

GDI IMPULS

Wissensmagazin für Wirtschaft, Gesellschaft, Handel
Herbst 2006

Arbeit



**Womit wir uns in Zukunft beschäftigen
werden.**

Mit Ulrich Beck, Frithjof Bergmann, Jaron Lanier,
Betty Zucker, Günter Voss, Karin Frick, Maria Anas-
tasiadis, Holm Friebe, David Bornstein, vielen Ideen,
Selbstverwirklichungen und sinnvollen Tätigkeiten.

Thema: Arbeit

4 AUTOREN

106 SUMMARIES

108 GDI-STUDIEN

109 GDI-VERANSTALTUNGEN

110 GOTTLIEB DUTTWEILER INSTITUT

112 GDI-AGENDA 2006 . IMPRESSUM

> Gesellschaft

Ulrich Beck

8 DIE WELTRISIKOGESellschaft

Die Erwerbsgesellschaft neigt sich ihrem Ende zu. Die Aufgabe ist es, neue Spielregeln zu finden, damit wieder die Politik unser Zusammenleben bestimmt – und nicht die Wirtschaft.

> Die grosse Grafik

16 IDEENSTAU AUF DEM WORK-HIGHWAY

Viele Jahre fuhren die Industriegesellschaften auf der Strasse des Wachstums. Das Ziel Vollbeschäftigung wurde kaum erreicht. Es ist Zeit für neue Visionen.

> Gesellschaft

Gespräch mit Frithjof Bergmann

18 NEUE ARBEIT

Der Ausweg aus der Krise der Lohnarbeit könnte angenehmer ausfallen, als wir meinen. Dazu müssten wir festgefahrene Denkblockaden aufweichen und uns massgeschneiderten Arbeitsbedingungen öffnen.

> Gesellschaft

Gespräch mit Holm Friebe

24 DIE DIGITALE BOHEME

Zwischen Existenznot und Selbstverwirklichung ist in den Grossstädten der Welt eine neue Form der Beschäftigung entstanden. Für dieses Milieu ist die Festanstellung ein Anachronismus.

> Wirtschaft

Maria Anastasiadis

30 LETZTE HOFFNUNG NÄCHSTENLIEBE

Wir werden pflegen, uns kümmern, versorgen, besorgen, uns engagieren, organisieren, emanzipieren, kultivieren ... Willkommen in der Welt der sozialen Dienstleister, in der es noch jede Menge Arbeit gibt.

> Politik

Alex Beck

38 BLEIBEN SIE NOCH EIN BISSCHEN!

Die Schweiz hat ein Problem, vor dem bald einige europäische Nationen stehen könnten: Es wird nicht an Arbeit, sondern an Arbeitskräften mangeln. Ein Ausweg ist die Ausdehnung der Lebensarbeitszeit.

> Forschung

G. Günter Voss

46 DEBATTE ZUR ZUKUNFT DER ARBEIT

Die «Zukunft der Arbeit» wird in Fachkreisen sehr kontrovers diskutiert. Doch in gewissen Themenclustern besteht Konsens.

> Foto-Essay

Michael Tewes

48 SUCHE ARBEIT – BIETE SELBSTVERWIRKLICHUNG

Viele Job-Gesuche ähneln Kontaktanzeigen. Weil es bei der Arbeit nur noch nebenbei ums Geldverdienen geht.

Ideen

> Marketing

Peter Sennhauser

64 «ES GIBT GUTE GRÜNDE, NICHT ZU BLOGGEN.»

Wer seine Mitarbeiter ungeschützt auf die «nackte Konversation» im Web 2.0 ein schwört, handelt fahrlässig.

> Management

Betty Zucker

72 «EIN HEDGE FUND AUF ZWEI BEINEN ... »

Der «fall guy» ist eine tabuisierte Schlüsselfigur im Organigramm: Jeder Top-Manager braucht jemanden, den er fallen lassen kann, wenn es brenzlich wird.

