

Soziokultureller Schlüsselrend: Die immer breiter werdende Phalanx der Anti-Digitalisten

Der digitale Überdruß



Zukunftsforscher Matthias Horx schreibt im *Trend-Report 2009*, dass immer mehr Menschen zumindest zeitweise auf E-Mails und soziale Netzwerke verzichten, um ihre Lebensqualität in der „realen“ Welt zu steigern.

Ralf Dzioblowski

Es war ein spannungreiches Praktikum im deutschen Bundesministerium für Post und Telekommunikation in Bad Godesberg gegen Ende des Jahres 1989. Hatte man ohnehin nicht schon genügend damit zu tun, sich sittsam selbst zu zerschlagen, musste unseligerweise auch noch die Mauer fallen. So waren die rheinischen Frohnaturen gefordert, der nicht müde werdenden, gierenden Journaille flugs den Unterschied zwischen west- und ostdeutschem Telekommunikationsnetz zu erklären.

Wozu mir, als Schildknappe Sancho Panza assistierend, auf meinem Esel am Ende eines langen, anstrengenden Beamten-tages in das gleißende Abendrot reitend, folgendes Bonmot einfiel: „Es ist so, wie wenn eine sechsspürige Autobahn in einen Feldweg mündet.“ Weiters geisterten vier ominöse Buchstaben durch die Flure: ISDN. „Ist-so-was-denn-nötig?“, kolportierte jeder, der ein Scherzbold sein wollte.

Solcher Humor blieb Tim Berners-Lee erspart. Seine Erfindung, das Internet, gilt laut Wikipedia – und ach, da nutzen wir es ja auch schon – „bei vielen Experten als eine der größten Veränderungen des Informationswesens seit der Erfindung des Buchdrucks mit großen Auswirkungen auf diverse Bereiche des alltäglichen Lebens.“ Eher lapidar wird formuliert: „Ein Zusammenbruch des Internets oder einzelner Teile hätte weitreichende Folgen.“ Wohl wahr: Das Medienverhalten auf diesem Planeten hat sich mit unglaublicher Geschwindigkeit geändert, es wurde technisch elaborierter, funktional komplexer und beschleunigt.

Teekochen mit Google

Ist es nicht erschreckend? Das Web produziere längst mehr CO₂ als die Luftfahrtindustrie, heißt es. Die angese-

hene britische *Times* rechnete die ökologischen Auswirkungen von Google-Suchen vor und behauptete, dass man mit zwei Google-Recherchen einen Teekessel Wasser heizen könnte.

Informations-Overload oder doch schon -Overkill? Die Revolution frisst ihre in Foren, Rooms und Communitys ach so schön selbst dargestellten Kinder, Entschuldigung, „User“. Schleusen wurden geöffnet, reizüberflutend dringen virtuelle Welten in Wolkenkratzer und machen auch vor der Almhütte nicht halt.

Auch wenn die Zahl der Nicht-Internet-Nutzer unvermindert abnimmt – keine Bewerbung, keine Steuererklärung ist fast schon ohne sie denkbar – hat sich parallel dazu eine Boheme formiert, die einen digitalen Backlash setzt. Frohlockte AOL-Testimonial Boris Becker noch, als er „drin“ war, (gemeint ist nicht die Besenkammer), gilt heute: In ist, wer „nicht drin“ ist oder permanent drin sein muss – und sich dabei, denkt man etwa an Charlie Chaplins *Modern Times*, nur wenig vom Hamster im Laufrad unterscheidet.

„Es ist sicher auch eine gewisse Form des Luxus, zu sagen, ich kann es mir leisten, meine E-Mails zwei Tage nicht zu checken.“

ANJA KIRIG,
ZUKUNFTSINSTITUT

Zwei Drittel der Deutschen sind Onliner, so die von ARD und ZDF durchgeführte Online-Studie und der (*N*)Onliner Atlas der Initiative D21 – in Österreich dürfte es nicht anders sein – und verbringen fast eine Stunde täglich im World Wide Web. Für die 14- bis 19-Jährigen in Deutschland ist das Web zum täglichen Begleiter geworden. Sie sind fast ge-



Unerreichbar nah: „Loslassen“, das viel gebrauchte Werkzeug aus jeder Seelenklemmerei, ist jetzt auch in puncto (Online-)Kommunikation en vogue. Foto: Photos.com

schlossen online vertreten (96,3 Prozent). Wer keinen Internet-Anschluss hat, ist im Nachteil.

