

Dossier – Mobilität

Bewegungsmangel im globalen Dorf

Zwischen chronischer Zeitknappheit und Statusdruck lässt sich Mobilität nur bedingt als Freiheit genießen.

Globalisierung begann mit Dschingis Khan. Mehrere Jahrzehnte lang sei die Welt damals im Mongolischen Reich vereint gewesen, schreiben Jürgen Osterhammel und Niels Petersson im Buch *Globalization*. Was damals begann, scheint heute wohl bekannt: „Die Welt wird merkbar kleiner, weil ferne Länder immer enger verbunden werden“, so die Autoren.

Carl Malamud musste für sein Buch *Exploring the Internet* sieben Jahrhunderte später dennoch dreimal um die Welt reisen. Das Internet, schreibt er rückblickend auf den Beginn der 1990er Jahre, „war kurz davor zu explodieren.“ Vor Fehleinschätzungen feite ihn seine ausgiebige Recherche nicht. Als er den Informatiker Tim Berners-Lee traf und dieser ihm seine noch unveröffentlichte Erfindung, das World Wide Web, zeigte, dachte sich Malamud: „Interessantes kleines Programm, aber nicht besonders relevant“, und er verzichtete auf eine Erwähnung in seinem Buch.

Knapp 20 Jahre später haben Internet und Web mehr zur Wahrnehmung der Welt als globales Dorf beigetragen, als dies davor Massenmedien und Verkehr gemeinsam vermochten. Chats, soziale Netzwerke und Videotelefonie sind Fenster in die Welt. Irakische Blogger berichten an den Medien vorbei, wie es in den Straßen von Bagdad zugeht. Doch ist uns die weite Welt damit näher? Der eigene Standort sei „im System fliegender Informationen irrelevant“, schreibt Soziologe Heinrich Popitz im Jahr 1989 und damit noch vor dem Durchbruch des Internets: „Der Raum als Distanz, als Weite (*verkommt, Anm. d. Red.*) zu einer altmodischen Kategorie.“

Unklar ist, wie sich die virtuellen Ausflüge auf unser tatsächliches Mobilitätsverhalten und Verständnis für die Vorgänge rund um den Globus auswirken. Es ließe sich beispielsweise argumentieren, dass sich durch die Möglichkeit von Telearbeit das Verkehrsaufkommen verringern könnte. Doch die soziale Vereinsamung durch Heimarbeit und ihr offenbar niedrigerer Status verhindern die Massentauglichkeit des Modells. Videokonferenzsysteme wiederum sorgen in der Geschäftswelt für verringertes Reiseaufkommen. Ein Ersatz fürs Händeschütteln sind diese dennoch nicht.

Virtuelle Mobilität

Während uns das Internet die eine oder andere Reise abnehmen kann, wird die sogenannte zirkuläre Mobilität größer: Pendler und Urlaubsreisende legen weitere Strecken zurück. „Mobilität ist Teil und damit Symbol eines Lebensstils“, stellen Peter Zoche und seine Mitautoren in *Virtuelle Mobilität* fest. Bestimmte Mobilitätsformen signalisieren die Zugehörigkeit zu einer Gruppe und sind ein Statussymbol. Die Grenze zwischen Freiheit und Getriebenheit ist dabei fließend. Die viel zitierte Mobilität der US-Amerikaner, die für einen Job kurzerhand mit Sack und Pack von

New York nach Houston ziehen, ist von knappen Urlaubstagen und kurzen Kündigungsfristen eingeschränkt.

Doch Mobilität ist auch Beweglichkeit im Kopf. Unklar ist, wie beim ausführlichen Studium von zwei Dutzend Nachrichten-Websites noch Zeit bleiben soll, das Gelesene in geistige Mobilität umzusetzen. Und Umsetzung muss sein. Immerhin wird Mobilität nicht nur als

Fähigkeit zur Bewegung definiert, sondern auch als deren Vollzug. Überhaupt scheint es in der Praxis von Mobilität nur beschränkt um Freiheit und Abenteuer zu gehen. Laut der Psychologin Britta Schmitz findet vor einer Mobilitätsentscheidung eine Abwägung zwischen Privatheit, Selbstbestimmung, neuer Erkenntnis und Kontrolle statt. Wer sich anders verhält, tut sich mit Systemenden

ken schwer oder bemerkt schlicht die Folgen seines eigenen Verhaltens nicht. Wie das Internet da hineinspielt, ist weitgehend offen. Auch Technologe Malamud beschränkt sich auf vorsichtige Deutungen: „Wir versuchen alle, die Auswirkungen des Internets zu verstehen, und jeder, der Antworten hat, stellt einfach die falschen Fragen.“

Alexandra Riegler

Ihr Unternehmergeist

„Smart Business“ von Cisco für smarte Unternehmer

„Smart Business“ bietet ein Gesamtpaket intelligenter, sicherer und maßgeschneiderter Netzwerklösungen, die KMUs wie dem Ihren einen klaren Wettbewerbsvorsprung geben. Sie greifen überall auf Informationen zu, treffen schneller Entscheidungen und bedienen individuell Ihre Kunden. Erfüllen Sie die hohen Ansprüche Ihrer Geschäftspartner mit personalisierten Service- und Supportleistungen.

Sind Sie ein „Smartes Business“?

Erfahren Sie mehr auf
www.cisco.at/meinefirma

MEINE
FIRMA
DURCHGEHEND GEÖFFNET

© 2007 Cisco Systems, Inc. Alle Rechte vorbehalten. Cisco, Cisco Systems und das Cisco Systems Logo sind eingetragene Marken oder Marken von Cisco Systems, Inc., und/oder ihrer Tochtergesellschaften in den Vereinigten Staaten und bestimmten anderen Ländern.

CISCO