

„Analog‘ ist kein Härtetest!“

Die WakeApp erkennt unsere Schlafphasen und sorgt dafür, dass wir im richtigen Moment geweckt werden, ein Blick auf die WetterApp erleichtert uns die Wahl der richtigen Kleidung, die Onlinenews versorgen uns mit den neuesten Informationen aus aller Welt, mit Google Maps navigieren wir uns durch die Stadt, wir reservieren Tische in Restaurants online und buchen nicht nur Flüge, sondern auch Friseurtermine im Netz – und mit unseren Freunden halten

wir Kontakt über Facebook und WhatsApp. Es scheint fast so, als sei unser Leben durch und durch digital. Aber was bedeutet das eigentlich? Kommen wir vielleicht gar nicht mehr zurecht – ohne Smartphones und Internet? Und was passiert überhaupt mit all unseren Daten? Der Politikwissenschaftler Andre Wilkens hat auf diese und viele weitere Fragen in seinem Buch *Analog ist das neue Bio* nach Antworten gesucht. tv diskurs sprach mit ihm darüber.

Sie scheinen mit Ihrem Buch einen Nerv getroffen zu haben. Wie sind Sie auf die Idee gekommen?

Es gibt sozusagen eine große und eine kleine Ursache. Die große war, dass ich mich nach den Snowden-Enthüllungen gefragt habe, was das eigentlich bedeutet. Es hat mich an Orwells 1984 und an die DDR mit ihrem Stasiapparat erinnert – nur, dass jetzt alles digital ist. Deshalb stellte sich für mich unweigerlich die Frage: Ist digital nur gut und wirklich so alternativlos, wie es immer dargestellt wird? Die kleine Ursache war die Eröffnung einer Videothek in meiner Straße. Ich wohne in Berlin-Mitte, im Hipsterland, wo alle nur digital unterwegs sind und mit Laptops und Smartphones in den Cafés sitzen. Ich dachte, dass eine Videothek überhaupt nicht in diese Gegend passt, und vermutete, dass sie sicherlich bald wieder schließen würde. Aber nein, der Laden läuft. Die Leute gehen da hin, treffen sich, unterhalten sich und leihen DVDs aus. Ich habe mich gefragt, ob das ein Trend ist, ob die Leute vielleicht nicht mehr alle Dinge digital, sondern lieber wieder analog machen wollen? So kam ich auf die Idee und habe mich erstmals selbst mit dem Thema beschäftigt. Ich bin kein Digital-experte, sondern ein durchschnittlich durchdigitalisierter Mensch, der sich auf eine Art Erkundungsreise ins Land des Digitalen begeben hat, um herauszufinden, was es für mich und für die Gesellschaft bedeutet.

Gibt es einen Trend zu „analog“ oder ist es eher eine Randerscheinung, die gut nach Berlin-Mitte passt?

Ich glaube, es ist ein Trend, aber ein kleiner Trend, eine Nische. In Gesprächen mit vielen Menschen bei Veranstaltungen stelle ich immer wieder fest, dass es keine Altersfrage ist. Im Gegenteil, es sind gerade viele junge Leute, die sagen: „Wir wollen nicht dauernd erreichbar sein, wir wollen nicht bestimmbar sein, wir wollen nicht, dass alles von uns öffentlich ist, wir wollen eine Privatsphäre haben.“ Es ist eine Nische, aber Nischen sind wichtig. Alles beginnt irgendwann klein, deshalb auch der Vergleich zu Bio. Bio hat auch mal klein angefangen. Dann kamen ein paar Krisen und Ereignisse, nach denen sich mehr Menschen gefragt haben, ob die industrielle Landwirtschaft tatsächlich so eine tolle Sache ist. So wurde die Nische größer und hat Einfluss bekommen. Vielleicht passiert das mit „analog“ auch. Wie die Bioäpfel, die zwar nicht so toll aussehen wie herkömmliche Äpfel, dafür aber viel besser schmecken, so soll auch „analog“ „besser schmecken“, mehr Spaß machen. Auf keinen Fall ist es etwas, durch das man sich quälen müsste. Als eine Art Härtetest möchte ich „analog“ nicht verstanden wissen.

