

Nicht heulen, arbeiten!

Wir nennen es Arbeit – das neue Buch von Holm Friebe und Sascha Lobo.

Von Gundula Englisch

Es gibt intelligentes Leben jenseits der Festanstellung. Die digitale Bohème pfeift auf Kohle und Sicherheitsdeutsch. Lebensunternehmer, Prekäre, Jobnomaden, freie Agenten und Mikrounternehmer tun, was sie wollen. Auch wenn sie am Existenzminimum herumkriechen. Sie hören Muse, Gang of Four und Kaiser Chiefs. Und sie haben keine Lust, den Weg des geringsten Leids zu gehen, sondern den Weg der größten Freude – besonders bei der Arbeit. Hereinspaziert in eine neue, fröhliche Arbeitswelt, deren Wertschätzung erst noch bevorsteht.

Chuck Lamb hatte einen Traum: Er wünschte sich nichts mehr, als eine Filmleiche zu werden. Also ließ er sich in diversen ketchupgetränkten Totstellposen fotografieren und stellte die Bilder auf seine Website www.deadbodyguy.com. Dort fanden einige amerikanische Blogger Gefallen daran und speisten ihre Netzwerke mit den skurrilen Fotos. Schon nach kurzer Zeit schneite dem amerikanischen Leichendarsteller ein Rollenangebot nach dem anderen ins Haus.

Chuck Lambs abseitige Erfolgsstory ist ein hinreißendes Beispiel für die Kunst, das zu tun, was man am liebsten tut und damit auch noch Geld zu verdienen. Und sie ist symptomatisch für eine neue Lebens- und Arbeitskultur, die das herkömmliche Verständnis von Job, Karriere und Broterwerb radikal in Frage stellt. Die Avantgarde dieser neuen Kultur hat viele Gesichter. Es ist die wachsende Schar der Lebensunternehmer, Prekären, Jobnomaden, freien Agenten, Mikrounternehmer, der kreativen Klasse – all jener also, für die Arbeit nicht das ist, wo man hingehet, sondern das, was man lebt –, auch wenn es manchmal kaum zum Leben reicht.

„Digitale Bohème“ – so nennen Holm Friebe und Sascha Lobo dieses neue Rollenbild der Arbeitsgesellschaft. Und haben ein Buch darüber geschrieben, das mit Fug und Recht als sensationell bezeichnet werden kann: nicht nur, weil es minutiös die turbulente Welt jenseits der Festanstellung nebst ihren Einflüssen auf Wirtschaft und Gesellschaft beschreibt. Sondern auch, weil es eine solche Lust auf selbständige Arbeit macht, dass alles Zögern und Zaudern schnell vergessen ist.

Wer genau ist diese digitale Bohème? Zunächst einmal sind es Menschen wie Friebe und Lobo selbst. Der eine Journalist, der andere Werbetexter, haben sich beide mit mehr oder weniger erfolgreichen Projekten durchgewurstelt, haben den Rausch und den Kater der New Economy erlebt, ihre Internet-Faszination trotzdem behalten und ebenso ihre natürliche Abneigung gegen das System Festanstellung mitsamt seiner multiplen Zwänge, Vorgaben und Restriktionen.

„Wir haben keine Lust, den Weg des geringsten Leids zu gehen, wir wollen den Weg der größten Freude. Besonders bei der Arbeit.“ Diesem Weg folgt offensichtlich ein immer größerer Teil der Arbeitsbevölkerung, wofür es auch statistische Indizien gibt. Immerhin ist hierzulande die Zahl der Erwerbstätigen im Kultur- und Mediensektor in weniger als einem Jahrzehnt um satte 320 Prozent gestiegen und fast die Hälfte dieser Künstler, Publizisten,

Holm Friebe / Sascha Lobo:

Wir nennen es Arbeit.
Die digitale Bohème oder Intelligentes Leben jenseits der Festanstellung,
Wilhelm Heyne Verlag,
München 2006,
304 Seiten, 17,95 Euro,
ISBN 3-453-12092-2
www.heyne.de



Designer, Architekten, Journalisten und verwandten Freiberufler sind selbstständig.

