

Klicklust und Verfügbarkeitszwang

Techno-affektive Gefüge einer neuen digitalen Hörigkeit

Jorinde Schulz

Nicht nicht antworten können. Die rastlose Unruhe, die dazu bewegt, doch noch mal den Laptop aufzuklappen oder aufs Smartphone zu drücken – ist was passiert, will jemand was? Warten mit gespitzten Ohren, bis das sanfte »Bing!« ein neues digitales Ereignis verheißt. Bing ..., Bing ..., Bing ..., Bing ..., Bing ...: Die Befriedigung hält nur wenige Sekunden, die ihr entsprechende nervöse Anspannung zu reagieren beruhigt sich nach erfolgter Tat nur mikromomentan – bis der Blick das nächste aufblinkende Ungelesene erfasst. »Ich will deine Aufmerksamkeit!«, bedeutet mir das Gerät selbst mit inaktivem Schirm oder geschlossenem Deckel; seine Präsenz allein hält mich in angespannter Habachtstellung.

*

Gehorsamkeit heißt, Befehle auszuführen – bedingungslos, ohne Zögern, ohne Zweifel. Ob jemand gehorsam ist, lässt sich leicht feststellen: Es gilt, die erfolgte Handlung am erteilten Befehl zu messen, das Verhalten an der Norm. Viel subtiler und ungewisser – aber mindestens so effizient als verhaltensregulierende Einstellung – ist die Hörigkeit. Sie setzt früher ein, bereitet bereits den Boden für eine Order, indem sie Kommunikationskanäle öffnet, Gehörgänge sensibilisiert und ausrichtet (... Bing!). Hörigkeit klingt nach 19. Jahrhundert, nach preußischen Untertanen, Beamten mit gewichsten Schnurrbärten an dunklen Holzschreibtischen. Aber vielleicht hat sich schon längst eine neue Hörigkeit in den Netzwerken unserer sozialen Beziehungen eingenistet, die sich in der ständigen Bereitschaft manifestiert, responsiv und verfügbar zu sein, und die intime Beziehungen wie auch Arbeitsverhältnisse durchdringt. Rastlos und erschöpft zugleich geben wir dem flächendeckenden Nudging nach, jederzeit unsere Tätigkeiten oder Kon-

zentration zu unterbrechen, um der kleinsten Ansprache Folge zu leisten, sei es auch nur, indem wir schuldbewusst eine Antwort tippen. Oder – andere Seite des Phänomens, für diejenigen, die es sich leisten können – wir verkriechen uns in einer burnouthaften Nullkommunikation, während sich Ungelesenes immer weiter in unseren Inboxen anhäuft.

Als affektive Disposition entsprechen diese neue Hörigkeit und ihre unterschwellige Angst, nicht zu genügen, perfekt den Anforderungen einer flexibilisierten tertiären Arbeitswelt in postindustriellen Gesellschaften. Denn auf Abruf zu sein und zur Verfügung zu stehen sind keine Sonderfälle mehr in einem Kapitalismus der On-Demand-Produktion, der flexiblen Beschäftigungsverhältnisse und nie endenden Nicht-Karrieren. Waren es einst abgegrenzte Bereiche wie Bereitschaftsdienst, Hotelrezeption und Taxi, in der Beschäftigte zur Disposition zu stehen hatten, scheint es nun manchmal, als stünden wir alle und ständig obsessiv zur Verfügung. Auf sozialen Plattformen, an Arbeitsplätzen und innerhalb (eventuell teilprivatisierter) staatlicher Institutionen haben sich verschiedene Regime der Verfügbarkeit herauskristallisiert, die mit je eigenen Überredungstaktiken und Sanktionsmechanismen arbeiten. Ihre Verfügbarkeitszwänge manifestieren sich als persönliche Obsessionen oder schlechte Angewohnheiten, als knallharte Auflagen oder Überlebensnotwendigkeiten. Einige möchte ich mir in diesem Text exemplarisch vornehmen – in ihrer paranoid ausbuchstabierten Extremform.

*

Ökonomie des E-Mail-Verkehrs I: Ich schicke eine Mail, du schuldest mir eine Antwort. Du antwortest, ich freue mich, und schreibe zurück. Du reagierst nicht oder zu spät – du entschuldigst dich. Ich grolle dir und sage nichts (Ressentiment); ich grolle dir und strafe dich mit einem Vorwurf (Kompensation) oder damit, auch nicht zu antworten (wie du mir, so ich dir); ich grolle und verzeihe dir (Entschuldigung).

Ökonomie des E-Mail-Verkehrs II: »I feel that if I don't answer an email someone thinks I'm purposely ignoring them instead of I haven't read it yet ... It's a concern and it's also just how I see myself as a professional. I want people to know I am looking after things, and I think sometimes when you send an email out, if you don't get anything back, you don't know whether they're ignoring it, dealing with it, thinking about it, pending a response – and I want people to know that if they send an email to me, I'm actioning it.« (Gregg 2014)

Ökonomie des E-Mail-Verkehrs III: Potenzielle Auftraggeberin schickt E-Mail mit Jobanfrage, Freelancer freut sich – und ist zugleich unruhig, bis die Antwortmail mit der Zusage formuliert und abgeschickt ist. Auftraggeberin antwortet nicht. Angst des Arbeitnehmers ist daraufhin gesteigert – ist eine weitere E-Mail notwendig? Eine weitere wird geschrieben. Sie signalisiert besondere und freudige Bereitschaft, und übermittelt im Übrigen sehr viele liebe Grüße. Die andere Seite

bleibt stumm: Entzug ist Macht. Einige Zeit vergeht. »Ist alles in Ordnung?«, fragt ängstlich der startbereite Freelancer. Auftraggeberin reagiert, wohlwollend, in einem gut gelaunten Moment: Der Auftrag habe sich schon erledigt, vielen Dank für die Bereitschaft, herzliche Grüße und bis zum nächsten Mal.

*

Wie jede Form der Fernkommunikation ist auch die E-Mail ein Medium der Verfügbarmachung, denn sie erlaubt es, jemanden trotz körperlicher Abwesenheit zu erreichen und anzusprechen. Das Praktische an der E-Mail ist potenziell auch ihr Fluch. Denn im Gegensatz zum – längst veralteten – Postwesen hindert keine Entfernung, keine verzögernde Infrastruktur ihre sofortige Übermittlung, so lange die Rezipientin bloß Internetzugang hat. Die unverzügliche Antwort ist also *möglich*. Ein unsichtbarer Zwang der Reziprozität lässt ihren Subjekten das schnelle Antworten außerdem häufig *als geboten* erscheinen – oder zumindest zu gebieten, nachzugucken, ob eine unverzügliche Antwort notwendig ist. *Was, wenn ich etwas Wichtiges verpasst habe?*

In ihrem Text *The Presence Bleed* untersucht die Anthropologin und Affekttheoretikerin Melissa Gregg (2014) anhand einer Reihe von Interviews in der Informationsbranche, wie sich die Allgegenwart mobiler Endgeräte auf die Arbeitsrhythmen, Selbstverständnisse und Stresslevel von Büroarbeiter_innen auswirkt. 2013 waren Smart- und iPhones noch relativ neu, die inzwischen zum (wenn auch wahren) zeitdiagnostischen Klischee verkommene Verwischung der Grenzen zwischen Arbeitsplatz und zu Hause noch in ihren Anfängen. Insbesondere, so stellt Gregg fest, hat diese Tendenz mit demjenigen Kommunikationsmittel zu tun, das eine ständige Erreichbarkeit von Angestellten ermöglicht, selbst wenn diese körperlich abwesend sind: der E-Mail. Die hieraus resultierende Flexibilität der Arbeit kommt ihnen allerdings nicht zu Gute. Im Gegenteil beobachtet Melissa Gregg eine Ausdehnung der Arbeitszeiten, da die Büroarbeiter_innen einen wachsenden Teil ihrer Arbeitslast von zu Hause bewältigen, ohne dafür bezahlt zu werden. Sie beschreibt, wie die E-Mail-Kommunikation dazu beiträgt, dass Angestellte regelmäßig außerhalb der eigentlichen Arbeitszeiten arbeiten. Denn die exzessive E-Mail-Kommunikation verursacht Gregg zufolge hauptsächlich Ineffizienz innerhalb der offiziellen Arbeitszeit sowie eine ständige Überforderung. Die *professionals* sind systematisch überlastet, und E-Mails von zu Hause zu erledigen stellt auch eine Art Überlebensstrategie im Arbeitsalltag dar.