Mit welchem Gefühl ist der Begriff „analog“ bei Ihnen behaftet?

Ich habe den Begriff nicht als einen rein technischen benutzt, sondern eher als Synonym für „nicht vernetzt“, also nicht Teil der großen digitalen Gesellschaft zu sein, sondern Sachen zu leben, die man ohne Strom und ohne Wi-Fi nutzen kann – und die Schönheit daran wiederentdecken. Seit ich das Buch geschrieben habe, hat es sich z. B. ergeben, dass ich wieder mit zwei Freunden regelmäßig Skat spiele. Das ist auf jeden Fall analog, man trifft sich in einer Kneipe, trinkt ein paar Bier dazu, unterhält sich über alles Mögliche und muss sich natürlich auch konzentrieren, denn man kann nicht Skat spielen und nebenbei noch Facebook-Nachrichten beantworten. Das ist auch die Wiederentdeckung einer Sache, die Spaß macht. Andere entdecken andere Dinge wieder und geben sie vielleicht weiter an Freunde und Bekannte. So entsteht möglicherweise eine Bewegung, die die Nische ein bisschen größer macht.

Der gesellschaftliche Aufschrei nach den Snowden-Enthüllungen war recht verhalten. Haben Sie eine Erklärung dafür, warum diese Erkenntnisse bei den wenigsten Menschen zu einem Umdenken geführt haben?

Zumindest zwei Gründe sehe ich dafür: Einer ist, dass es eben so leicht und schön ist. Es macht Spaß, bei Facebook zu sein und sich mit vielen anderen zu verbinden. Die Negativeffekte sind nicht von Anfang an klar und offensichtlich, damit muss man sich beschäftigen. Der zweite Grund ist: Wenn man etwa bei Facebook aussteigt, ist man raus aus dem Mainstream – und das ist nicht leicht. Dann ist man eben nicht mehr überall dabei und dazu muss man stehen. Mir persönlich gefällt es, nicht immer Mainstream zu sein. Was Facebook angeht: Ich habe auch einen Account, weil es für mich nützlich ist. Aber das ist auch die Aussage meines Buches: Ich bin nicht grundsätzlich gegen „digital“. Im Gegenteil, ich halte „digital“ für eine richtig gute Sache, weshalb ich im ersten Kapitel auch geschrieben habe: „Ich fühl mich gut, ich steh auf ‚digital‘.“ Mir geht es darum, aufzuzeigen, dass wir alle mehr investieren sollten, um zu verstehen, was „digital“ ist. Was ist ein Algorithmus? Was ist das Geschäftsmodell von Google und Facebook? Was hat das mit mir zu tun und was macht das mit unserer Gesellschaft? Um dann zu entscheiden, welche Internetdienste man nutzt, wo und wie man seine Daten speichert und ob es vielleicht Dinge gibt, die man besser analog als digital macht. Viele Dinge, die wir digital nutzen und die so verlockend einfach sind, saugen unglaublich viel Zeit und erschweren es, sich auf eine Sache zu konzentrieren. Wer wirklich konzentriert etwas schaffen will, muss sich auf eine Sache konzentrieren. Damit haben wir immer größere Schwierigkeiten, weil wir alle denken, wir seien Multitasker, was aber nicht stimmt. Ich denke, wir müssten das Monotasking wiederentdecken.



Lässt sich Konzentration (wieder) erlernen?

Ja, ich glaube, man muss es erlernen. Gerade bei Kindern spielen Eltern und Schule eine entscheidende Rolle. Ich glaube keineswegs, dass jüngere Menschen mit digitalen Medien besser klarkommen. Vielleicht können sie tatsächlich besser zehn verschiedene Sachen gleichzeitig geöffnet haben, aber das Resultat wird dadurch kein besseres. Wenn mein Sohn Biologie-Hausaufgaben macht, ist das Resultat garantiert besser, wenn er sich auf diese eine Sache konzentriert und nicht noch neun andere Sachen geöffnet hat. Er würde natürlich sagen, dass er es kann, aber das glaube ich nicht, weil ich es am Resultat sehe, dass das nicht stimmt. Vielleicht führt das Multitasking auch dazu, dass wir alle durchschnittlich gut werden. Wir sind in allem irgendwie gut, aber eben nur mittelmäßig. Um richtig gut in einer Sache zu sein, muss man sich konzentrieren können. Das ist schwierig – mir fällt es auch nicht immer leicht.