> Organisation

Hermann Arnold

78 «PERSONALABTEILUNGEN MÜSSEN SICH SELBER ABSCHAFFEN.»

Personalaufgaben können heute wieder Teil der direkten Beziehung zwischen Führungskräften und ihren Mitarbeitern werden.

> Gesellschaft

David Bornstein

84 «SOZIALUNTERNEHMER ENTWICKELN STRUKTUREN ZUR REPARATUR DER GESELLSCHAFT.»

Sozialunternehmer sind für den Gesellschaftswandel, was Unternehmer für die Wirtschaft sind. Politik und Wirtschaft können jede Menge lernen.

> Zwischenruf

Jaron Lanier

90 «DER ONLINE-KOLLEKTIVISMUS IST DUMM UND GEFÄHRLICH.»

Ein Kerndogma des Internet-Zeitalters führt zum «digitalen Maoismus»: Weisheit der Massen, Schwarmintelligenz und kollektiver Fortschritt sind Trugschlüsse.

Workshop

> Vordenker

Bruno Giussani

96 DAS RELEVANTE NEUE

Welches sind die wichtigsten Themen, die Vordenker heute weltweit beschäftigen?

> GDI-Trends

Karin Frick

102 ES IST KAUM MEHR (H)AUSZUHALTEN

Die Aufteilung der Hausarbeit in den Partnerschaften gleicht sich langsam an. Nicht weil die Männer mehr, sondern weil die Frauen weniger tun.

Zwischen Existenznot und Selbstverwirklichung ist in den Grosstädten der Welt eine neue Form der Beschäftigung entstanden. Für die digitale Boheme ist die Festanstellung ein Anachronismus.

Für ein grossstädtisches Milieu vernetzter Wissensarbeiter ist das Internet nicht nur Werkzeug und Spielwiese, sondern auch eine Einkommens- und Lebensader. Es sind Laptop-Freiberufler, die komplexe Produktionsnetzwerke bilden, die sie bevorzugt in WLAN-Cafés miteinander besprechen und abstimmen – wenn sie nicht gerade für einen grossen Konzern einen Kreativauftrag erledigen; als Brotjob zwischendurch. Denn ihr Ziel ist es, so zu arbeiten, wie sie leben wollen. Dabei bringt ihre enge Einbindung in soziale, künstlerische und digitale Netzwerke immer öfter überraschende Erwerbsmöglichkeiten mit sich.

In ihrem Buch «Wir nennen es Arbeit» (Heyne 2006) geben Holm Friebe und Sascha Lobo, die unter den Labeln «Zentrale Intelligenz Agentur» und «Riesenmaschine.de» solche neue Formen des Zusammenarbeitens erproben, diesem Milieu den Namen «digitale Boheme». Er steht für ein Arbeiten jenseits der Zwänge der Festanstellung und für einen Lebensstil, der sich gemeinsam mit dem Web 2.0 zu einem nicht unbedeutenden Wirtschaftsfaktor entwickeln könnte.

Holm Friebe, wie viele Jobangebote haben Sie im letzten halben Jahr abgelehnt?

Vorsichtig formuliert waren es drei. Mit dem Anziehen der Konjunktur merkt man die Verzweiflung der Unternehmen, passende Mitarbeiter zu finden, die bereit sind, sich mit Haut und Haaren in eine Festanstellung zu begeben. In einem Sondierungsgespräch sagte mir kürzlich ein Markenberater

einer grossen Agentur, dass der Markt für freie Planer mit Erfahrung praktisch leer gefegt sei, weil die guten es nicht mehr einsehen, sich an einen Arbeitgeber zu binden, und besser damit fahren, sich auf eigene Rechnung und mit freier Zeiteinteilung die Jobs auszusuchen.

Was passt Ihnen denn nicht am Prinzip der Festanstellung?

