nur die Rohstoffe. Qualität ist wichtig, noch wichtiger aber sind der Preis und die Platzierung im Netzwerk. Urheber können froh sein, wenn man ihnen ihre Ware abnimmt.

**Sprecher 1:**

Immer mehr geistige Arbeit wird online von Amateuren und Hobbykreativen geleistet - umsonst oder gegen ein Taschengeld. Ganzen Berufsfeldern droht deshalb die Deklassierung; man denke nur an die kulturjournalistischen Institutionen der Literatur- oder Filmkritik. Tun es da nicht auch ein paar Blogbeiträge oder Zuschauerkommentare? Jaron Lanier bringt Wikipedia als Beispiel und stellt fest, dass von Nutzern gemeinschaftlich verfasste Nachschlagewerke das Enzyklopädiwesen finanziell ins Aus manövriert.



**Sprecherin:**

In der *Copy-and-Paste*-Kultur, im Milieu der blitzartigen Veröffentlichungen von allem durch jeden auf Facebook oder Twitter ist „geistiges Eigentum“ mit dem Anspruch auf Entgelt von gestern. Autorenschaft diffundiert in Verlinkungs- und Kollagierungsprozessen.

**Sprecher 2:**

Deswegen werden es all diejenigen in Zukunft leichter haben, deren Arbeitsprodukte man digital nicht ohne Abstriche kopieren kann: Coaches, die individuell beraten zum Beispiel, Lehrerinnen und Trainer, Rockmusiker auf der Bühne, die live zu erleben eben doch was anderes ist als sie auf youtube zu sehen; auch bildende Künstler, die noch die Aura des einen Originals versprechen können. Für alle anderen heißt es: *Copy and waste!*

**Sprecher 1:**

Am Beispiel der Musikindustrie haben wir gesehen, wie es laufen kann und nicht laufen sollte. Seit dem Aufkommen der Filesharingbörsen sind ihre Gewinne um etwa 40% eingebrochen, Arbeitsplätze gingen verloren, neue Talente können nicht mehr ausreichend aufgebaut und betreut werden. PR-Kampagnen wie „Raubkopierer sind Verbrecher“ wurden jedoch zum Bumerang. Die Verkaufszahlen sanken trotzdem, Sharer fühlten sich verunglimpft und wollten mit der Piratenpartei gar in den deutschen Bundestag einziehen.

**Sprecher 2:**

Könnten neue Kopierschutztechnologien eine Lösung sein, die nicht nur kaum zu knacken wären, sondern auch intelligent erkennen könnten, ob ein geschütztes Werk etwa nur im kleinen Bekanntenkreis ausgeliehen oder gleich der ganzen Welt zur Verfügung gestellt werden soll?

**Sprecher 1:**

Eine solche Technologie lässt auf sich warten. Und ihre Voraussetzung wäre wohl die flächendeckende und anlasslose Überwachung aller Onlineaktivitäten aller

Internetnutzer. Frankreich ist jüngst ein Stück in diese Richtung vorgerückt. Nur - wollen wir das? Das Teilen von Inhalten etwa auf Facebook ist so selbstverständlich geworden wie das Stammtischgespräch in der Kneipe und längst auch Teil einer bürgerlichen, kritischen Öffentlichkeit.

**Sprecherin:**

Ein schwieriges Thema, die Sache mit den Urheber- und Nutzungsrechten. Als Dokumentarfilmer bekomme ich die Schattenseiten der Versuche zu spüren, im Meer des Verfügbaren doch noch irgendwelche Dinge mit Eigentumstiteln zu markieren. Seit jedermann seine Handyschnappschüsse ins Netz hochlädt, müssen professionelle Bildermacher lernen, dass auch ein Anblick jemandem gehören kann. Einen ICE-Zug zum Beispiel darf ich nicht filmen - das Design unterliegt einem Geschmacksmusterschutz. Ein Apple-Notebook könnte ebenfalls problematisch sein. Die Oberfläche einer Software oder Webseite sowieso. Der illuminierte Eiffelturm bei Nacht - nur gegen Bares. Was heißt das für eine freie Presse, in der ohne Bilder fast nichts mehr läuft? Andererseits kenne ich Regisseure, die mit viel Mühe Low-Budget-Filme realisierten und ihre Werke noch vor der Premiere geklaut im Netz wiederfanden. Da möchte man den Netzaktivisten zurufen: Ihr kauft im Supermarkt Fair-Trade-Produkte, verlangt aber von uns, dass wir die Produkte unserer künstlerischen Arbeit verschenken.

