

Kulturpolitik

Ilja Braun: Grundeinkommen statt Urheberrecht? Zum kreativen Schaffen in der digitalen Welt. Bielefeld: transcript 2014 (187 S., 21,99 Euro)

»Warum nicht einmal den Versuch wagen, über das Urheberrecht hinauszudenken?«, fragt Ilja Braun gegen Ende seines Essays: »Wenn es stimmt, dass heute nicht mehr Arbeit, sondern Kreativität der wesentliche Wertschöpfungsfaktor ist, so erscheint es plausibel, daraus einen Anspruch abzuleiten, der dem des Urheberrechts entspricht und zugleich darüber hinausweist. Nämlich, dass alle kreativ Tätigen, die mit ihren Ideen und ihrem Wissen zum gesellschaftlichen Reichtum beitragen, an diesem Reichtum angemessen beteiligt werden sollten.« Und das über ein bedingungsloses Grundeinkommen für alle, nicht nur die eigentlich »Kreativen«. Entscheidend für den Autor ist weniger dessen Finanzierbarkeit (für die es eine Reihe nachvollziehbarer Modellrechnungen gibt), sondern vielmehr, ob ein solches Konzept »überhaupt gerechtfertigt« ist und wie es »begründet werden soll«. Eine eher rhetorische Frage, denn die zuvor vorgelegene Analyse besagt: »Kreativität ist heute eine Schlüsselkompetenz. Als »Problemlösungskompetenz« ist sie aus dem Bereich der zweckfreien Kunst ins Wirtschaftsleben diffundiert.« Dem entsprechend ist Arbeit inzwischen »ein Selbstverwirklichungsprojekt im Dienst der Kapitalakkumulation »innovativer« Unternehmen ... Auch in der Arbeitswelt zählt heute nicht mehr Fleiß, sondern Kreativität. Sie ist kein Privileg von Künstlern mehr.« Dazu präzisiert der Autor an anderer Stelle: »Kreativität ist heute eine Schlüsselkompetenz, die in jedem Bewerbungsgespräch für halbwegs qualifizierte Jobs eine Rolle spielt.« Neben den »kreativen« Jobs scheint es also noch andere weniger qualifizierte Tätigkeiten in der heutigen Arbeitsgesellschaft – oder dem »Kapitalismus des 21. Jahrhunderts« – zu ge-

ben. Dass derlei nicht weiter verfolgt wird, hängt wohl mit dem Diskurs zusammen, dem der Autor verpflichtet ist und den er kenntnisreich und pointiert referiert. Wenn Braun von »kulturellen Märkten« spricht, beschreibt er die Digitalisierung und das Internet, entsprechende Settings und Qualifikationen. Bezugsrahmen sind Publikationen von Boltranski/Chiapello (»Der neue Geist des Kapitalismus«), von Lawrence Lessig oder Kurz/Rieger. Unter den Tisch fallen Überlegungen zur kreativen Stadt und anderen eher analog orientierten Themen. Stellvertretend seien hier nur Richard Floridas »Beyond Mass Production« und »The Rising of the Creative Class« genannt. Auch Floridas Definition orientiert sich weniger am ideellen »Künstler« denn an der phantasievollen Praxis von Akteuren in allerlei Berufen. Sein Verständnis von Kreativität scheint weitgehend der von Braun zu entsprechen. Floridas Analyse trifft sich in manchen Punkten mit Boltranski/Chiapello. Zudem ist Florida einer der Anreger für alle Debatten rund um die Kultur- und Kreativwirtschaft, der die Digitalwirtschaft zumindest in Teilen zugerechnet wird. Es ist beruhigend zu sehen, dass sich auch in digitalen Zeiten trotz aller Vernetzung nicht alle wichtigen Aspekte eines Themas zumindest im Literaturverzeichnis wiederfinden, sondern eher analoge – politische/akademische? – Zusammenhänge für die Auswahl sorgen.

Wolfgang Hippe