Es ist aus unserer Sicht ein Anachronismus. Das zeigt sich schon daran, dass nicht eine Arbeitsleistung, sondern die physische Anwesenheit für eine bestimmte Zeit gekauft wird. Das macht Sinn bei Rezeptionsdamen, Pförtnern oder vielleicht bei Lehrern und Ärzten. Aber in vielen Arbeitsfeldern, wo es um Output geht, ist dies überholt. Für uns deutet es darauf hin, dass andere Motivationen im Spiel sein müssen.

Welche?

Zugriff auf die ganze Person zu haben und sich der Loyalität zu versichern. Das hat mit Hierarchien zu tun, die abgesichert werden müssen, und mit der Struktur von Unternehmen, in denen die Zahl der «Söldner» über die Bedeutung einer Abteilung und des Vorgesetzten entscheidet. Das hat aber nichts mit der eigentlichen Arbeit zu tun. Es ist gut zu beobachten, dass mit der Grösse und Komplexität eines Unternehmens der Anteil der inhaltlichen und substanziellen Arbeit abnimmt und das politische Taktieren zunimmt. Deshalb sind in Unternehmen ganz andere Menschen erfolgreich als auf dem freien Markt.

Ist dieses Feindbild nicht etwas simpel? Es gibt doch schon lange flexiblere Modelle wie Jahresarbeitszeit, Ergebnisorientierung, Leistungslohn, Projektarbeit, Ad-hoc-Teams ...

... das ist richtig, aber dennoch ambivalent: Viele, die heute noch die Sicherheit einer Festanstellung anstreben, haben sich entschieden, ihr eigentliches Leben ausserhalb der Arbeit zu führen, und sehen ihren Job nur als Mittel zum Zweck. Aus

«Menschen, die im Konjunktiv leben, erfüllen wichtige, ökonomische Überschuss-Effekte.»

unserer Sicht ist das legitim. Oft sind es ja die Arbeitgeber, die auf Eigenbeteiligung und Selbstverwirklichung drängen, weil sie sich davon eine effektivere Motivationssteuerung versprechen. Auch die Aufteilung des Gehalts in flexible und leistungsabhängige Anteile ist eher ein ausgeklügeltes System, um Zugriff auf die ganze Person zu haben. Umgekehrt wird es nämlich sehr ungern gesehen, wenn flexible Mitarbeiter nur mit einem Teil ihrer Person für das Unternehmen eintreten und zeitweilig ausserhalb der Firma eigene Projekte verfolgen. Dabei könnte das Unternehmen durchaus vom Transferrisiko und von neuen Möglichkeiten profitieren.

Die gewährten Freiheiten führen also lediglich zu stärkeren Abhängigkeiten auf einer höheren Stufe?

Die von Arbeitgebern verlangte Flexibilität zielt darauf, dass Menschen sich ganz dem Unternehmen verschreiben und ausserhalb nicht mehr wirklich überlebensfähig sind. Ein strukturelles Verkümmern der Handlungsspielräume ist die Folge. Wer sich an ein regelmässiges Gehalt gewöhnt hat und daran, dass sein PC von einem Systemadministrator konfiguriert wird, ist faktisch verdorben für das «Leben in freier Wildbahn». Er ist als flexibler Mensch in der Unflexibilität des Systems Festanstellung gefangen.

Das freie Leben heisst bei Ihnen «digitale Boheme». Ein nicht nur positiv besetzter Begriff ...

