

KLEINUNDPLÄCKING

LÄSST DIE DIGITALISIERUNG UNS SO EFFIZIENT VERDUMMEN WIE NOCH NIE? PLÄDOYER FÜR EINEN HUMANEN FUNKTIONALISMUS.

Die Digitalisierung ebnet dem Effizienzdenken den Weg in Nischen und Winkel, die lange unerreichbar schienen. Leben heißt zunehmend funktionieren. Nur mit schlechtem Gewissen können wir noch abschalten. Arbeit, Freizeit, Beziehung, Erziehung und selbst der Schlaf, werden vermessen und bewertet. Immer mehr Paare haben nicht mal mehr Zeit, die sie gemeinsam verplempern können. Vielleicht wollen sie es auch gar nicht. Allein dieses Wort *verplempern*. Es verursacht dem durchorganisierten Menschen Unbehagen und passt nicht in die Ja-Nein-Welt des Digitalen, das paradoxerweise davon lebt, unsere Zeit aufzufressen. Das Menschliche und allzu Menschliche ist auf dem Rückzug, weil es weder effizient noch digitalisierbar ist. Abschweifung und Ausschweifung, Langeweile und Langmut sind nicht funktional, sondern bloß menschlich. *Bald haben wir auch dieses unwägbare Humane durchgerechnet*, hört man zukunftsstrunkene Stimmen rufen, denen wir mit abnehmender Begeisterung folgen. Denn ohne die Apparatur, ohne den Code und die digitale Verbindung, fühlen wir uns den Effizienzerwartungen gegenüber hilflos. Wie können wir da überhaupt noch eine humane Perspektive entwickeln?

Wenn wir weiter Diener der Effizienz und doch human sein wollen, müssen wir die Grenze zwischen Humanität und Technologie neu aushandeln. Wann aber wird aus dienender Technologie technologische Tyrannei? Dient uns die Technologie überhaupt noch, hebt sie uns sogar auf neue Höhen, oder haben wir uns ihr schon so angepasst, dass wir - im besten Falle glückliche - Sklaven sind? Was im wirtschaftlich erfolgreichsten kommunistischen Land aller Zeiten als staatstragende Notwendigkeit eingefordert wird, verkaufen nordamerikanische Digitalkonzerne als individuelle Konsumfreiheit. Menschliches Verhalten wird selbstverständlich vorausberechnet, und der Einzelne hält sich daran, ohne es zu wissen. Bürgerrechte werden nicht mal aufgegeben, sie werden einfach vergessen. Denn was nicht direkt verwertbar ist, hört für uns allzu leicht auch schon auf zu existieren.

Hier zeigt sich eine Herausforderung des humanen Funktionalismus. Wie schaffen wir es, für unseren wuchernden Datenleib ein Gespür zu entwickeln, das uns handeln lässt, wenn Verwerter ihn sich Stück für Stück einverleiben? Wir leiden ja nicht darunter wie unter der Julisonne, die uns die Haut verbrennt.

Es fühlt sich belanglos an, wenn wir für die nächste App wieder ein Datenopfer bringen müssen. Die Frage, ob wir die App brauchen, stellt sich zwar, aber dann kostet es scheinbar so wenig, das Leben mit einem Klick wieder etwas bequemer zu machen. Können wir darauf überhaupt noch verzichten? Und wem sollen wir vertrauen, wenn die Nutzungsbedingungen so viel Lesezeit verschlingen, dass es einfach nicht effizient erscheint, sie jedes Mal durchzulesen, bevor man sie akzeptiert? So geben wir häppchenweise aber fröhlich unsere Autonomie auf.

Kleinundpläcking GmbH

Potsdamer Straße 98A
10178 Berlin
T +49 30 269 34 570
F +49 30 269 34 569
info@kleinundplaecking.com

Geschäftsführer:
Arne Klein, Dr. Marc Herz
Philipp Lück
HRB 134612 B
Amtsgericht Charlottenburg
UID DE261770279

Berliner Sparkasse
IBAN DE52 1005 0000
0190 0237 67
BIC BELADEBEXX

KLEINUNDPLÄCKING

Es kostet vielleicht Chancen, nicht erreichbar zu sein. Es wirkt altbacken, auf Karriereplattformen nicht vorzukommen. Es lässt sich den Kindern gegenüber kaum vertreten, ihren Datenstrom zu stoppen. Ihr Leben wird doch in seinem Dauerrauschen stattfinden - denken wir schicksals ergeben.