Allerdings, so die Autoren, sind die Grenzen der Boheme-Ökonomie fließend, ihre Mitglieder lassen sich nicht eindeutig zu bestimmten Berufen, Branchen oder gar Klassen zuordnen. Eines aber scheinen all diese Existenzgründer, Kleinselbständigen, Ich-AGs, Harz-IV-Empfänger, Kreativen, Handwerker oder Praktikanten gemeinsam zu haben. Es sind „Menschen, die sich dazu entschlossen haben, ein selbstbestimmtes Leben zu führen, dabei die Segnungen der Technologie herzlich umarmen und die neuesten Kommunikationstechnologien dazu nutzen, ihre Handlungsspielräume zu erweitern.“

Diese Eroberung der Technik hat die digitale Boheme ihrem analogen Vorgängermodell voraus – ein großer Trumpf im Spiel der ökonomischen und gesellschaftlichen Subversion. Während sich die Künstler und Lebenskünstler vergangener Epochen ausschließlich auf die Produktion ihrer autonomen Werke konzentrierten, sind die Kreativen der Gegenwart Schöpfer, Vermarkter und Vernetzer zugleich: die Schmuckdesignerin, die ihre Kollektion via Internet vertreibt; die bildenden Künstler, die sich zusammenschließen und eine virtuelle Galerie betreiben; oder eben jener Leichendarsteller aus Leidenschaft, der über seine Website mit Hilfe der Bloggergemeinde Berühmtheit erlangt. „Die Tatsache, dass Texte, Töne, Bilder und Filme beliebig oft ohne Qualitätsverlust, zu Kosten nahe null reproduziert und via Internet um den gesamten Erdball verbreitet werden können, hat kreative Kräfte freigesetzt, die ganze Industrien umkrempeln, alte Geschäftsmodelle torpedieren und neue möglich machen.“

Ein wenig klingt das nach New Economy revisited. Aber Friebe und Lobo sehen den Marktplatz Internet fernab von hochtrabenden Businessplänen und raketenhaften Aktienkursen. Im virtuellen Geschäftsraum, so die Autoren, entscheidet nicht das große Geld über Erfolg, sondern die richtigen Ideen und die intime Kenntnis der Mechanismen und Funktionsweisen – jenes Pfund also, mit dem die digitale Boheme ordentlich wuchern kann.

So groß aber die Gestaltungskraft, das Veränderungspotenzial und die Zukunftschancen der selbstbestimmten Kreativarbeiter sein mögen, ihre ökonomische Situation ist oft alles andere als rosig. Das durchschnittliche Jahreseinkommen der freien Kulturschaffenden zum Beispiel liegt nach den Daten der Künstlersozialkasse bei schlappen 10.814 Euro, was nichts anderes heißt, dass ein Großteil der kreativen Mikrounternehmer am Existenzminimum herumkrebst. Geldknappheit ist ein chronischer Zustand der digitalen Boheme – und manche Kritiker betrachten sie deshalb als „gut gelaunte Vorzeige-Asketen einer schleichenden Marktradikalisierung und Massenverarmung“.

Der Lebensunternehmer als Lumpenkapitalist – kreativ, hoch qualifiziert und mittellos, ein brotloser Künstler, der permanent scheitert, wenn auch auf hohem Niveau? Mitnichten, sagen Friebe und Lobo. „Wir müssen uns den digitalen Bohème-Unternehmer als glücklichen Menschen vorstellen.“ Als Mensch, dem Freiheit, Selbstbestimmung und Autonomie bei der Arbeit wichtiger sind als sichere Einkommensverhältnisse. Und als Mensch, der gelernt hat, die hohen Ansprüche an die eigene Tätigkeit mit der Notwendigkeit der Existenzsicherung auszubalancieren.