Die wenigsten, die wir beschreiben, würden sich selbst als Boheme bezeichnen. Aber für uns trifft der Begriff die zentralen soziologischen und technologischen Aspekte: das selbstbestimmte Arbeiten in Gruppenkonstellationen und

Netzwerken, das relativ unabhängig von organisatorischen und räumlichen Strukturen stattfindet, aber trotzdem jenseits von Einzelkämpfertum und Festanstellung liegt, weil die Gruppenidentität eine grosse Rolle spielt. Historisch wird unter Boheme eher der lebensweltliche Aspekt verstanden – eine gewisse Art des Konsum- und Freizeitverhaltens, manchmal auch der Mode. Aber im Kern dessen, wie Boheme am Anfang der Industrialisierung als dritte Gruppe zwischen Bourgeoisie und Proletariat entstanden ist, liegt auch eine ökonomische Funktion. Hellsichtig hat dies Honoré de Balzac in «Ein Fürst der Boheme» (1840) erkannt. Er beschreibt einen Mikrokosmos von Menschen, die das Risiko eines Lebens im «Konjunktiv Futur» eingehen: «Sämtlich in ihrer Art Genies, vorerst wenig bekannt, aber sie werden noch bekannt werden und dann ganz hervorragende Leute sein.» Das war für die damalige Zeit aus einem bürgerlichen Blickwinkel recht ungewöhnlich. Gedanklich lässt Balzac dann den Zaren von Russland die Pariser Boheme kaufen und nach Odessa verfrachten – und innerhalb eines Jahres glänzt Odessa so wie Paris. Das ist eine sehr moderne Einschätzung: Die Boheme hat eine Lotsenfunktion für einen Standort, für den sie ökonomische Überschuss-Effekte generiert. Hier gibt es eine Brücke zu dem, was Ökonomen wie Richard Florida untersuchen ...

... dass die «kreative Klasse» ein massgeblicher Faktor für die Prosperität eines Standortes ist?

Genau. Florida versteht die Boheme als Lotsen der kreativen Klasse und ermittelt den Boheme-Index von Standorten. Interessanterweise entsprechen hohe Boheme-Werte auch Orten mit hoher Lebensqualität, in denen zugleich Wirtschaftswachstum und die Ansiedlung von Firmen stattfinden.

Boheme steht auch für eine Kritik an gesellschaftlichen Lebensentwürfen. In ihrer digitalen Spielart geht es dabei aber nicht mehr um Konsum oder Politik, sondern um die vorherrschende Arbeitsform: Das Ziel sind selbstbestimmte Arbeitsbedingungen.

Das ist unser Punkt. Tagsüber in den Cafés lässt sich nicht mehr unterscheiden, wer dort seinen Lebensmittelpunkt hat und wer nur kurz in der Mittagspause vorbeischaut. Dasselbe abends in den Clubs. Im Dresscode und im Konsumverhalten ist nicht zu ermitteln, wer zur eigentlichen Boheme zählt und wer als «bourgeois bohemian» (David Brooks) sich ästhetisch dem nur anverwandelt. Allerdings sind es dann die Festange-

stellten, die meist früher nach Hause müssen. Die Gretchenfrage für uns lautet: «Wie hältst du es mit der selbstbestimmten Arbeit? Kannst du dir die Zeit frei einteilen?»

Wie funktioniert dies konkret? Der Aufenthalt in Cafés und Clubs hat ja mit Arbeit eigentlich nichts zu tun.

Er hat sehr viel mit arbeiten zu tun im Sinne, dass Kreativität für viele Standorte ein entscheidender Wirtschaftsfaktor geworden ist und Zufallsbegegnungen oft unabsehbare Folgen haben. Unsere besten Ideen sind am Kneipentisch entstanden. Networking und Abstimmungen nehmen eine viel grössere Rolle bei den wissensbasierten Dienstleistungen ein. Daher sind Interaktionen an solchen Orten in ökonomischer Hinsicht relevant, auch wenn es vielleicht nicht danach aussieht, weil alles zwangloser kodiert ist. Mit der analogen Boheme

«Selbst gewählte Konstellationen sind langfristig stabiler als das, was ‹Vitamin B› genannt wird.»

wurden grossstädtische Milieus und Künstlerviertel assoziiert, Orte mit Lebensqualität, die ein Arbeiten im öffentlichen Raum erlauben. Traditionell waren das Kaffeehäuser, heute sind es wieder Cafés – allerdings mit WLAN-Zugang. In Europa ist uns diese urbane Qualität weniger bewusst, weil es sie immer gegeben hat. In Amerika wurde sie lange vermisst und dann künstlich hergestellt, etwa durch Starbucks. Es geht darum, dass das Private und das Öffentliche ebenso zwanglos ineinander übergehen können wie der berufliche und der private Austausch. In diesen Räumen wird der soziale Kitt angerührt, deshalb sind sie sehr wichtig für die digitale Boheme und ihre Produktionszusammenhänge.