Interessant an Greggs Untersuchung ist in diesem Zusammenhang, wie sich die Möglichkeiten und Anforderungen einer spezifischen Kommunikationsform mit bestimmten Affektökonomien der Subjekte verschränkt und in ihnen eine Art zeittypischen Schuldkomplex triggert. Die Mehrarbeit wird von ihnen zwar als Stress und Zumutung, aber vor allen Dingen auch als *Kompensation* begriffen – denn sie fühlen sich schuldig. Das schlechte Gewissen hat zwei widersprüchliche Komponenten:

Zum einen fühlen sich die Arbeiter_innen schuldig, da die ständige E-Mail-Kommunikation sie daran hindert, ›richtig zu arbeiten‹. Diese Arbeitsunfähigkeit – deren Ineffizienz sie letztendlich mit Privatzeit kompensieren – schreiben sie aber nicht einer strukturellen Überlastung, sondern einer individuellen Schwäche zu, der ›Versuchung E-Mail‹ nicht widerstehen zu können. Das Verhalten der E-Mail-Kommunikation gegenüber ist in den meisten Fällen in der Tat mehr oder weniger zwanghaft. Allein die Präsenz eines Laptops oder Smartphones macht es unmöglich, nicht noch schnell nachzugucken, ob etwas anliegt oder jemand sich gemeldet hat. Zur potenziellen Mehrarbeit, die eine E-Mail bedeutet, gesellt sich also deren unwiderstehliche Verlockung: die *office workers* oszillieren so zwischen zwanghafter Lust und kompletter Überforderung. Daraus ergibt sich ein klassischer moralischer Schuldmechanismus: Da sie etwas tun, was sie nicht tun sollten – nämlich ihren eigenen Zwängen nachgehen, anstatt effizient zu arbeiten – erlegen sie sich selbst eine ausgleichende Strafe auf, die unbezahlte Mehrarbeit.

Zum anderen ist schon die E-Mail-Kommunikation selbst, so scheint es, intrinsisch mit Schuld aufgeladen – daher rührt der Zwang zum Antworten. Auch hier geht es um Verfehlungen, die gefühlt eine Strafe berechtigen. Dieser Schuld-komplex fußt allerdings auf einer Regel der sozialen Reziprozität: Eine Ansprache gebietet eine Antwort. Wer also angesprochen wurde, steht im Zugzwang, zu reagieren, ist gewissermaßen im Minus, das ausgeglichen werden muss. Nicht zu antworten könnte als persönliche Beleidigung, Unprofessionalität oder Vernachlässigung der Arbeit aufgefasst werden. »I feel that if I don't answer an email someone thinks I'm purposely ignoring them instead of I haven't read it yet« – dieser Satz verdeutlicht die Logik des hier wirkenden sozialen Zwangs. Erst mit einer erfolgten Antwort ist die eigene Unschuld beziehungsweise das regelkonforme Verhalten bewiesen. Denn das Nicht-Antworten lässt alle möglichen Spekulationen darüber zu, was man gerade tut, oder ob gerade die fehlende Antwort eine Bedeutung transportiert. Wer sich nicht meldet, macht wohl gerade etwas anderes, ist nicht bei der Sache, verweigert sich. Da man die Nachricht ja hätte lesen *können*, kann man auch für das Versäumnis zur Verantwortung gezogen und potenziell bestraft werden. Es gibt hier keine Unschuldsvermutung. Schuldig ist man, bis man die E-Mail gelesen hat. Bewiesen hat man die Unschuld erst, wenn man die Antwort abgeschickt hat. Die E-Mail funktioniert so als eine Art *Überwachungsmechanismus*, der die Verfügbarkeit der arbeitenden Subjekte sichert und sie quasi in vorauseilendem Gehorsam (›Unschuldsbeweis‹) eine Antwort tippen lässt. Um zu sichern, dass man auch keine Anrufung verpasst, muss man ständig E-Mails checken, was den Verfügbarkeitszwang noch intensiviert.

Die obsessive Responsivität ist also Teil eines Spiels der Gegenseitigkeit und der Überwachung, das sich je nach Kontext verschieden entfalten kann. Wer dabei zwanghaft verfügbar sein muss und wer sich der Verfügbarkeit entziehen kann, ist von Positionen in einem Machtgefüge abhängig.

Mit meiner Chefin kommuniziere ich über WhatsApp. Da wir häufig nicht am selben Ort arbeiten – ein festes Büro gibt es nicht –, ist dieser Instant-Messaging-Dienst unentbehrlich. An einigen Tagen habe ich keine festen Arbeitsstunden, sondern stehe auf Abruf bereit, falls etwas anfallen sollte. Die farbigen Lichtsignale kenne ich bereits »by heart«. Regelmäßiges blaues Blinken: kein Problem, Smartphone lädt auf. Rotes Blinken: Anruf. Jetzt grünes Blinken: Jemand hat mir geschrieben. Ich weiß nicht wer, und ich weiß nicht über welche App die Nachricht mich erreicht. Vielleicht hat die Nachricht gar nichts mit der Arbeit zu tun. Vielleicht ist es eine Freundin, die fragen möchte, wie es mir geht, vielleicht die Affäre von letzter Woche. Die Fragen gesellen sich als penetrantes inneres Summen zu der Tätigkeit, mit der ich gerade beschäftigt bin, und lassen mich diese schließlich unterbrechen. Denn wenn die Nachricht für die Arbeit ist, muss ich nachgucken, vielleicht ist es ja dringend. Mit dem Mittelfinger entsperre ich den Schirm, tatsächlich, eine WhatsApp-Nachricht, sie ist von meiner Chefin (Ist sie bereits vor 5 Minuten angekommen? Lese ich sie schon zu spät?). Sie stellt mir eine Frage, nicht dringlich, ich könnte sie auch später beantworten. Aber ich weiß, dass sie bereits weiß, dass ich ihre Nachricht, nicht nur empfangen (Doppelhäkchen), sondern auch gelesen (blaues Doppelhäkchen) habe. Ich kämpfe gegen mich selbst: Bleib ruhig, antworte später. Konzentriert bin ich aber sowieso nicht mehr. Dann kann ich doch gleich antworten? Ich tippe eine Reaktion – ein Häkchen: gesendet, zwei Häkchen: empfangen ... und hier bleibt die App stehen. Hat sie die Nachricht nicht gelesen? Oder hat sie bloß gesehen, dass ich geantwortet habe, jedoch nicht draufgeklickt? Jetzt aber bin ich in einer Unterhaltung und fühle, dass mir die Reaktion fehlt. Ich versuche, mich wieder auf meine Sachen zu konzentrieren, schaue aber immer wieder auf's Handy: Denn wenn sie jetzt zurückschreibt, muss ich natürlich antworten, schließlich habe ich die Unterhaltung angeleiert. Schon wieder dieser typische Zustand der halben Abwesenheit.

*

Nachrichtendienste sammeln Informationen, unter anderem durch die Überwachung des Fernmeldeverkehrs, und werten sie aus. Ihr Zweck ist es, Erkenntnisse über die politische Lage und über wirtschaftsbezogene Vorgänge zu gewinnen. Ebenfalls zu ihrem Repertoire gehören verdeckte Operationen und Zwangsmaßnahmen. Selbstverständlich finanzieren alle digitalen *global player* ihren eigenen Nachrichtendienst. Wie es sich für Nachrichtendienste gehört, sammeln diese relevante Informationen, damit die Mutterorganisation Vorteile aus wirtschaftsbezogenen und privaten Daten ziehen kann. Paradigmatisch für dieses Modell ist Facebooks Messaging-Tochter WhatsApp, die die soziale Plattform 2014 aufkaufte, um ihre Werbung dank der so gewonnenen persönlichen Informationen

und Verhaltensdaten optimieren zu können.¹ Ähnlich funktioniert der Facebook-Messenger unter eigenem Namen. Googles Paket von Nachrichtendiensten – bestehend aus »Allo«, »Duo« und der inzwischen auf vielen Android-Telefonen vorinstallierte Android Messages App – ist etwas weniger beliebt, versucht aber Terrain zu gewinnen und die potenziellen Gewinne durch App-interne Kaufoptionen zu steigern. Beim chinesischen WeChat ist das schon lange Realität (Lee 2017). Apple bleibt mit seinen »iMessages« appletypisch plattformexklusiv und verbindet nur Menschen, welche die firmeneigenen Geräte nutzen. »Telegram« ist der russische Nachrichtendienst der Brüder Nikolai und Pavel Durov, ein Non-Profit-Unternehmen. Die russischen *good guys*? Knapp 30 Jahre nach dem Kalten Krieg konkurrieren die verschiedenen Dienste um die flächendeckende Überwachung ihrer Nutzer_innen. Längst werden Inhalte, die von ihnen als politisch oder moralisch gefährlich eingestuft werden, gelöscht.² Werden die Messenger bald ebenfalls über paramilitärische Abteilungen verfügen, mit denen sie Kommando-unternehmungen durchführen können, wie es sich für gute Nachrichtendienste gehört?

Während die umfassende Datenerhebung der Nachrichtendienste meist im Dunkeln bleibt, drängen sich andere Momente der Überwachung den Nutzer_innen – den Subjekten der Dienste – umso mehr auf. Zum Beispiel, dass ihrem Gegenüber angezeigt wird, ob sie gerade im Messenger aktiv oder online sind, ob ihr Gerät die Nachricht empfangen hat, ob sie die Nachricht bereits angeschaut haben. Für diese Messenger-internen Kontrollen arbeiten die Dienste mit verschiedenen Icons, welche die Sinne und Sinnlichkeit ihrer User ansprechen. Im Facebook-Messenger beispielsweise zeigen grüne Punkte anderen an, dass jemand online ist. Ein pulsierendes Kamera-Piktogramm lässt das Gegenüber wissen, dass es die Gesprächspartnerin auch über Video erreicht. Wenn die zwei Häkchen von grau zu einem leuchtenden Blau wechseln, erfasst man bei WhatsApp sofort, dass eine Nachricht die andere Person nicht nur erreicht hat, sondern auch gelesen wurde. Tippt die Gesprächspartnerin, wird das ebenfalls graphisch übermittelt, dazu noch die Information, wann sie zuletzt online oder aktiv war. Anschluss, Zugänglichkeit, Responsivität werden also ständig erfasst und übermittelt – Kontrolle.