**Sprecher 2:**

Eine Lösung für das Raubkopienproblem wäre die so genannte „Kulturfltrate“. Das bedeutet, man erkennt an, dass es eine freie symbolische Infrastruktur im Netz gibt und dass möglichst alle Informationen allen zugänglich sein sollen. Damit die Symbolproduzenten aber noch ihre Mieten zahlen können, wird eine Gebühr von allen Internetnutzern erhoben. Eine eigens dafür geschaffene Behörde ermittelt dann, wessen Werke wie oft abgerufen werden und schüttet die Gelder entsprechend aus.

**Sprecher 1:**

Aber damit erzeugen wir ein bürokratisches Monster und nehmen Projekten, die Nutzer auf andere Weise zur Zahlung motivieren, den Wind aus den Segeln. Außerdem:

Schauen wir uns an, welcher unerwartet heftigen Volkszorn allein die Haushaltsabgabe für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk mobilisiert hat. Und jetzt noch eine weitere Gebühr, die nach Einschätzung von Experten mindestens 50 Euro im Monat betragen müsste, um die Verluste durch illegales Runterladen auszugleichen?

**Sprecherin:**

Vertrackt. Mir scheint, dass die digitale Gesellschaft verlernt hat, zwischen zwei Formen der Freiheit zu unterscheiden. Einer geschützten Freiheit, die sich zum Beispiel in Form der Freiheit des Geistes und der Rede manifestiert. Und einer ungeschützten, die das Recht des Stärkeren zur Folge hat. Irgendwo in den Tiefenstrukturen des Netzes liegt diese Unterscheidung heute begründet.

**Sprecher 1:**

Es begann mit einer Utopie. „Alles sofort und umsonst“ war seit jeher der Schlachtruf der Internetwirtschaft. Es ging um nichts weniger als um die Wirklichkeit des Schlaraffenlandes. Jaron Lanier gehörte zur ersten Generation von Technohippies, die sich noch mit piepsenden Analogmodems durch den Hirsebrei der frühen Webexperimente fraß, um irgendwann eine utopische Netzgemeinde zu gründen, der die Befreiung aller Informationen aus dem Elfenbeinturm der Eliten gelingen würde. Doch mit der Zeit erkannte Lanier, dass sich aus dem chaotischen Meer der Daten neue verführerische Elfenbeintürme erhoben hatten. Das waren die Ordnungsstifter und algorithmengestützten Vernetzer, Internetunternehmen wie Google, Amazon oder Facebook. Er nennt sie die „Sirenenserver“, weil niemand ihren Lockgesängen widerstehen kann. Andere sagen schlicht „Datenkraken“.

**Sprecher 2:**

Diese Knotenpunkte bündeln Informationen zu wirtschaftlicher und auch politischer Macht. Ihren Erfolg verdanken sie einer listenreichen Strategie: Sie bieten ihren Nutzern bestimmte Dienste und Produkte kostenlos oder zumindest zu konkurrenzlos günstigen Preisen an. Das können sie, weil sie eigentlich mit etwas ganz anderem handeln: mit den privaten Daten ihrer User oder mit Arbeitsleistungen, die ihre Nutzer kostenfrei für sie erbringen. Für die Sirenenserver werden wir sozusagen alle zu Wissens- und

Kreativarbeitern. Für sie bewerten wir Produkte, schreiben Rezensionen und Kommentare, verbinden unverbundene Datensätze, geben unser Privatleben, unsere Standorte und Arbeitsunterlagen preis, nehmen unbemerkt an Marktforschungsstudien teil, machen auf fehlende Angebote aufmerksam oder übersetzen sogar Texte. Ohne dafür je eine Vergütung zu erhalten. Und Schritt für Schritt werden wir von den Datenkraken abhängig.

**Sprecherin:**

Ich kann mich noch gut an die Zeit erinnern, als es ein harmloser Freizeitspaß oder praktisches Extra war, ein Konto bei Facebook zu eröffnen oder sich mit seinen Freunden Whatsapp-Nachrichten zu schreiben. Aber mittlerweile müsste ich einen hohen sozialen und auch beruflichen Preis zahlen, wenn ich mich dazu entschiede, diese Dienste nicht zu nutzen.

**Sprecher 2:**

Aus diesen Netzwerkeffekten zimmern die Sirenenserver Monopole. Sie externalisieren alle Risiken, reißen sich weitgehende Nutzungsrechte an hochgeladenen Inhalten unter den Nagel und verwandeln ehemalige Mittelschichtjobs in Tagelöhneri. Die Preise sinken, die Honorare auch. Das Wort „umsonst“ zeigt seine böse Unterseite. Es ist für eine Volkswirtschaft eben nicht unbedingt gut, wenn alles möglichst billig ist. Kurzfristig profitieren die Käufer, aber langfristig verlieren alle

**Sprecherin:**

Besonders die Menschen mit Fantasie. Denn es ist wohl kaum ein Wirtschaftsbereich enger mit den Sirenenservern verbunden als die Kreativwirtschaft. Schlagen wir noch einmal nach bei Lanier. Bietet er Lösungsvorschläge, wie wir da rauskommen?