Was sind die Verheissungen dieser Arbeitsform? Sucht man Selbstverwirklichung?

«Selbstverwirklichung» ist ein fast schon korrumpiertes Wort, ähnlich der «Kreativität». Aber wir glauben, dass es weit grössere Chancen für sehr viel mehr Menschen gibt, genau das zu tun, von dem sie denken, dass sie es wirklich gut können. Etwas, das sich weniger wie Arbeit anfühlt, weil man es eh gerne machen würde. Ich denke, es geht um Zufriedenheit mit dem, was man tut. Das Gallup-Institut hat 2004 über 1800

Angestellte in Deutschland befragt: Rund siebzig Prozent absolvieren laut eigener Auskunft Dienst nach Vorschrift, und fast jeder Zweite befindet sich bereits in der inneren Emigration. Dagegen zeigen Umfragen unter flexiblen Wissensarbeitern, dass sie trotz ökonomischer Durststrecken und wenig Aussicht auf grossen Reichtum meist sehr zufrieden sind mit ihrer Arbeitssituation. Die Zahlen gehen da bis über neunzig Prozent. Das deckt sich mit unserer Erfahrung, dass das Privileg der freien Zeiteinteilung und selbstbestimmten Arbeit sehr viel von dem aufwiegt, was als finanzieller Köder für die Festanstellung geboten wird.

Das Gefühl von Autonomie und Identifikation entsteht daraus, sich rasch aus beengenden Abhängigkeiten lösen zu können. Aber das behindert längerfristige Verantwortlichkeiten. Stichwort: Familie, Kinder, Altersvorsorge – sind das ausgediente Rollenbilder?

Da drehen wir die Perspektive um und sagen, dass es in der gegenwärtigen Situation vielleicht die überlegene Strategie ist, auf diese Art scheinbar «in den Tag hinein» zu leben. Tatsächlich verbirgt sich dahinter eine Risikodiversifizierung über verschiedene Projekte: von Brotjobs und «Graubrotjobs», die die Miete zahlen, aber unattraktiv sind, bis hin zu idealistischen Ideen, die man verfolgt. Gleichzeitig entstehen in der Form der Zusammenarbeit stabile Verbindungen. Es spricht also nichts dagegen, im Privaten langfristige Verbindungen aufrechtzuerhalten. Selbst gewählte Konstellationen der Zusammenarbeit in sozialen Netzwerken sind langfristig oft stabiler als das, was in einer Firma oder Branche «Vitamin B» genannt wird – gute Kontakte zu Vorgesetzten oder vermeintlich einflussreichen Personen aus dem Berufsfeld.

Dennoch herrschen in der digitalen Boheme oft prekäre, instabile Verhältnisse vor. Wie lebt sich das auf die Dauer? Wie motiviert man sich mit dem Blick aufs volatile Lohnkonto?