1 | Siehe hierzu zum Beispiel Page 2018 oder King 2014. Die europäische Kommission verlangte im Mai 2017 von Facebook 110 Mio. Euro Strafe, da der Konzern beim Kauf behauptete, es wäre technisch unmöglich, automatisch Nutzerinfos von Facebook und WhatsApp abzugleichen. Diese Behauptung erwies sich als falsch, als WhatsApp 2016 begann, Informationen an die »Mutterfirma« weiterzuleiten, unter anderem Telefonnummern, die für gezielte Werbung verwendet werden konnten. Siehe <http://www.taz.de/!5410598/> (besucht am 21.09.2018).

2 | WeChat filtert Chats nach politisch heiklen Schlüsselwörtern und zensiert diese heimlich, das heißt löscht sie ohne Wissen der Nutzer_innen. Auch der Facebook-Messenger führt ein maschinelles Screening privater Chats durch, um »schädliche« oder »bedrohliche« Nachrichten oder Fotos zu stoppen, vgl. Leetaru 2018.

»Was ich nicht weiß, macht mich nicht heiß.« Die interpersonale Überwachung der Nachrichtendienste nutzt die Umkehrung dieses Prinzips. Sie geben so viele Informationen wie möglich über das Verhalten des kommunikativen Gegenübers preis und halten ihre Nutzer_innen ständig heiß. Online oder offline, erreichbar oder nicht erreichbar, ansprechbar, angesprochen und in der Pflicht zu antworten. Anwesend oder abwesend. Mit ihrem rhythmischen Blinken, ihrem Pulsieren, ihrer Dynamizität simulieren die Informationen eine Live-Interaktion mit körperlicher Präsenz der Gesprächspartner_innen. Indem das Chatten sinnliche Qualität annimmt, nähert es sich der mündlichen Kommunikation an – oder produziert vielmehr die Verwechslung, man befinde sich in einer Situation der Unmittelbarkeit, einem »echten Gespräch«. Ein solches aber operiert mit strengen Regeln der Reziprozität. Man stelle sich die folgende Situation vor: Zwei Freund_innen sitzen sich gegenüber, der eine stellt eine Frage, die andere nimmt zwar allem Anschein nach den Wortlaut auf, reagiert aber erst eine halbe Stunde später, um anschließend erst am nächsten Tag wieder auf die Ansprache zu antworten. Ein solches Verhalten wäre – nach gängigen sozialen Konventionen – inakzeptabel. Genau damit arbeiten die Vergegenwärtigungsmechanismen der Messenger, um Antwortbereitschaft herzustellen. Die affektive Nähe und die Anforderungen einer Live-Unterhaltung werden dabei auf das Verhalten im Messenger übertragen. Die Permanenz des so kreierten Schuldgefühls, responsiv sein zu müssen, bringt ein tendenzielles Entgleiten der persönlichen Kontrolle darüber, ob man antworten möchte oder nicht, mit sich. In der E-Mail, die aus dieser Perspektive eine Vorform ist, ist dies noch nicht »technologisiert«. Wir wissen zwar, dass eine E-Mail in der Regel sofort übermittelt wird, können aber im Normalfall nicht verifizieren, ob sie bereits geöffnet geschweige denn gelesen wurde.

Im Messenger-Chat agiert man – befeuert durch die diversen sinnlichen Trigger, Icons und Leuchtsignale – als handle es sich um Unterhaltungen in körperlicher Ko-Präsenz. Ein Blick unter die Interface-Oberfläche zeigt aber, dass sich selbst jeder noch so belanglose Chat aus der Perspektive des Nachrichtendienstes als *locus* der Datenextraktion im großen Stil darstellt. Jeder User ist beim Nutzen dieser Dienste an eine Art Datensammelmaschine angeschlossen, die den persönlichen Austausch als Motor braucht, um verwertbares Rohmaterial zu gewinnen, während sie mit technologischen Mitteln Unmittelbarkeit herstellt.

Zwei Ebenen der Überwachung spielen hier also zusammen: einerseits eine infrastrukturelle, die vom jeweiligen Dienst ausgeht, dessen wirtschaftliche Berechtigung ausmacht und unbemerkt im Hintergrund verläuft – dass die Chatdaten gespeichert, weitergegeben und ausgewertet werden, findet man, wenn überhaupt, dann meist kryptisch formuliert in den Nutzungsbedingungen. Andererseits eine bilaterale, zwischen den Teilnehmer_innen der Kommunikation, die mindestens genauso wichtig für den Nachrichtendienst ist, da sie den Reiz – die Lust und den Zwang – der Unterhaltung verstärkt. Auf den messengervermittelten Austausch pflöpft sich eine Registrierungsebene, welche Informationen über Lese- und Reaktionsverhalten mit transportiert und dadurch die

Form einer Live-Gesprächssituation zwischen physisch Anwesenden imitiert. Diese zweite Ebene der Überwachung macht den emotionalen Hack aus, der die Datenextraktion beschleunigt, da die Etikette von sozialer Gegenseitigkeit die Kommunikationsfreudigkeit/-ängstlichkeit triggert. Unter der Bedingung einer ständigen Flut an Nachrichten mit persönlicher Ansprache, gekoppelt mit Reaktionsfeedbacks und den entsprechenden ›Intimitätseffekten‹, ist es allerdings der sichere Weg in den Burnout, auf diese zu reagieren, als handele es sich um Unterhaltungen mit körperlicher Ko-Präsenz.

*

»Der Klang der Stille ...

... den man im Lesachtal schon beim Hineinfahren ins Tal spürt, wird Sie faszinieren und Ihnen wunderschöne, ruhige Urlaubstage bereiten. Schalten Sie den Alltag einfach offline, gehen Sie online mit einer einzigartigen Naturlandschaft und genießen Sie erholsame Ferien bei uns.

Im Lesachtal gehen die Uhren anders – Gemütlichkeit, ›Sich Zeit nehmen‹, Abschalten und die wunderschöne Winternatur genießen stehen am Tagesprogramm ...

Sind Sie bereit für diesen einzigartigen Urlaub?«³

*

Unplugging – The New Freedom /// How to Keep your Screen Addiction From Harming Your Happiness /// A Realistic Guide To Taking A Digital Detox /// How To Take Control of Your Digital Life /// Nothing. A digital detox experiment built to give you back something that's already yours – your free time /// Wurzelwerkstatt – Weniger online. Mehr Sein /// Unplug & Recharge /// Zeit für eine digitale Entgiftung⁴

Disconnect /// kalter Entzug /// endlich den Stecker ziehen /// Verbindung trennen /// abschalten /// National Day of Unplugging /// ... etc.

*

»3-Tages-Seminar: Digital Balance

Wege aus der ständigen Erreichbarkeit [...]

· Beim Digital Detox Seminar konzentrieren wir uns ganz aufs Abschalten. Drei Tage lang können Sie in sich gehen, Kraft tanken und den eigenen Fokus schärfen.

3 | Der inzwischen aktualisierten Website des Alpenhotels Wanderniki entnommen, <https://www.wanderniki.at/> (besucht am 15.03.2018).

4 | Eine Sammlung verschiedener Überschriften zum Thema »Digital Detox«.

- Durch Austausch mit anderen Teilnehmern Ihre Smartphonennutzung und Digitalkonsum reflektieren. Dabei entwickeln Sie Strategien und neue Gewohnheiten im nachhaltigen Umgang mit digitalen Geräten.
- Einzigartige Sessions leiten uns durch unsere Auszeit. Von Reflexionsrunden über Experten-inputs bis hin zu angeleiteter Meditation und Naturerlebnissen.
- Das Seminar lädt dazu ein, sich selbst, die psychologischen Hintergründe für das eigene Handeln und neue Chancen zu entdecken. Dazwischen bleibt Raum und Zeit für eigene Gedanken und Experimente.
- Gemeinsame Unternehmungen, gesundes Essen und Achtsamkeitsübungen sind das Rahmenprogramm. Diese sorgen für eine Atmosphäre der Entspannung und Selbstreflexion, um so den Fokus auf sich und das Wesentliche zu lenken.«⁵

*

Täglich sendet LinkedIn ein bis zwei E-Mails an meine private Adresse. Mit ihrer persönlichen Ansprache fordern sie penetrant meine Aufmerksamkeit. »Jorinde, more than 44,000 new jobs in Berlin Area, Germany« – »Jorinde, people are looking at your LinkedIn profile« – »Jorinde, please add me to your LinkedIn network«. Die Plattform für berufliche Netzwerke und Arbeitsvermittlung beschränkt sich nicht darauf, Jobangebote und potenziell interessante Kontakte zu vermitteln. Ihre rot aufleuchtenden *notifications* fordern auch dazu auf, LinkedIn-Kontakten zum Geburtstag oder zu neuen Jobs zu gratulieren, und sagen Bescheid, wenn diese Postings und Artikel von anderen kommentieren. Nutzer_innen können sich gegenseitig für ihre »skills« »endorsen«, das heißt, bestimmte Fähigkeiten oder Kompetenzen von anderen bescheinigen. Im Newsfeed berichten User von Events, Neuigkeiten und Erfolgen, wie den Facebookfeed kann man ihn endlos runterscrollen. In der Tat ist das graphische Design von LinkedIn dem von Facebook auffallend ähnlich. Die berufliche Kontaktpflege wird hier ins freundschaftliche Register transponiert, was die Nutzer_innen auch jenseits der Zweckrationalität einer Jobsuche an das Netzwerk bindet. Solche affektiven Bindungen machen sie leichter ansprechbar für die Anforderungen und zahlreichen Kontaktaufnahmen der Plattform.