Für die digitale Boheme ist das Geldverdienen ohnehin nur einer von vielen Posten in der lebensstrategischen Mischkalkulation. Bedeutungsvoller erscheint ihr der Erwerb von sozialem Kapital, sprich: Aufmerksamkeit, Respekt und Zugehörigkeit. Kein Wunder, denn diese immateriellen Vermögenswerte gewinnen in einer vernetzten, virtuellen und globalen Ökonomie gewaltig an Bedeutung. Paradebeispiel dafür sind die Blogs, jene Kommunikationsplattformen im Internet, von denen es mittlerweile weit

**Lebensunternehmer sind mehr
als Lumpenkapitalisten.**

über 200 Millionen mit unzähligen Teilnehmern gibt. Ursprünglich rein private virtuelle Tagebücher dienen sie der digitalen Boheme längst als Kontaktort für private und geschäftliche Beziehungen.

In diesem weit verzweigten Netzwerk werden Empfehlungen gegeben, wird Selbstmarketing betrieben, werden Ideen bewertet, weiterverbreitet und – wie im Fall des Leichendarstellers – nicht selten auch dorthin transportiert, wo jemand bereit ist, Geld dafür zu zahlen. „Für Menschen, die ihrem künstlerischen Ausdruckswillen und Mitteilungsbedürfnis folgen, ohne dabei primär auf Verwertung zu achten, öffnet sich irgendwann eine kommerzielle Tür“, sagen Friebe und Lobo – vorausgesetzt freilich, dass genügend Leute dieses Tun nicht nur registrieren, sondern auch für relevant und unterstützenswert befinden.

Dieses Matching zwischen Angebot und Nachfrage indessen funktioniert in der digitalen Welt geschmeidiger und kostenneutraler als in der analogen. Wer etwa hätte gedacht, dass es tatsächlich einen Markt für künstlerisch wertvolle Lichtschaltersonderanfertigungen gibt – und zwar ganz ohne aufwändige Akquisestrategien? Gibt's – sagt das Autorenduo. Und stellt dem verblüfften Leser Jamie Hardy vor – eine amerikanische Modedesignerin, die aus profaner Massenware handsignierte Unikate macht. Dank Webpräsenz und Bloggergemeinde ist ihre fixe Idee zum lukrativen Geschäft geworden – nicht nur für Schalter, sondern auch für diverse andere Jobs in Sachen Innendesign.

Das ist der Königsweg der digitalen Boheme – ein verschlungener, mysteriöser und unkalkulierbarer Pfad, auf dem das Geld zur Leidenschaft gelangt. Ein gesundes Urvertrauen in dieses Prinzip, so die Autoren, erleichtert das Leben ungemein. Und selbst wenn der Erfolg nicht gerade millionenschwer ist, bietet er mehr Glückspotenzial als die herkömmliche Lohntüte. „Wie viel mehr ist ein Euro wert, den man als Preis am Markt für eigene Ideen und Leistungen erzielt hat, gegenüber einem, den man als Besoldung und Belohnung für unauffälliges Wohlverhalten regelmäßig am Monatsende kassiert?“

Tue das, was du wirklich willst und kannst, experimentiere mit Erwerbsquellen und würze das Ganze mit einem Quäntchen Irrsinn – das ist das Mantra der digitalen Boheme. Auch wenn bislang nur eine Minderheit diese Lebens- und Arbeitsphilosophie in Reinform lebt, bleibt sie doch eine magische Verführung zum Glücklichein. Weil sie vom Joch der ängstlichen Abhängigkeit befreit. Weil sie der Arbeit jene Leichtigkeit gibt, die ihr Flügel verleiht. Und weil sie der Individualität – jener große Errungenschaft des 20. Jahrhunderts – endlich zu ihrer eigentlichen Qualität verhilft: Die Selbstbestimmung darüber, wie man arbeitet, Geld verdient und sich seinen Tag einteilt.

Dass Kinder, Familie, Herkunft oder Alter diese Autonomie nach wie vor beschränken, ist für Friebe und Lobo kein Problem, sondern eine Herausforderung. „Don't cry – work“, so das Schlusswort des Buchs. Will heißen: Boheme-Unternehmer aller Länder, vereinigt euch! Macht eure Existenzbedingungen zukunftssicher, flankiert sie politisch und arbeitet an kreativen Konzepten für die Besserung der Lage. Wenn sich das nicht Arbeit nennt!

Gundula Englisch, Journalistin, Autorin und Filmemacherin, arbeitet als freie Redakteurin für changeX.

**Tue das, was du wirklich
willst und kannst.**