**Sprecher 1:**

Sein Ausweg wäre, die Internetmonopolisten dazu zu verpflichten, den Nutzern für die Eingabe ihrer Daten etwas zurückzugeben. Und zwar allen. Das würde nicht nur bedeuten, dass jeder, der mit irgendwelchen Inhalten durch das Netz Geld verdient, denjenigen etwas zukommen lassen müsste, von denen diese Informationen stammen.

Für jedes ins Netz gelangte Bit gäbe es eine winzige Einspeisevergütung, jeder Abruf kostete eine Nano-Gebühr. Das Schlaraffenland wäre damit zwar gescheitert. Aber das Internet würde sich ehrlich machen.

**Sprecher 2:**

Ein Vorschlag, der sehr technisch klingt. Ob das umsetzbar ist?

**Sprecherin:**

Da kommt mir eine Idee, vielleicht liegt genau hier ein weiteres Problem verborgen. Ich zum Beispiel habe einen klassisch humanistischen Bildungshintergrund, was die Programmierer da in ihre Rechner tippen, entzieht sich meinem Verständnis. Umgekehrt weiß ich, dass es zum Beispiel unheimlich schwer ist, gute Medieninformatiker zu finden, die auch etwas vom Erzählen von Geschichten verstehen. Vielleicht ist es diese Trennung, die sich in der Internetwirtschaft als Trennung von profitabel und defizitär, von aussichtsreich und prekär wiederholt, die überwunden werden muss. Nicht nur, damit die Technikfreaks nicht mehr länger gegen die so genannten Urheber ausgespielt werden können, sondern auch, weil die digitale Welt als Kulturraum von den Technikern verlangt, dass sie den Geist, für dessen Verbreitung sie arbeiten, verstehen. Vielleicht kann nur durch die Verschmelzung von technischer, künstlerischer und bildungsbürgerlicher Intelligenz die digitale Gesellschaft ein eigenes Bürgertum hervorbringen. Eine möglichst breite Mitte, die bereit und in der Lage wäre, Verantwortung zu übernehmen. Und dafür wäre Jaron Lanier als Person auf jeden Fall ein Vorbild.

**Sprecher 2:**

Doch die Kultur- und Kreativwirtschaft konfrontiert uns mit einer weiteren politischen Herausforderung. Höhere Bildung, bekanntlich langwierig und teuer, ist hier nicht mehr Garant für Beschäftigung, sondern deren Voraussetzung. Gleichzeitig lässt die Anhaftung der Arbeitnehmer an einzelne Unternehmen nach. Die Planbarkeit des Lebenslaufes nimmt ab und die Karten im Spiel der Risiken werden neu gemischt. Chancengleichheit lässt sich nur noch ex post feststellen.

**Sprecher 1:**

Gerade bei Künstlern und Kreativen ist der Erfolg der Wenigen immer mit dem Schicksal der Erfolglosen erkaufte. Kreativität ohne das Risiko, dass nichts dabei heraus kommt, kann es nicht geben. Deshalb geht auch die immer wieder geäußerte Idee, der Ausweitung des Prekariats damit zu begegnen, dass man die Studienplätze im Kulturbereich verknappt, an der Sache vorbei. Niemand kann vorher wissen, wer von den Berufsanfängern später mal die zündende Idee haben oder die große Rolle spielen wird. Ein Überfluss an risikofreudigen Enthusiasten ergibt den Humus, auf dem kreativwirtschaftliches Wachstum sich abspielt.

**Sprecher 2:**

Es geht nicht anders, wir müssen auf einen Akteur zu sprechen kommen, den der Neoliberalismus eigentlich aus dem Feld drängen wollte: den Staat. Er ist ja weit mehr als der gefürchtete Steuerstaat mit seiner Regulierungswut, er ist auch der Sozialstaat, der seinen Bürgern beisteht. Und er ist die Instanz, die fördern und unterstützen kann, was am Markt keine Chance hätte. Als solcher gewinnt er derzeit wieder an Ansehen, weil die Bürger, ob nun kreativ oder nicht, spüren, dass sie ihn brauchen. Auch er, nicht nur das Internet, ist ihr gemeinschaftliches Produkt.