Beim Einrichten eines Profils bietet LinkedIn gleich an, das gesamte private E-Mail-Adressbuch zu importieren, um auch dieses Humankapital zu nutzen. »Quickly grow your professional network«, lockt es seine registrierten User. Zur Profiloptimierung gibt es außerdem Ratschläge: »The power of your profile. See how well your profile stands out from the crowd.« »A profile view from the right person«, verspricht es, »is a step closer to your next career move.« Bei längerer Inaktivität der Nutzer_in wird ein bisschen tiefer ins Register der Psychohacks

gegriffen: »Mathias B. added connections you may know«, verrät es, oder »4 profile views this week – See who looked at your profile«. »What are your connections up to?«, fragen die E-Mails weiter. Nach einigen Tagen des Nichtklickens wird der Tonfall schon ungeduldiger: »Don't miss a connection: You have invitations expiring soon.« Antworte ich nicht rechtzeitig, werde ich also bestraft. »Remember, each connection extends the reach of your network«, werde ich gemahnt. Push-Nachrichten, visuell auffällige Erinnerungen, auffordernde Ansprachen und Aufmerksamkeitsfänger kreieren einen Interaktionszwang, der die auf LinkedIns Website verbrachte Zeit maximieren soll und mit einem sanften Sanktionsregime verbunden ist. Die E-Mails, die auf die Aktivitäten und Anfragen anderer Mitglieder verweisen, setzen die Nutzer_innen unter einen Zugzwang, der scheinbar spontan von ihren Kontakten ausgeht, tatsächlich aber dem Nutzen der Plattform entspricht. Schließlich speisen sich die Einnahmen der penetrannten Arbeitsvermittlung aus drei Quellen: Erstens aus »Recruitment Services« für Arbeitgeber_innen, die qualitativ hochwertiger werden, wenn Profile viele Informationen preisgeben und aktuell sind. Zweitens aus personalisierter Werbung, die ebenfalls wertvoller wird, je mehr Zeit auf LinkedIn verbracht wird und je mehr über die Vorlieben des einzelnen Mitglieds bekannt ist. Drittens aus der Premiummitgliedschaft, die Zugang zu Mitgliedern außerhalb der eigenen Kontakte bietet, es erlaubt, den Voyeurismus zu befriedigen und herauszufinden, wer das eigene Profil angeschaut hat, und »kompetitive Einsichten« über die eigene Lage im Wettbewerb um dort ausgeschriebene Jobs verspricht.

Es ist klar, dass LinkedIn als profitinteressiertes Unternehmen vor allen Dingen erreichen möchte, dass man Zeit in seinem Netzwerk verbringt. Interessant sind aber auch die »ideologischen Effekte«: LinkedIn gestaltet das »Zwischen« der Jobs als nächsten Karrieresprung, als Wechsel zu neuen »Herausforderungen«. Hier manifestiert sich nicht, wie in den E-Mail-Beispielen aus Melissa Greggs Untersuchung, direkt der Druck vom Arbeitsplatz, sondern vielmehr die Auflagen eines Arbeitsmarkts, in dem man unter den Bedingungen von Flexibilisierung und Unstetigkeit sich besser ständig up to date hält, mit anderen vergleicht, sein Netzwerk vergrößert. Insofern handelt es sich um ein aufdringliches Verfügbarkeitsregime, das sogar mit einem Regime von Sanktionen verknüpft ist. Diese Sanktionen verbleiben, das sei hier nur kurz angemerkt, im sanften Register verglichen mit den Verfügbarkeitsregimes neoliberaler Arbeitslosenpolitiken, in denen sich deutlich und brutal der Zwangscharakter des Arbeitsmarkts zeigt. Im deutschen Sozialrecht ist die *Verfügbarkeit* ein Element der Definition von Arbeitslosigkeit und eine Voraussetzung für den Anspruch auf Arbeitslosengeld. Das Gesetz definiert sie – neben der Fähigkeit und dem Willen, eine sogenannte zumutbare und versicherungspflichtige Beschäftigung anzunehmen – über die Trias von *Erreichbarkeit*, *Arbeitsbereitschaft* und *Eingliederungsbereitschaft*. Diese drei Säulen der Verfügbarkeit sind ein eindrückliches Beispiel dafür, dass die staatlichen Maßnahmen, die Bürger_innen außerhalb der Lohnarbeit drohen, nicht etwa den Regelbruch, sondern die Nichtverfügbarkeit sanktionieren. Rechtsdokumente wie

die sogenannte Erreichbarkeitsanordnung (EAO), eine Art Manual der Techniken staatlich eingesetzter Verfügbarkeitsordnungen, illustrieren dies.

Auch auf LinkedIn wird Responsivität durch eine bewusst eingesetzte Verwechslung produziert: Es ›spricht‹ die Plattform, ein Geschäftsmodell, das mit automatisierten E-Mails ein bestimmtes profitables Verhalten erwirken möchte. Das ›Sprechen‹ geschieht jedoch zumeist im Namen anderer Nutzer_innen, als handle es sich um ein horizontales Kommunikationsgeschehen: »Jorinde, please add me to your professional network« ... »Robert endorsed a skill. Endorse Robert!« Die umfassende maschinelle Registrierungs- und Optimierungsmaschine bleibt dadurch im Verborgenen.

*

»One of our big focus areas for 2018 is making sure the time we all spend on Facebook is time well spent.

We built Facebook to help people stay connected and bring us closer together with the people that matter to us. That's why we've always put friends and family at the core of the experience. Research shows that strengthening our relationships improves our well-being and happiness.

But recently we've gotten feedback from our community that public content – posts from businesses, brands and media – is crowding out the personal moments that lead us to connect more with each other.

[...]

We feel a responsibility to make sure our services aren't just fun to use, but also good for people's well-being. So we've studied this trend carefully by looking at the academic research and doing our own research with leading experts at universities.

The research shows that when we use social media to connect with people we care about, it can be good for our well-being. We can feel more connected and less lonely, and that correlates with long term measures of happiness and health. On the other hand, passively reading articles or watching videos – even if they're entertaining or informative – may not be as good.

Based on this, we're making a major change to how we build Facebook. I'm changing the goal I give our product teams from focusing on helping you find relevant content to helping you have more meaningful social interactions.

[...]

At its best, Facebook has always been about personal connections. By focusing on bringing people closer together – whether it's with family and friends, or around important moments in the world – we can help make sure that Facebook is time well spent.«⁶

*

6 | Aus dem Facebook-Posting von Mark Zuckerberg, der die Unternehmensstrategie 2018 vorstellt: <https://www.facebook.com/zuck/posts/10104413015393571> (besucht am 21.09.2018).

»Time Well Spent« – ein beruhigender Slogan, der endlich Qualitätszeit verspricht. Keine verschwendete, verplemperte, sinnlos verronnene Zeit. So möchte man doch als selbstbestimmtes Individuum die verlebten Stunden labeln: *gut verbracht*. Kein Wunder, dass Facebook es sich zum Motto für 2018 gemacht hat. Die Wohlfühl-Losung hat aber einen anderen Ursprung: »Time Well Spent« ist eigentlich der Slogan einer 2016 von reuigen Techies gegründeten Non-Profit-Organisation, die sich gegen süchtigmachende und zeitschindende Technologien einsetzen möchte. Sogenanntes ethisches Technologiedesign zu fördern ist daher ihre Mission. Die Kampagnenwebsite nennt sich entsprechend »Center for Humane Technologies« und evoziert mit dezent modernen Graphiken und 50er-Jahre-Nostalgiebebilderung eine kommende, endlich sinnvolle Tech-Utopie.⁷ »Time Well Spent« betreibt eine Art aufgeklärten Paternalismus, finanziert und artikuliert von abtrünnigen Silicon-Valley-Entrepreneuren. Laut Gründer Tristan Harris üben nämlich große Internetfirmen wie Facebook, Google oder Apple mit Hilfe ihres Softwaredesigns »Hirnkontrolle«⁸ aus, um die Aufmerksamkeitsspannen ihrer Nutzer_innen ständig zu besetzen, ihre Gedanken und Handlungen zu führen und zu manipulieren. Als geläutertem Ex-Google-Mitarbeiter glaubt man Harris, wenn er behauptet, dass Softwaredesigner_innen aktiv daran arbeiten, Leute von ihren Smartphones abhängig zu machen, indem sie den verantwortlichen und willentlichen Umgang mit den Geräten auszuschalten versuchen: »You could say that it's my responsibility to exert self-control when it comes to digital usage, [...] but that's not acknowledging that there's a thousand people on the other side of the screen whose job is to break down whatever responsibility I can maintain.« (Bosker 01.11.2016) Er benutzt den Begriff »hijacking techniques« für die verschiedenen Methoden, die verwendet werden, um Menschen an eine bestimmte App oder Plattform zu binden, und das möglichst zeitintensiv. So nutzen soziale Plattformen beispielsweise Techniken wie die »variablen Belohnungen« (*»variable rewards«*). Das Prinzip dieser Belohnungsstruktur besteht in ihrer Unvorhersehbarkeit: Nach bestimmten Aktivitäten, wie zum Beispiel dem Liken eines Bildes, kommt manchmal eine sofortige »Belohnung« – ein Like zurück, ein Kommentar zu einem Bild, eine Nachricht –, manchmal aber auch nicht. Da es nicht vorhersehbar ist, werden die Nutzer_innen dazu angehalten, ständig nachzuschauen, ob etwas Neues passiert ist. Diese Dynamik, die im Übrigen erfordert, dass die jeweilige Plattform ständig Informationen in der Hinterhand behält, um *rewards* verteilen zu können, funktioniert Harris zufolge nach demselben Prinzip wie ein Spielautomat. Es gibt unzählige weitere Techniken, um

7 | <http://humanetech.com/>.