Es gibt den schönen Aufsatz «How to do what you love» des Programmierers Paul Graham, der in der New Economy sehr viel gemacht hat (vgl. www.paulgraham.com). Er beschreibt autobiografisch, wie er lange dachte, dass Arbeit ein notwendiges Übel sei, ein Kollateralschaden des Erwachsenwerdens, bis er an der Universität erlebte, dass sie auch Spass machen kann und man auch, ohne zu verhungern, einen sinnvollen Beitrag zur Welt leisten kann. Dabei kehrt sich die Zweck-Mittel-Relation: Sobald man dieser Idee verfallen ist, wird

man Wege finden, seine Ziele weiterzuverfolgen. Laut Graham ist das Hauptproblem für viele, das zu finden, was man will, und jemanden, der einen dafür bezahlt. Seine Analyse deckt sich mit unserer: Wenn man anfängt auf diesem Weg, wird man irgendwann dort landen. Vielleicht nicht genau dort, wo man anfangs dachte; vieles klärt sich erst unterwegs. Aber man macht am Ende etwas, das den eigenen Neigungen, Fähigkeiten und Talenten viel mehr entspricht. Natürlich kann es lange dauern, bis man tatsächlich das Standbein verlassen und nur noch auf dem Spielbein existieren kann.

Leitvision ist also doch der Traum vom grossen Geld?

Wenn man es nur aufs Geld angelegt hat, sollte man die Finger von diesem Lebensmodell lassen.

Aber es gibt keine Berührungspunkte mit der Konzernwelt, von der man sich eigentlich distanzieren will? Die digitale Boheme existiert ja nur in Abhängigkeit von der klassischen Wirtschaft.

Die Idee der «Exit-Strategie», die es erlaubt, mit dreissig zu privatisieren, fiel eher in die Zeit der New Economy, wo auf einmal alle auf dem Papier Aktienmillionäre waren und man nur zur richtigen Zeit am richtigen Ort sein musste. Unter den Bedingungen des Web 2.0 sieht das anders aus. Menschen, deren Biografien in der New Economy einen Knick bekom-

«Nach dem vierten Praktikum sich noch weiter zu «qualifizieren», halten wir für Quatsch.»

men haben, sind heute unterm Strich glücklicher, weil sie nicht mehr so gezielt auf den Jackpot hinarbeiten, sondern etwas tun, das zunächst nicht nach grossem Geld aussieht, aber die Chance hat, dass es irgendwann aus einer Ecke, auf die man im Businessplan nicht hinsteuert, eine Summe hageln könnte. Nur ist das nicht mehr die primäre Motivation – eher eine nette Option, die eingebaut ist.

Sie schreiben, dass eine wichtige Währung der Boheme-Ökonomie der Respekt ist. Wie muss man sich das vorstellen?

Es ist eigentlich ein alter Zusammenhang. Pierre Bourdieu hat zuletzt darauf hingewiesen, dass es Kapitalformen gibt, die jenseits des rein Finanziellen liegen: soziales und kultu-

relles Kapital. Kulturelles Kapital sind Bildung und Umgangsformen; soziales Kapital ist das, was an Wert in einer Gemeinschaft steckt, was man an Wertschätzung erfährt und was einem zugetraut wird. Wir haben dieses Modell mit dem abgeglichen, was wir beobachten: Da meint Altersvorsorge weniger, Finanzen anzuhäufen – was heute volkswirtschaftlich ohnehin ein wackliges Konstrukt ist –, sondern hier sagt die digitale Boheme: Unsere beste Altersvorsorge ist, dass wir in soziales Kapital investieren. Auch wenn wir heute den Nutzen nicht genau absehen, haben wir doch das Vertrauen, dass uns dies später mehr helfen wird als ein Bausparvertrag, der von der Inflation aufgefressen wird.

Die Beschreibung eines möglichen besseren Arbeitslebens hat anstossende Qualitäten – als Sehnsuchtsfeld für Angestellte, die innerlich schon gekündigt haben, und als Hoffungsmodell für die heute oft chancenlose «Generation Praktikum». Will Ihr Buch da aufklären?