Sie scheinen aber – wenn ich Ihre Schilderungen lese – doch schon einen recht guten Schutzwall gegen die Medienflut entwickelt zu haben?

Ja, das war auch Teil des Schreibens des Buches. Als Erstautor eines Buches hatte ich von meinem Verleger eine Deadline zur Abgabe bekommen und konnte nicht trödeln. Ich musste mich also wirklich konzentrieren und habe dem Schreiben und dem Abgabetermin alles andere untergeordnet. Wenn man es schafft, sämtliche digitalen Versuche und Anreize unter Kontrolle zu bringen, kann man viel mehr erreichen.

Sie schreiben in Ihrem Beipackzettel zu „digital“, dass es auf alle Fälle abhängig mache und es fast unmöglich sei, wieder davon loszukommen. Wenn ich aber z. B. ein Buch analog kaufen will, bin ich doch auch abhängig von äußeren Bedingungen, wie etwa den Öffnungszeiten einer Buchhandlung. Inwiefern ist die digitale Abhängigkeit noch größer oder noch bedrohlicher?

Mit dieser Abhängigkeit meinte ich etwa die vom Smartphone. Das ist fast wie eine Droge, man hat es immer dabei und schaut alle paar Minuten auf das Display, ob etwas Neues eingegangen ist. Vielen Menschen fehlt etwas, wenn sie ohne Smartphone aus dem Haus gehen – und sei es auch nur, um zum Bäcker um die Ecke zu laufen. Vielleicht passiert genau in diesen 5 Min. etwas Weltbewegendes. Wenn man von Zigaretten abhängig ist, muss man auch ständig etwas in der Hand haben. Oder nehmen wir die Abhängigkeit von Google: Man hat eine Frage und anstatt mal 10 Sek. oder 1 Min. darüber nachzudenken oder andere Leute zu fragen, googelt man sofort.

Sie haben sich davon frei gemacht?

Ja, zumindest mehr als früher. Ich war auch ein News-Junkie. Das fing an, als die ersten BlackBerrys aufkamen und man sich als Teil einer ganz wichtigen Gruppe von Menschen fühlte. Immer zu wissen, was wo auf der Welt geschieht, bekam plötzlich eine Bedeutung. Dabei war es natürlich auch wichtig, dass man die Information sofort und am besten als einer der Ersten hatte. Davon mache ich mich heute frei. Ich bin weder Bundeskanzler noch Außenminister und muss nicht alles minütlich wissen, weil ich keine Entscheidung dazu treffen muss.

Manchmal scheint es, als sei dies nicht unbedingt eine persönliche Entscheidung. Mittlerweile ist es doch fast normal geworden, dass etwa geschäftliche Mails auch am Abend oder am Wochenende gelesen werden.

Zunächst einmal ist es durchaus eine individuelle Angelegenheit, man muss das für sich selbst bestimmen. Aber ich glaube auch, dass der Job oder die Gesellschaft uns z. T. in eine Richtung lenkt, die so nicht sein müsste. Ich muss nicht am Wochenende oder in meiner Freizeit ständig an meine Arbeit denken. Und wenn man ständig on ist, konzentriert man sich im entscheidenden Augenblick eben doch nicht richtig. Wenn ich arbeite, konzentriere ich mich auf die Arbeit, wenn ich mit meiner Familie oder Freunden zusammen bin, konzentriere ich mich darauf. In diesem Bereich kann man momentan auch Veränderungen feststellen. Große Firmen wie Daimler oder Volkswagen schalten die E-Mail-Server nach 18.00 Uhr ab, um ihre Mitarbeiter davor zu schützen, sich auch nach Feierabend mit geschäftlichen Dingen zu befassen. Oder dass E-Mails nicht weitergeleitet, sondern sogar gelöscht werden, wenn der entsprechende Mitarbeiter im Urlaub ist. Wenn große Firmen so etwas machen, ist das ein Zeichen, denn offenbar gibt es hier ein Problembewusstsein. Man kann sich sicher sein, dass sie das nicht nur machen, um ihren Angestellten etwas Gutes zu tun, sondern damit wollen sie natürlich die Effizienz ihrer Mitarbeiter verbessern. Offensichtlich haben sie festgestellt, dass es nichts bringt, wenn sich Angestellte 24 Std. am Tag mit der Firma beschäftigen.