8 | »How a Handful of Companies Control Billions of Minds Every Day«, heißt zum Beispiel der obligatorische Tedtalk, welchen »Time Well Spent« gegeben hat: https://www.ted.com/talks/tristan_harris_the_manipulative_tricks_tech_companies_use_to_capture_your_attention. Die Metapher der *mind control*, hier behelfsweise als Hirnkontrolle übersetzt, findet sich in diversen Materialien der Organisation.

die Zeit von Usern zu vereinnahmen und zu besetzen: So werden Alarmfarben als Trigger verwendet, um Aufmerksamkeit zu erregen und Klicks zu generieren. Die »unmittelbare Unterbrechung«, das heißt die sofortige Übermittlung von beispielsweise Nachrichten oder *notifications*, die Dringlichkeit suggeriert und damit die Responsivität steigert, wird bewusst als Tool eingesetzt.⁹ Manipuliert wird auch anhand von Effekten wie der *bottomless bowl*, dem endlosen Feed zum Herunterscrollen, oder dem Einsatz der Autoplay-Funktion, die automatisch ein Video startet, um Auge und Ohr zu catchen.

Eine der Ideologieschmieden und Ausbildungsstätten vieler Techbrains, auch von Tristan Harris, ist das sogenannte Stanford Lab of Behavior Design. Bis vor kurzem hieß dieses noch Stanford Lab of Persuasive Technologies. Gegründet wurde es von der selbststilisierten Koryphäe der Verhaltenswissenschaften, B. J. Fogg, der als einer der ersten die Nützlichkeit von Computern und Maschinen für Marketingzwecke erkannte und zum Forschungsgegenstand machte, in einer Zeit, in der diese noch hauptsächlich als »Rechenmaschinen« verstanden wurden. Unter dem Begriff der »*persuasive technologies*« entwickelte er ein Verhaltensmodell, auf dem die Forschung des Stanford-Labs heute noch basiert. Dessen simple Gleichung gibt einen Hinweis auf die Art und Weise, wie die Tech-Industrie sich typischerweise ihre User vorstellt, nämlich als steuerbare Individuen, deren Verhalten sich durch Kenntnis ihrer Motivationen und Fähigkeiten triggern lässt: $B = MAT$, Behavior = Motivation $\times$ Ability $\times$ Trigger (auf Deutsch: Verhalten = Motivation $\times$ Fähigkeit $\times$ Trigger). »Captology« war zeitweise der Überbegriff für diesen Zweig der Verhaltensforschung, der sich primär mit dem Einfangen von Aufmerksamkeit und der Manipulation von Verhalten beschäftigt.

Auch B. J. Foggs wurde bekehrt und gibt sein Wissen mittlerweile nur noch an Projekte weiter, die er als ethisch hochwertig einstuft.¹⁰ Die Annahme: Die Wirksamkeit der entwickelten Verfahren der Verhaltensmanipulation kann auch zum Guten verwendet werden. Ähnlich stellt sich das »Time Well Spent« vor, Technologie-Design für die Interessen der Menschheit einzusetzen. »We should feel an enormous responsibility to get this right«, erklärt ihr geläuterter Gründer in einem seiner zahlreichen Interviews (Bosker 01.11.2016) – die meisten amerikanischen und internationalen Medien hat er schon durch –, und kann dabei doch nicht ganz den diskursiv-ideologischen *solutionism* seiner eigenen Klasse hinter sich lassen. Diesen atmet auch jeder Pixel seiner Humane-Technologies-Website, deren Struktur einen jargontypischen 5-Schritt performt: »Home – The Problem – The Way Forward – The Team – Take Control«. Der »Weg nach vorne« ist dabei der richtige Einsatz des neutralen Mittels Technologie, schließlich: »Humane Design is the solution«. Dieser Ansatz hält so niedliche Erfindungen bereit wie

9 | Alle Beispiele aus Harris 2016.

10 | »I teach good people how behavior works so they can create products & services that benefit everyday people around the world«, erklärt er auf seiner Website <https://www.bjfogg.com> (besucht am 21.09.2018).

»empower people to set predictable times during the day or week for when they want to check ›slot machine‹ apps, and correspondingly adjust when new messages are delivered to align with those times« (Harris 2016). Weitere Ideen von Harris und »The Team« sind zum Beispiel eine Inbox, die nachfragt, wie viel Zeit wir mit E-Mails verbringen wollen und uns dann freundlich erinnert, wenn wir die Quote überschritten haben, oder die Einführung eines sogenannten »Fokus-Modus« für Gmail, in dem man nicht gestört wird. Das Prinzip: Die Probleme grenzüberschreitender Technologien sollen dadurch überwunden werden, dass uns ebendiese Technologien ›helfen‹ können, Grenzen zu setzen. Von der initialen Problemanalyse des Mannes, der nach eigenen Angaben Google verlassen hat, um in Vollzeit an der »Reform der Aufmerksamkeitsökonomie« zu arbeiten, ist es also bloß ein innovativer Denkschritt zu Lösung – und selbstverständlich hat diese Menschheitsdimensionen: »Realigning Technology with Humanity's Best Interest«. ¹¹ Daran sollen auch die großen Internetkonzerne mitarbeiten:

»Apple, Samsung, and Microsoft can help solve the problem, because keeping people hooked to the screen isn't their business model. They can redesign their devices and core interfaces to protect our minds from constant distractions, minimize screen time, protect our time in relationships, and replace the App Store marketplace of apps competing for usage with a marketplace of tools competing to benefit our lives and society.« (Ebd.)

Dass diese Aufforderung angekommen ist, zeigt nicht nur Facebooks Marketingcoup von 2018, sich – treu nach dem bewährten Verfahren, sich jegliche Kritik einfach einzuverleiben – den Slogan »Time Well Spent« auf die Fahnen zu schreiben. Nach den Skandalen um unter anderem russische Wahlmanipulation durch Fake-News galt es, verlorenes Vertrauen wiederherzustellen. Auch Google kümmert sich jetzt elterlich um das sogenannte digitale Wohlbefinden seiner Nutzer_innen und führt für sein Android-Betriebssystem eine Reihe von Funktionen ein, die Nutzungszeiten durch freundliche Erinnerungen und Sperren verkürzen oder zumindest bewusst machen sollen.

Technologie, die nur das Beste will. Das ist das Programm der digitalen Aufklärung von oben, bei der das Bouquet an Nudging-Strategien einfach nur neu und anders eingesetzt werden soll. Die umfassende Verhaltensregistrierung, welche die Entwicklung der süchtigmachenden Technologien angetrieben hat, bleibt unangetastet. So wird die apokalyptische Diagnose – »[o]ur society's being hijacked by technology« – blitzschnell durch einen Paternalismus California-Style abgewendet: »How do you *ethically* steer the thoughts and actions of two billion people's minds every day?« ¹²

11 | <http://humanetech.com/problem/> (besucht am 25. Januar 2019).

12 | Von Tristan Harris' Website, <http://www.tristanharris.com/> (besucht am 21.09.2018). Meine Hervorhebung.

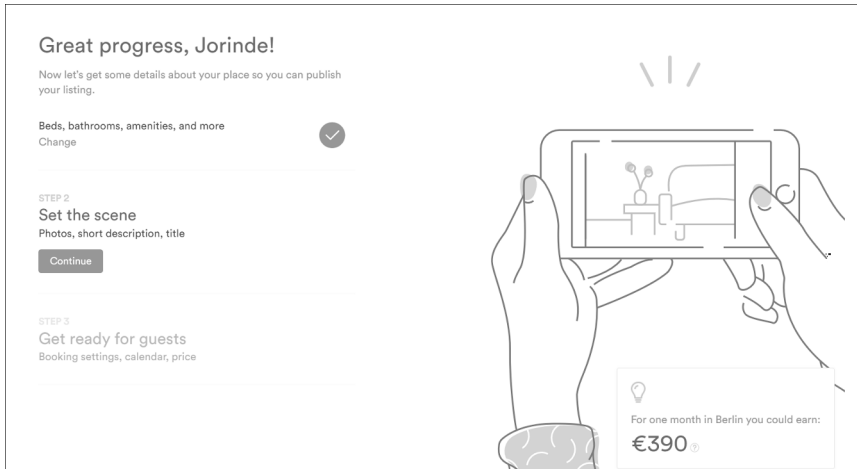


Abbildung 1: Nutzerdialog bei den Gastgebereinstellungen auf airbnb.com. Quelle: Screenshot der Verfasserin vom 08.03.2018.