**Sprecher 1:**

Allerdings ist er auf die neue Arbeitswelt noch nicht wirklich eingestellt. Der Kern des deutschen Sozialsystems stammt aus dem vorvorigen Jahrhundert, als es vor allem die abhängig Beschäftigten in den Fabriken zu schützen galt. Selbständige waren damals Unternehmer, also Kapitalisten, die man zur Übernahme von Verantwortung verpflichten wollte.

**Sprecherin:**

In meiner Welt sind die Selbstständigen nicht mehr die Starken, werden aber noch so veranlagt. Das erfahren wir Freelancer, wenn wir uns kranken- und rentenversichern müssen, viele sind von den Abgabensätzen und Mindestbeiträgen überfordert. Ich hatte Glück, als mich die Künstlersozialkasse aufnahm. Dafür kann ich jetzt Probleme bekommen, wenn meine Arbeit nicht kreativ genug ist. Und die Kriterien dafür sind

notwendigerweise wolkig.

**Sprecher 2:**

In den 1980er-Jahren entdeckte man den Kulturbereich auf Grund seiner zunehmenden Ausdehnung als Feld sozialpolitischer Regulierung. Die Künstlersozialkasse federt seither die größten Härten für eine Reihe von Berufsgruppen ab, verwickelt sich aber bei der verzweifelten Abgrenzung von Kunst gegen Technik und Handwerk in Widersprüche. Ihr Klientel macht überdeutlich, dass die Sozialversicherung Bismarckscher Prägung ausgedient hat.

**Sprecher 1:**

Heute ist Kultur- und Kreativwirtschaft mindestens die drittgrößte Branche unseres Landes. Es braucht deshalb nicht weniger, als eine kleine Revolution! Kreativarbeit kann ruhig zum neuen Erwerbsmodell werden - aber nicht gegen den Staat, wie die Neoliberalen es sich wünschen, sondern mit ihm. Das heißt: Die Kardinalunterscheidung angestellt/selbständig wird fallen müssen. In der Arbeitswelt von morgen sollten alle nach ihren Kräften gleichermaßen in die sozialen Sicherungssysteme einzahlen, und alle müssen damit auch Ansprüche auf Schutz erwerben, egal ob gerade frei unterwegs oder an einen Arbeitgeber gebunden. Neben den Mindestlohn, von dem Kreativarbeiter bisher kaum profitieren, müssten branchenweite Vereinbarungen über Honoraruntergrenzen treten.

**Sprecherin:**

Jetzt muss ich stellvertretend für meine Zunft ein Geständnis machen. Wir Kreativarbeiter glauben im Inneren, dass es uns jung hält, immer wieder am Anfang zu stehen. Das Konzept der Rente zum Beispiel lässt uns im Grunde kalt. Was könnte un kreativer sein, was kündigt mehr von Stillstand? Die Existenzangst kommt in Schüben, sie niederzukämpfen macht uns zu Abenteurern. Ein wenig von diesem Freibeutertum werden wir wohl aufgeben müssen, wenn wir etwas verändern wollen. Meine Generation wurde weder durch einen klaren Gegensatz zu den Eltern politisiert, noch durch den Widerstand gegen unsere Arbeitgeber - denn die sind zunehmend wir selbst. Uns trotzdem gemeinschaftliche Ziele zu setzen, wäre eine schöpferische Leistung. In einer

Gesellschaft, die Kreativität vor allem marktmäßig organisiert, droht die Gefahr der Diffusion von Werten. Das jeweils nächste Arbeitsprojekt wird dann zum Ersatz für das fehlende Generationenprojekt. Das Mehr an Freiheit in der neuen Arbeitswelt könnte uns tatsächlich befreien, wenn wir der vollständigen Verzweckung unserer Kreativität ebenso widerstehen wie der Versuchung, sie herzuschenken und damit ihrer Entwertung zuzustimmen. Der virtuelle Raum wäre damit nicht bloß als Reich schrankenlosen Wirtschaftens begriffen, sondern als soziales Miteinander, das kulturell und politisch gestaltet werden will. Damit die Leuchttürme wieder strahlen. Vielleicht erscheint das angesichts der mächtigen Sirenenserver und einer im Grunde regellosen Globalisierung unwahrscheinlich. Aber: Kreativität ist ja wohl, wenn man es trotzdem schafft.

**Absage:**

Alles umsonst im Netz? - Kreativwirtschaft in der digitalen Zukunft. Mit Jean-Paul Baeck, Rebecca Madita Hundt und Jonas Minthe. Technik: David Schwager. Regie: Anna Panknin. Redaktion: Barbara Schäfer.