Ein anderes Thema, mit dem Sie sich in Ihrem Buch ausführlich auseinandersetzen, sind unsere Daten. Sie bezeichnen sie als unsere neuen „Ressourcen“. Was macht sie so wertvoll wie Öl und Gold?

Nehmen wir als Beispiel eine Firma wie Google, die nichts produziert. Dennoch gehört sie zu den reichsten Firmen der Welt und wirft Milliarden an Gewinn ab. Wie kann das sein? Den Gewinn macht Google mit unseren Daten. Es wäre ein völlig normales Geschäftsmodell, wenn die Nutzer für jede Google-Suche zahlen müssten. Stattdessen ist alles kostenfrei – aber dafür verwenden sie meine Daten. Wenn ich einen ganzen Tag, eine ganze Woche, einen ganzen Monat und ein ganzes Jahr google, haben sie jede Menge Daten von mir: Wonach schaut er? Von wo schaut er? Welche Bücher liest er? Welche Internetseiten frequenziert er wie oft? Sie bekommen also über die Zeit ein komplettes Profil, das sie dazu nutzen, Werbung auf mich zuzuschneiden. Googelt man einmal Adidas-Schuhe, bekommt man immer wieder Werbung für Adidas-Schuhe. Zudem werden die Daten auch weiterverkauft. Hier sind Versicherungen ein großes Thema, die sich darüber freuen dürften, wenn mittels Fitness-Apps Daten darüber gesamt

melt werden, wie viel jemand läuft oder welche Übungen er macht. Wenn diese Daten an Versicherer weitergegeben werden, gibt es vielleicht bald einen Bonus – oder man muss weniger zahlen, wenn man nachweislich mehr Sport macht. Deshalb sind Daten eine Ressource, aus denen Geschäfte und Geld gemacht werden. Werbung ist meiner Meinung nach nur der Ausgangspunkt. Google ist ein riesiger Konzern, der mittlerweile schon fast alles macht. Neben der „Suche“ hat er große Bereiche, die sich mit Autos und mit Gesundheit beschäftigen. Aktuell kommt auch der Bereich „Nachrichten“ hinzu. Das nächste große Thema wird „Finanzen“ sein, sodass Google vielleicht eine Art Bank sein wird oder ein Bezahlssystem.

Viele wissen überhaupt nicht, dass die Google-Ergebnisse auf sie persönlich zugeschnitten sind...

Genau, ich suche etwas und nach einer Weile kennt mich Google so gut, dass mir immer nur die Dinge angezeigt werden, die ich scheinbar will. Das ist ja auch schön, ich bekomme weniger Irrelevantes. Aber nach einer Weile gewöhnt man sich daran und je mehr man sich daran gewöhnt, desto mehr ist man in dem Sog drin, dass die Grenze verschwimmt zwischen der Frage, ob das meine oder Googles Entscheidung ist. Ich gewöhne mich sozusagen daran, dass der Algorithmus von Google meine Entscheidung ersetzt. Oder der Algorithmus von Amazon. Irgendwann kaufe ich dann eben nur noch die Bücher, die Amazon mir empfiehlt.

Hinzu kommt, dass man oft gar nicht weiß, auf was man sich beim Nutzen eines Dienstes genau einlässt, da die AGBs wahnsinnig lang und unverständlich verfasst sind.