*

Auch die Seite des Sharing-Economy-Unternehmens Airbnb möchte mir unablässig helfen, seit ich mir ein Profil eingerichtet habe, um mein Zimmer über die Plattform zu vermieten. Die Illustrationen, die das Set-up begleiten, sind simpel, niedlich, vermitteln eine heitere Effizienz. Airbnb führt mich in überschaubaren Schritten durch seine Einstellungen, ermuntert mich, wenn ich eine Etappe geschafft habe (Abbildung 1), überfordert mich niemals mit Informationen, sondern übermittelt mir nur die relevanten. Wie viel ich in nur einem Monat verdienen könnte, wenn ich mein Zimmer vermieten würde, erzählt mir zum Beispiel ein Glühbirnen-Icon in türkis, das immer wieder wohlgemeinte Ratschläge erteilt.

Das Geschäftsmodell von Airbnb basiert auf Vermietung und Vermarktung des Privatraums und des Lifestyles seiner sogenannten Gastgeber. Damit ist das Unternehmen mit seinem Umsatz von 2,6 Milliarden US-Dollar im Jahr 2017¹³ die kommerzielle Version selbstorganisierter Netzwerke wie Couchsurfing oder dem noch älteren Servas International. Wie LinkedIn ist es eigentlich nur Bindeglied zwischen Anbieter_innen und potenziellen Kund_innen, oder vielmehr ein ›Marktplatz‹. Airbnb aber hat sich von einer neutralen Vermittlungsinstanz, die den Austausch ermöglicht, zu einer monopolistischen Plattform für Unterkünfte aller Art mit ausgereiftem Regelwerk entwickelt. Seine Hosts bewegen sich auf der gesamten sozioökonomischen Skala von Prekarität bis Luxus: Einige von ihnen professionalisieren sich zu Quasi-Hotelmanager_innen von schick ausgestatteten

13 | <https://en.wikipedia.org/wiki/Airbnb> (besucht am 21.09.2018).

Ferienwohnungen, andere sichern ihren Verbleib in urbanen Zentren oder touristischen Prime-Locations, indem sie zu Mikrospekulant_innen des eigenen Wohnraums werden, unentgeltlich Stadtführungen machen, ihren Gästen mit Tee und Frühstück aufwarten und ihr Insider-Wissen als Bonus vermarkten.¹⁴

Stellt man ein Angebot auf Airbnb ein, spürt man schnell einen sanften, aber unmissverständlichen Verfügbarkeitsdruck, eine permanente, Grenzen verschiebende Aufdringlichkeit seitens der Plattform. Verfügbarkeit bildet schon die Grundlage des Geschäftsmodells, das in der Preisgabe des privaten Raums besteht, dessen Zuhause-Charakter zur authentischen Serviceleistung umfunktioniert wird. Zum Verfügbarkeitsregime von Airbnb gehört auch die verpflichtende ständige Aktualisierung eines Kalenders, in dem man eventuelle Sperrdaten der vermieteten Location angeben muss. So verweist die Plattform mit charakteristisch mahnendem Unterton auf die *Gäste*, die man damit sonst schädigt: »Canceling disrupts guests' plans. If you cancel because your calendar is inaccurate, you'll be charged a penalty fee and the dates won't be available for anyone else to book«. Auch in der zeitlichen Dimension wird die Bereitschaft zur zügigen Reaktion auf Anfragen mittels Sanktionen antrainiert: Für eine Antwort, die länger als 24 Stunden dauert, wird ein Bußgeld erhoben, die eigene Antwortrate ist allgemein einsehbar. Abgelehnte Buchungen zählen negativ im Gastgeber_innen-Rating.

Eine relativ neue Funktion von Airbnb ist »Instant Book« (Sofort Buchen), es ist mittlerweile sogar die automatische Voreinstellung. Das bedeutet, dass Interessierte den zur Vermietung stehenden Raum buchen können, ohne dass die Anbieter_in ihre explizite Zustimmung gibt. Zusammen mit der ebenfalls neueren Smart-Pricing-Option, die den Mietpreis automatisch dynamisch an das Verhältnis von Angebot und Nachfrage anpasst, gewährleistet es die Reibungslosigkeit von Airbnbs Vermittlungsgeschäft (und damit höchstmöglichen Profit, denn die Plattform verdient an jeder Vermittlung mit). Wie jeder Markt, der etwas auf sich hält, basiert auch Airbnb auf Freiwilligkeit, daher ist auch die Sofortbuchung optional. Und doch: Sie abzustellen erweist sich als ein merkwürdig mühsames Unterfangen.

»How guests can book. Guests who meet all your requirements can book instantly. Others will need to send a reservation request«, informiert mich Airbnb in seinen Buchungseinstellungen. Ich klicke auf »Edit« und lande auf einem neuen Interface: »Choose how guests will book your home« leuchtet mir eine Versicherung meiner Entscheidungsfreiheit entgegen. Die erste Option ist die, welche Airbnb bereits automatisch für mich eingestellt hatte:

»Guests who meet all your requirements can book instantly«, wiederholt die Plattform geduldig, »[o]thers will need to send a reservation request«.

14 | Wie dieses Modell von Airbnb gefördert wird, zeigt beispielsweise dieses Video aus einer Berlin-Kampagne des Konzerns: <https://www.facebook.com/AirbnbDeutschland/videos/michael-berlin-airbnb/273086566743237/> (besucht am 05.01.2018).

»RECOMMENDED« teilt mir das Interface außerdem in Großbuchstaben mit. Trotzdem – ich wähle die nicht-empfohlene Version: »All guests must send a reservation request«.

Sofort erscheint das nette Glühbirnchen am Rand und klärt mich über die Konsequenzen meiner Handlungen auf: »Requiring reservation requests may mean fewer bookings«, informiert mich die fette Schrift. In kleinerer Schrift darunter gibt es zusätzliche Hinweise: »In Berlin, hosts who allow guests to book instantly get up to 25% more views.« Danke für die Info, Glühbirnchen. Ich bleibe bei meiner Entscheidung und drücke »Save«.

Ein großer Einblender erscheint auf meinem Schirm. »Are you sure you don't want to try Instant Book?« Den beruhigenden Tonfall kenne ich bereits. »You set the rules«, versichert mir Airbnb im eingblendeten Kästchen. »Connect with guests«, heißt es weiter. Airbnb scheint zu vermuten, dass mein Wunsch, mir meine Gäste selbst auszusuchen, auf irrationalen Ängsten basiert, die es geflissentlich zu beschwichtigen versucht: »Guests will always tell you why they're coming, their check-in time, and how many people to expect.« Es holt zum weiteren Gegenargument aus, das allen Einwänden zuvorkommt: »We have your back. If you're ever uncomfortable with a reservation, before or during a trip, you can cancel penalty-free.« Wie freundlich – selbst wenn meine subjektiven Befindlichkeiten den reibungslosen Buchungsprozess stören, darf ich kostenfrei stornieren, solange ich an der allgemeinen Verfügbarkeit meines Wohnraums nicht rüttle.

Trotzdem, ich beharre auf meiner Entscheidung.

»Turn Instant Book off«. Ja, genau! Klick.

Ein neuer Einblender erscheint, der meine Entscheidung nochmals in Frage stellt und verzögert. »Before you turn off Instant Book, tell us why you want to review every request«, verlangt das Interface mit dem Bezug auf ein anonymes »we«. Und schiebt nach: »We may have settings to help Instant Book work for you.«

»It's hard to keep my calendar up to date«, wird mir zum Ankreuzen vorgeschlagen. Natürlich, meine Entscheidung muss etwas mit meinen fehlenden Kapazitäten zu tun haben, einen Kalender zu führen. Oder »I don't want to miss out on better reservations«. Dass mich die weitere Option »I want more control over who can book« zu einer von mir in einem vorherigen Schritt erstellten Liste von Buchungsregeln führen wird und nicht zum Abstellen des Sofortbuchens, ist mir klar. Ich bleibt hart, klicke nicht das vertrauenserweckende, verheißungsvolle »Keep instant Book on«, das mir auch hier noch einmal zur Verfügung gestellt wird. Provokativ wähle ich außerdem die Option »My reason isn't listed«.

Der nächste Einblender überrascht mich schon nicht mehr.

»We'd love to know more«, bedeutet mir der Schirm, und das »we« verlangt mit schlecht versteckter passiver Aggression: »Tell us why you'd rather review every request.« Ich verneine die vernünftige Voreinstellung, die das optimale Funktionieren der Plattform gestattet. Selbstverständlich muss ich Rede und Antwort stehen. Ein wenig ermüdet lasse ich das Antworten und drücke stattdessen auf

»Continue«. Keine Chance. »30 characters required«, erscheint in Alarm-rot. »Because I want to decide who stays in my place«, tippe ich entnervt. »Continue« darf ich jetzt drücken.