Ein anderes Bild vom Menschen entsteht, eine neue Renaissance scheint stattzufinden. Auch damals wurden die Verhältnisse auf den Kopf gestellt. Mit einem kleinen Unterschied, allerdings. Es war der Mensch, der damals in den Mittelpunkt rückte. Heute ist es umgekehrt und wir finden es unwiderstehlich. Was sollen wir also tun? Lange haben wir zugesehen, wie menschliches Verhalten sich selbstverständlich der technologischen Entwicklung anpasst und immer funktionaler wird. Jetzt ist es Zeit, das Humane zu stärken. Der Humane Funktionalismus fordert das menschliche Maß als Leitlinie der technologischen Entwicklung. Das ist ganz konkret gemeint und verlangt von uns Entscheidungen: Brauche ich die neue Bildoptimierungs-Funktion jetzt wirklich oder raubt sie mir im Gewand der Perfektion wieder ein winziges Stück des Humanen? Soll ich sie als Verantwortlicher überhaupt erst entwickeln lassen? Vielleicht müssen wir einen neuen Instinkt ausbilden, um Fragen wie diese zu beantworten: Will ich noch akzeptieren, dass mein Smartphone mich fernsteuert? Kann ich überhaupt wagen, das nicht zu wollen? Kann ich noch auf Ideen kommen, ohne mir Vorgekauft aus dem Internet zu holen? Was bleibt von meinem Erinnerungsvermögen ohne Erinnerungsfunktionen in meinem Device, ohne Navi und digitale Fotoalben? Wie orientiere ich mich ohne all das? Warum nur brauchen wir rund um die Uhr mediale Reize, egal, ob wir uns damit stimulieren oder entspannen? Sind diese Reize, dieses konfektionierte Flimmern bloß Suchtstoffe für eine grenzenlose Reizempfänglichkeit? Werden wir erst darauf verzichten, wenn wir einfach nicht mehr können? Erst wenn das Unperfekte, die Nuancen und der Widerspruchsgeist sauber weg programmiert sind?

Der Humane Funktionalismus ist kein System von Glaubenssätzen. Glaubenssätze sind zu groß, um einer technischen Optimierung standzuhalten, die im Aller kleinsten gedeiht. Er ist auch kein Regelwerk, denn Regeln sind zu starr, um dem Turbo-Digitalismus zu begegnen. Und schon gar nicht ist er ein Verbot. Das Unwiderstehliche liess sich noch nie verbieten. Wie dieser Text stellt der Humane Funktionalismus lieber Fragen. Denn einem freundlichen Verhältnis zwischen dem Humanen und dem Funktionalen kommt man am besten fragend auf die Spur. Das Entscheidende daran ist, unerschrocken zu fragen. Und zwar nicht, indem man die Frage in eine Suchmaschine eingibt, sondern indem man sie dem menschlichen Gehirn stellt. Dem Denkorgan, das irgendwann verkümmert, wenn wir es mit immer mehr Deep Fakes, erwartbaren Treffern und gefälligen Scheinwelten füttern.

Lars Weber, Partner bei der Kleinundpläcking GmbH
19.03.2019

Kleinundpläcking GmbH

Potsdamer Straße 98A
10178 Berlin
T +49 30 269 34 570
F +49 30 269 34 569
info@kleinundplaecking.com

Geschäftsführer:
Arne Klein, Dr. Marc Herz
Philipp Lück
HRB 134612 B
Amtsgericht Charlottenburg
UID DE261770279

Berliner Sparkasse
IBAN DE52 1005 0000
0190 0237 67
BIC BELADEBEXX

KLEINUNDPLÄCKING

Zum Autor:

Lars Weber ist als international erfahrener Kreativer Partner bei Kleinundpläcking. Ein Schwerpunkt seiner Arbeit ist die Hinterfragung gängiger Denk- und Handlungsmuster von Unternehmen und Marken. Er lebt in Berlin und hat unter Pseudonym eine Reihe fiktionaler Texte zu gesellschaftlichen Themen verfasst.

Kleinundpläcking GmbH

Potsdamer Straße 98A
10178 Berlin
T +49 30 269 34 570
F +49 30 269 34 569
info@kleinundplaecking.com

Geschäftsführer:
Arne Klein, Dr. Marc Herz
Philipp Lück
HRB 134612 B
Amtsgericht Charlottenburg
UID DE261770279

Berliner Sparkasse
IBAN DE52 1005 0000
0190 0237 67
BIC BELADEBEXXX