Ja, in gewisser Weise ist man da auch faul. Man will die Zeit nicht investieren, sie zu lesen; und in der Regel sind sie von Rechtsanwälten auch genau so geschrieben, dass man sie gar nicht lesen will. Genau das wollen sie natürlich erreichen. Das Tolle an Anbietern wie Amazon ist ja gerade, dass man Dinge sofort bestellen und bekommen kann. Müsste man immer erst die AGBs lesen, könnte man ja auch selbst in den Buchladen gehen. Deshalb klickt man „Ja“ – doch ich glaube, dass wir es uns an dieser Stelle zu leicht machen.

Sie sprechen sich sehr für eine europäische Regelung aus. Abgesehen davon, dass fast all die Firmen, die wir erwähnt haben, amerikanische sind, scheint mir die Einigung auf einen Konsens eher schwierig zu sein. Wie realistisch ist es, auf diesem Gebiet ein einheitliches Regularium zu finden?

Es ist sehr schwierig, da das alles global agierende Firmen sind. „Digital“ ist ja auch deshalb toll, weil es grenzenlos ist. Man hat eben keine nationalen Grenzen. Gleichzeitig sind wir mit den Gesetzen und unseren Standards nicht hinterhergekommen: Die meisten Gesetze und Standards – gerade auf diesem Gebiet – sind national. Da besteht ein Missverhältnis zwischen global agierendem „Digital“ und national operierender Gesetzgebung. Es gibt ja schon globale Standards, aber eben nicht zum Datenschutz – und auch im Wettbewerbsrecht gibt es nichts Globales. Zumindest auf europäischer Ebene existiert ein europäisches Wettbewerbsrecht, damit kann man schon eine ganze Menge machen. Dennoch möchte ich betonen: Europa ist ein großer Wirtschafts- und politischer Block, wir können Datenschutzstandards durchsetzen, die für uns gelten! Und wenn die für 500 Mio. Europäer gelten, haben wir auch einen Einfluss auf das Weltgeschehen, denn jede Firma, die in Europa verkaufen will, wird sich überlegen, ob sie sich dem widersetzt. Europa hat also einen Einfluss auf diese Frage. Meiner Meinung nach kann man das auch als Wettbewerbsvorteil nutzen und sagen: Unsere europäischen Datenschutzstandards sind die besten der Welt, Konsumenten und Bürger sind geschützt, wenn sie in Europa digitale Dienstleistungen in Anspruch nehmen. Gleichzeitig kann Europa nur ernsthaft mitreden, wenn es selbst in „digital“ investiert. Es kann nicht sein, dass die ganzen Firmen im Silicon Valley oder in China sitzen und wir nur regulieren. Wir müssen auch in eine eigene Industrie investieren, wir müssen eine Infrastruktur, ein Biotop schaffen, in dem solche Sachen entwickelt werden. Google-Bashing ist langweilig, wir können es besser machen.

Am Ende Ihres Buches gibt es ein „Manifest“. Wie ist der aktuelle Stand, haben Sie Mitsstreiter für die analoge Idee gefunden?

Ich werde sehr oft darauf angesprochen und auch häufiger von Parteien und parteinahen Stiftungen zu diesem Thema eingeladen. Die Industrialisierung hat die Sozialdemokratie und die Gewerkschaften hervorgebracht, die für die Arbeiterrechte eingetreten sind. Dann gab es die grüne Bewegung gegen die Atomkraft und für nachhaltige Entwicklung, einschließlich Bio. Wo ist die politische Kraft und Bewegung für eine menschliche und nachhaltige digitale Welt? Die Piraten sind es bisher nicht – aber vielleicht werden sie es im zweiten Anlauf. Oder vielleicht Die Analogen. Also: Wer setzt sich dafür ein? Eine spannende Initiative mit dem Namen „Das gute digitale Leben“ hat mein Manifest weiterentwickelt. Die sind nicht anti-digital, sondern treten für ein Leben ein, das digital und analog ist und uns nicht zu willenlosen Sklaven von „digital“ macht. Da bin ich dabei.

Das Interview führte Barbara Weinert.