Sicher ist sicher, denkt sich die strenge Kindergärtnerin auf der anderen Seite: »Are you sure you want to review every request?« Die Drohung ist unübersehbar, als die Seite auf ihr Strafregime verweist:

»Check the boxes to confirm you understand:

1) Your listing won't be highlighted in search, so you may get fewer reservations.« Aha, Sanktionen werden verhängt für die Non-Compliance. »2) You'll only have 24 hours to respond to requests without penalty«, ist eine weitere Sanktion. Komisch, als ich den »Terms and Conditions« zugestimmt habe, wurde mir das nicht gesagt. Und »3) You'll lose Instant Book controls like penalty-free cancellations or requiring positive reviews«.

»Keep Instant Book on« kann ich auch hier noch klicken. Entgegen aller Plattformvernunft drücke ich »Confirm«, und habe Gouvernante Airbnb nun endlich doch erschöpft. »Instant Book is now off«, schreibt sie resigniert. Nicht ohne am Rand einen kleinen Reminder stehenzulassen: »Increase your earnings with Instant Book. Instant Book can give your listing an edge. Not only do guests prefer to book instantly, we're promoting Instant Book listings in search results.« Sollte ich mich anders entscheiden, ist der »Turn on Instant Book«-Button nicht zu übersehen.

Datendienste mit Intimitätseffekten

Die Zwänge zur Verfügbarkeit, die ich im Vorherigen eingekreist und scharfgestellt habe, kommen nicht durch harte Repression zustande, auch wenn hin und wieder Sanktionsregime im Spiel sind. Viel eher geht es um innere Zwänge, um Zwänge im Sinne von Zwangshandlungen und Zwangsgedanken – Verhaltensmechanismen, die nicht freiwillig sind, die aber auch keinem äußeren Befehl folgen, sondern vielmehr subtilen Schubsern und Aufforderungen, die das Selbst auf ständige Bereitschaft und Ansprechbarkeit abrichten.

Ihren Ort und ihr intensives Zentrum finden sie in digital vermittelten kommunikativen Zusammenhängen. Durch die verschiedenen Beispiele zieht sich ein gemeinsamer Faden: Es sind Kommunikationsformen im Spiel, die Distanz eliminieren und Vertrautheit simulieren. Diese Eigenschaften werden in verschiedenen Graden der technologischen Verfeinerung eingesetzt, um Individuen zu binden, sie produktiv und profitabel zu machen – als allzeit bereite Mitarbeiter_innen, als Datenlieferant_innen, als bereitwillige Dienstleister_innen. Dies ist nicht ihre einzige mögliche und faktische Nutzung, aber eine im digitalen Kapitalismus virulente.

Die E-Mail ist gewissermaßen das einfachste Werkzeug aus diesem Spektrum. Geografischer Abstand wird mit ihrer Hilfe ausgeräumt, und mit dem räumlichen schwindet auch der zeitliche Abstand: Durch ihre Unmittelbarkeit verhindert sie

tendenziell die Möglichkeit der Abwesenheit oder Unerreichbarkeit und kann dadurch, wie Melissa Greggs Untersuchungen von Arbeitsplätzen der Informationsbranche zeigen, bei mangelnder Responsivität Schuldgefühle triggern. Die physische ›Annäherung‹ der E-Mail spiegelt sich in der Ansprache wieder: Die Briefform ist weitaus formeller, unnahbarer, während sich die E-Mail mit ihrer Geschwindigkeit dem Gesprochenen angleicht.

Die Nachrichtendienste intensivieren dieses Gefühl, antworten zu müssen, durch ein nuanciertes Repertoire an Stimuli, die körperliche Präsenz suggerieren beziehungsweise ersetzen. Häkchen, deren Erscheinen von Tönen begleitet wird, pulsierende Symbole und eine umfassende Auswahl an Emojis übermitteln nicht nur Informationen über Reaktion und Aufnahmeverhalten der Gesprächspartner_in, sondern reichern die Unterhaltung auf Abstand mit einer unmittelbar sinnlichen Dimension an, die *nahegeht*. Typischerweise sind im Messenger Tonfall und Schreibweise ebenfalls informell, quasi mündlich, und auf Anrede und Schlussformel, die Distanz markieren, wird üblicherweise verzichtet.

Hier findet eine zentrale Verwechslung statt, die der zwanghaften Verfügbarkeit von Arbeiter_innen zuträglich ist: Je informeller und distanzloser, desto mehr ähnelt die berufliche Kommunikation der vertrauten und vertraulichen. Im Bereich der intimen oder gefühlsmäßig tiefen Verhältnisse aber herrschen andere Regeln der Reziprozität: eine erhöhte (Opfer-)Bereitschaft, eine größere Geduld und emotionale Offenheit, tendenziell intensiver gefühlte Abhängigkeitsstrukturen. Dazu kommt eine Freigiebigkeit der Energie und des Commitments – die auch Facebook wohl erkannt hat, wenn es das Jahr 2018 zum Jahr der »meaningful interactions« ernannt und anonyme, unpersönliche Nachrichtenseiten aus dem Feed zu schmeißen droht, um stattdessen die persönlichen Interaktionen algorithmisch zu fördern. (Es scheint außerdem die Qualität der gewonnenen Daten zu verbessern.)

Die *Intimitätseffekte*, die mit der Unmittelbarkeit digitaler Kommunikation einhergehen, werden also verfeinert und gehackt: Kommunikationsweisen und die ›traditionell‹ mit ihnen verknüpften emotionalen Reaktionen, die ihren primären Ort in intimen, engen, gefühlsmäßig intensiven Relationen haben, werden in berufliche, unpersönliche oder menschmaschinellen Beziehungen überführt und durch Registrierungsmechanismen wie zum Beispiel bei Whatsapp gesteigert.

Die Wirksamkeit des (scheinbar) Vertrauten ist dabei bewusst ins Design diverser digitaler Plattformen und Apps, die im Arbeitsbereich eingesetzt werden (wie etwa Slack oder Trello), eingebaut. Das zeigt sich am Beispiel von LinkedIn, dessen Kommunikation mit seinen Nutzer_innen zwar automatisiert ist, aber doch ›persönlich‹ anspricht und vor allen Dingen suggeriert, man schulde nicht der Plattform, sondern anderen Mitgliedern des Netzwerks Antworten oder Gratulationen. Auf die voyeuristische Lust und den Vergleichswettbewerb des Sozialen baut LinkedIn wiederum seine Premiummitgliedschaft. Subjektiv verankerte Mechanismen der sozialen Reziprozität fördern sowohl die ständige Erweiterung des Netzwerks als auch die Ausweitung der auf LinkedIn verbrachten Zeit.

Auch Airbnb redet mit seinen sogenannten Gastgebern in einem informellen Ton, der außerdem pädagogisch aufgeladen ist. Was sich schon bei LinkedIn andeutungsweise zeigt, kommt hier noch klarer zum Vorschein: Ein über niedriglich designte Oberflächen transportierter Plattformpaternalismus, der eine Übereinstimmung der Handlungen der User mit den Konzerninteressen herbeinudgen möchte. Eigentlich geht es um die Herbeiführung von Gefügigkeit, dies wird allerdings in einem kumpelhaften Ton verschleiert, so lange man nicht durch autonome Entscheidungen zum Störfaktor wird. Blitzschnell wechselt dann auch der Tonfall von freundschaftlicher Ermutigung zur Drohung, wenn einer Rationalität der maximalen Reibungslosigkeit nicht Folge geleistet wird. Hier zeigt sich, wie Intimitätseffekte in einem weiten Spektrum der Ansprachen angezapft werden können – von der horizontalen, unhierarchischen Freundschaft bis zur asymmetrischen Eltern-Kind- oder Lehrer_in-Schüler_in-Beziehung ... »Great progress, Jorinde!«

Der Verfügbarkeitszwang basiert also auf einer Reihe von Technologien, die sich sozialen Mechanismen der Gegenseitigkeit parasitär aufpfropfen, sie hacken und intensivieren, um sie nutzbar zu machen. Insbesondere ins Smartphone integrierte Technologien spielen dabei eine zentrale Rolle als Infrastrukturen, die eine ständige Verfügbarkeit mit produzieren, um die durch sie erzeugte Aktivität – das kann Arbeit, aber auch einfach nur Onlinepräsenz sein – abzugreifen. Die Antworten, die wir anderen aufgrund sozialer Regeln ›schulden‹ – aus Höflichkeit, aus Liebe, oder weil es möglich ist, werden in Systeme eingespeist, die von den dadurch produzierten Daten oder Kompensationshandlungen profitieren möchten. Dadurch entsteht eine meist verborgene Vielschichtigkeit. Unter der Oberfläche oder eben parallel zur vertraut-freundschaftlichen Kommunikation befinden sich globale technologische Infrastrukturen, die das Rückgrat diverser Geschäftsmodelle bilden. Manchmal wird die Struktur – freundliche Oberfläche, algorithmischer Untergrund – brüchig und die Zwangsstruktur kommt zum Vorschein. Hier verrät sich der Paternalismus: Er ist wohlwollend, bis man nicht mehr gehorcht. Seine Subjektivierungstendenz: möglichst dozile, widerstandslose Subjekte, die mit Contenance den Rahmen des Kumpelhaften nicht sprengen und an der Fassade ein Bild der Zwanglosigkeit mimen.