Weniger Infos, weniger Sonderangebote und auch der Zugang zu Ebay, Wikipedia und Billigfliegern, zu Online-Banking und EM-Tickets bleibt verschlossen. Das ist schlimm, sagen deutsche Akademiker und legitimieren ihr berufliches Dasein mit fragwürdigen Studien über Info-Eliten und digital Unterprivilegierte.

Wer mit dem Medium arbeitet, öffnet gar 50-mal am Tag seinen E-Mail-Account, verschickt 77 Instant Messages und besucht 40 Webseiten (Rescue Time). Immer breiter wird, wie immer von Intellektuellen oder zumindest jenen Dandys, die sich dafür halten, die Phalanx der Anti-Digitalisten angeführt, jener wertorientierten Trendsetter, die sich nebst Downshifting und Slow-Mo-Mentalität hinsichtlich Living, Food und Tech genüsslich den Luxus oder besser die Dekadenz des Offline-Hideaways erlauben, in gleicher Manner, wie sie sich die Kugel von Rocher geben.

Die Nicht-User werden in fünf Typen eingeteilt: Desinteressierte, Ablehnende, Distanzierte, Nutzungsplaner sowie Erfahrene, die Ex-Onliner. „Offlinern“ ist en vogue. Briefeschreiben und die Rückkehr zur Vinyl-Platte übrigens auch. Das

Sich-Erholen in einer Kontrastwelt. Rund 2,6 Mio. Deutsche tun es bereits. Eskapismus oder Sturzflug ins Biedermeier?

economy sprach mit Anja Kirig, Mitarbeiterin des renommierten Zukunftsinstituts von Matthias Horx.

economy: Ist der konstatierte Offline-Trend von Dauer oder nur eine Modeerscheinung?

Anja Kirig: Es ist heute ein Bedürfnis, zu sagen: „Ich brauche eine Auszeit, um mit neuer Energie wieder an den Alltag ranzugehen.“ Es ist sicher auch eine gewisse Form des Luxus, zu sagen: „Ich kann es mir leisten, meine E-Mails zwei Tage nicht zu checken.“ Aber gleichzeitig ist es eine neue Form der Selbstfindung. Das Wichtige am Offline-Trend ist, dass er nicht eine generelle Anti-Haltung gegenüber den neuen Kommunikationsmedien, sondern einen neuen, bewussteren Umgang mit ihnen darstellt. Das Internet wird sinnvoll und in Maßen eingesetzt. Es gibt diese Bewegung, die vom Internet generell Abstand nimmt, aber was diesen Offline-Trend ausmacht, ist die „Sowohl-als-auch-Kultur“.

Wer kann sich denn in unserer Informationsgesellschaft „offlinern“ erlauben?

Jeder Mensch kann entscheiden, ob er im Urlaub das Mobil-

telefon ausschaltet und nicht erreichbar sein möchte. Auf der beruflichen Ebene stellen Unternehmen sogar fest, dass sich die Produktivität erhöht, wenn sie e-Mail-freie Tage einrichten.

Wie viel Kommunikation braucht der Mensch?

Für den Studenten, der die ganze Zeit Informationen schluckt, ist es wichtig, diese zu verarbeiten. Die kreative Klasse, die ja davon lebt, dass sie sich immer wieder neu erfindet und neue Projekte generieren muss, braucht Momente, in denen sie zur Ruhe kommen kann. Gerade die gleichzeitig konstatierte Rückkehr zu Büchern oder Vinyl-Schallplatten dokumentiert die Sehnsucht der Menschen nach Haptik, nach Begreifbarem. Sie wollen ganz bewusst diese „alten“ Medien wieder in ihren Alltag integrieren.

Echt ansteckend

Es wäre wohl besser gewesen, ich hätte diesen Artikel auf meiner guten, alten DDR-Reiseschreibmaschine „Erika“ getippt. Ein echtes Schätzchen, ohne Zicken. Denn ich hab's mir überlegt. Ich bin gerade dabei, den Stecker herauszuziehen. Nur noch diesen einen Satz. Ich glaube, ich bin infiz...
www.zukunftsinstitut.de