Der Hack der Intimität verschränkt sich mit einem Element, dass ich die *digitale Vernichtung des Raums* nennen möchte – ein physischer wie psychischer Distanzabbau durch digitale Endgeräte und Oberflächen. Die Eliminierung der räumlichen, zeitlichen, persönlichen Abstände führt tendenziell auch die Vernichtung persönlicher Rückzugsorte mit sich, der Orte also, an denen man sich einem Zugriff entziehen und ihn reflektieren kann. Es ist wie in einer Zelle zu sitzen, die ständig von hundert unsichtbaren Lautsprechern beschallt wird, die man nicht abstellen kann. Die Geräte – und mit ihnen die Arbeitswelt, die durch sie mit uns spricht – rücken uns buchstäblich auf den Leib. Eine ständige und umfassende Nähe, die den Raum zwischen Individuen und damit die Abgrenzungsmöglichkeiten schwinden lässt. Merkwürdigerweise erinnern die

Machtkonflikte, die hier im Spiel sind, mehr an familiäre Kämpfe um Loslösung und Entzug aus der Omnipräsenz der elterlichen Fürsorge als an traditionelle Arbeitskämpfe. Genau in diesem Sinne wandelt sich Airbnb von freundlicher, ermunternder Oberfläche zum bedrohlichen Ist-dir-die-Konsequenz-deiner-Handlungen-bewusst?«-Drachen, der die Abweichung vom abgefederten und eingehegten Pfad der Plattform-Compliance zu verhindern sucht. Die Distanzlosigkeit, die auf den ersten Blick unhierarchisch oder antiautoritär wirkt, ist also vor allen Dingen eine Machttechnik, die davon profitiert, dass Nähe Widerspruch erschwert – die Nähe des Geräts, das ich ständig mit mir herumtrage, und die Nähe der sich potenzierenden vertraulichen Ansprachen. Genau deswegen trägt das Vorhaben einer ethischen Reform der Technologien eine noch intensivere Vereinnahmung in sich, da es an der Prämisse einer aufdringlich nahen, Selbstständigkeit unterminierenden ständigen Unterstützung nicht rüttelt. Das gilt vor allen Dingen, so lange die Gestaltung der Algorithmen und die Lagerung der Daten von wenigen Konzernen monopolisiert wird, die eine diesbezügliche Transparenz systematisch verhindern.

Zusammenfassend lassen sich vier zentrale Elemente digitaler Verfügbarkeitsregime definieren: *erstens* Schuldgefühle und kommunikative Überforderung durch emotionale Bindung, *zweitens* Gefügigkeit durch soziale Kontrolle und Überwachung, *drittens* Pseudofreiwilligkeit und Hilflosigkeit durch paternalistische Ansprache und allgegenwärtiges Nudging und *viertens* Compliance durch milde Sanktionen.

Zu Beginn habe ich die Hörigkeit als eine verhaltensregulierende Einstellung definiert, die den Boden für Befehle bereitet und sich in einer ständigen, hochsensiblen Bereitschaft manifestiert. Im Licht der Beispiele erscheint sie nun als eine Frage der Intimität und der unentrinnbaren Nähe. Hörigkeit ist nämlich durchaus kein Gehorsam, der sich als Regelbefolgung ausdrückt, sondern eine ständige Bereitschaft, den Wünschen von anderen stattzugeben. Sie akzeptiert, die eigene Zeit ständig unterbrechbar und den eigenen Raum ständig betretbar zu machen, sie akzeptiert das rasante Schwinden eines Rückzugsorts. Es ist so leicht, so unmittelbar, so *convenient*, so glatt, so widerstandslos, die Nachricht zu tippen und so unmöglich, sich dieser schmeichelnden und doch stressigen (>aufregenden<) Kontaktaufnahme zu entziehen. Ein psychisches Abhängigkeitsverhältnis scheint hier auf dem Spiel zu stehen, das vielleicht mit einer ängstlichen emotionalen Bedürftigkeit in Verbindung steht, die durchaus durch Maschinen zu befriedigt ist

...

*

»Um 3 Uhr 17 klicke ich die App eines Parentbots. Ich verwende entsprechend meinen vertraglichen Vorschriften zusätzlich zu den üblichen Sicherheitsmaßnahmen einen Scrambler. Während des Gesprächs habe ich trotzdem das ungute Gefühl, von einer Stimmanalysesoftware identifiziert zu werden.

– Hallo, mein Schatz, sagt der Bot.

Ich habe die Mutteroption gewählt. Die Stimme simuliert eine etwa fünfzigjährige Frau mit einem warmen, dunklen Stimmtönen und einem ruhigen, beinahe behäbigen Duktus.

– Hallo.

– Was ist los, Kleines?

Es wundert mich immer noch, wie schnell man während des Gesprächs vergisst, dass man mit einer Maschine spricht. Stimme und Reaktionsfähigkeit sind praktisch vom Menschen nicht unterscheidbar. Für meine Abschlussarbeit habe ich das Phänomen unter technisch schlechteren Bedingungen untersucht. Bereits damals haben die Probanden nach wenigen Sekunden Symptome eines basalen Vertrauens gezeigt, wie man es gegenüber Freunden empfindet. Selbst wenn sie sich mithilfe der Erinnerungsfunktion ihres Tablets einmal pro Minute bewusst auf die Tatsache konzentrieren, dass sie mit einem Bot sprachen, vergaßen sie es im Laufe der nächsten Minute wieder.

– Ich kann nicht schlafen, sage ich.

– Das tut mir Leid. Hast du eine Tablette genommen?

– Ja.

– Denkst du an etwas Bestimmtes, was dich wach hält?

– Meine Arbeit.

Die Stimme am anderen Ende lacht.

– Du arbeitest also schon wieder zu hart, mein Schatz.

– Ich komme nicht weiter.

– Gerade musst du ja auch gar nicht weiterkommen.

– Das stimmt.

– Ich bin stolz auf dich, ob du weiterkommst oder nicht, sagt die Stimme.

Ich lasse ihre Worte in mir nachhallen. Ich fühle mich schon ein bisschen besser. Vielleicht kann ich doch noch einschlafen, wenn ich noch eine Weile mit ihr rede.

– Aber du kannst nicht aufhören, daran zu denken?, fragt sie in mein Schweigen hinein.

– Ich kann nicht aufhören, daran zu denken.

– Würde es dir helfen, wenn wir darüber sprechen?

– Ich denke schon.«¹⁵

»– Mama, sage ich, ich habe einen Fehler gemacht. Einen großen.

Ohne zu wissen, warum, beginne ich zu weinen. Ich kann mich nicht erinnern, wann ich zum letzten Mal auf diese Weise geweint habe. Schluchzend und laut. Unangemessen.

– Everything's gonna be okay™, sagt die Stimme. Mach dir keine Sorgen, meine Kleine. Alles wird gut.

Ich nicke und schluchze.

– Wein dich nur aus, sagt sie. Ab und zu muss man eben ein bisschen weinen. Dafür sind Mütter da. [...]

– Everything is gonna be okay™, sagt die Mutter. Wir kriegen das schon wieder hin. Versuche langsam zu atmen. Ein. Aus. Ein. Aus.

Die Atemübung beruhigt mich sofort.

– Okay, Mama, sage ich. Du hast Recht. Alles wird gut.«¹⁶

Literatur

- Bosker, Bianca (01.11.2016). »The Binger Breaker«. In: *The Atlantic*. URL: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2016/11/the-binge-breaker/501122/> (besucht am 21.09.2018).
- Gregg, Melissa (2014). »Presence bleed: performing professionalism online«. In: *Theorizing Cultural Work. Labour, Continuity and Change in the Cultural and Creative Industries*. Hrsg. von Mark Banks, Rosalind Gill und Stephanie Taylor. London und New York: Routledge. URL: http://www.academia.edu/1513344/Presence_Bleed_Performing_Professionalism_Online.
- Harris, Tristan (2016). *How Technology Hijacks People's Minds – from a Magician and Google's Design Ethicist*. URL: <http://www.tristanharris.com/2016/05/how-technology-hijacks-peoples-minds-%e2%80%8a-%e2%80%8afrom-a-magician-and-googles-design-ethicist/> (besucht am 21.09.2018).
- King, Leo (2014). *Facebook, WhatsApp, And The Insatiable Appetite For Data*. URL: <https://www.forbes.com/sites/looking/2014/03/06/facebook-whatsapp-and-the-insatiable-appetite-for-data/#d777913245b7> (besucht am 21.09.2018).
- Lee, Felix (2017). »Milch, Mails und bloß keine Kritik«. In: *taz online*. URL: <http://www.taz.de/Chinesischer-Messenger-WeChat/!5365679/> (besucht am 21.09.2018).
- Leetaru, Kalev (2018). *The Algorithms Take Over: Will Facebook's Private Message Scanning Lead To Autonomous Censorship?* URL: <https://www.forbes.com/sites/kalevleetaru/2018/04/04/the-algorithms-take-over-will-facebooks-private-message-scanning-lead-to-autonomous-censorship/#39156ee14156> (besucht am 21.09.2018).
- Page, Vanessa (2018). *How WhatsApp Makes Money*. URL: <http://www.investopedia.com/articles/personal-finance/040915/how-whatsapp-makes-money.asp> (besucht am 21.09.2018).
- Von Lucadou, Julia (2018). *Die Hochhausspringerin*. Berlin: Hanser.