Uns ging es nicht darum, eine allgemeine Rezeptur oder die Lösung zur Krise der Arbeitsgesellschaft zu formulieren. Dem fünfzigjährigen Bauschlosser wird man nicht sagen können: «Jetzt mach mal Boheme!» Aber die Idee reicht dennoch über die Boheme-Zusammenhänge hinaus. Wir richten uns zwar eher an die junge Generation, die nicht mehr ins System der Festanstellung reinkommt – egal wie gut qualifiziert sie ist – und in der Praktikumsschleife hängen bleibt. Nach dem vierten Praktikum sich noch weiter zu «qualifizieren», halten wir für Quatsch. Wir würden da empfehlen: Tut euch mit euresgleichen zusammen und versucht, etwas Eigenes auf die Beine zu stellen. Wir bekommen aber auch Feedback von Menschen im Pensionsalter, die den Schritt in die Selbstständigkeit gewagt haben. Sie erleben jetzt ihren zweiten Arbeitsfrühling und machen endlich das, wovon sie ihr ganzes Berufsleben geträumt haben. Der Ansatz der digitalen Boheme enthält ein Spektrum an Handlungsmöglichkeiten für breitere Bevölkerungsteile. Da gibt es etwa Existenzformen über eBay, die nicht so hohe Voraussetzungen erfordern. Mit dem Web 2.0 erweitern sich solche Räume für Existenzgründungen und Zusatzverdienste.

Bläst sich da nicht eine weitere Internet-Glücksverheissung auf?

Beim Web 2.0 wird im Gegensatz zur New Economy nicht nur an der Spitze der Pyramide Geld verdient: Die erfolgreichen Geschäftsmodelle der letzten Jahre sind solche, bei denen

auch an der Basis die Nutzer etwas verdienen. Dabei gewinnt sowohl das Unternehmen wie der Nutzer durch seine Interaktion mit ihm. eBay ist das typische Beispiel. Auch Google bietet mit AdSense, den Werbebannern, zusätzliche Einnahmeoptionen. Davon profitiert selbst der Betreiber eines Foren- und Blog-Portals. Die erfolgreichen Web-2.0-Firmen tragen dazu bei, dass vieles, was früher in den Bereich der zweckfreien Hobbys fiel, jetzt die Möglichkeit beinhaltet, dass Menschen davon leben können.

Das Werkzeug der Gegenkultur ist ein Know-how-Vorsprung, den sie sich im Internet gesichert hat. Aber sie bleibt gefangen als Zulieferer für die klassischen Strukturen.

Der Begriff Gegenkultur ist insofern falsch, als es nicht um eine klassische Opposition geht – mit dem Beigeschmack, der Kapitalismus sei das System, das es abzuschaffen gilt. Der Kapitalismus hat sich als sehr robust gezeigt und war immer wieder in der Lage, diese Kritik zu integrieren. Daher war jede Gegenkultur eine Inspiration für neue Service-Ideen und Produkte. Die Subversion der digitalen Boheme ist eher eine konstruktive, indem sie Verkrustungen aufzeigt, einen Gegenentwurf vorlebt und in der täglichen Praxis beweist, dass sie vielleicht das attraktivere Modell ist.

Welche Rolle spielt dabei die Technik?

Das markiert einen wichtigen Unterschied von der analogen zur digitalen Boheme. Die klassische, analoge Künstler-Boheme, die mit Technologien wie Pinsel und Schreibmaschine Kunstwerke fabrizierte, überließ die Verwertung anderen. Bis in die 1980er-Jahre war das Bürgertum die rationale, fortschrittsoptimistische und technikaffine Klasse, während die Boheme romantisch, verklärt und antitechnologisch war. Doch dann fing die Boheme an, die Technik zu umarmen und sich die Produktionsmittel und Vertriebskanäle anzueignen. Die Technik erlaubt es, dass man auf die Mittelsmänner der Konzerne verzichten kann. Die unabhängige Musikindustrie hatte hier eine Vorreiterrolle, jetzt folgt die Filmindustrie. Der Bereich dehnt sich von digitalen Produkten, die sich ohne Kosten reproduzieren lassen, zu den physischen Produkten, die nicht mehr durch die Nadelöhre des Handels müssen, sondern über Amazon oder eBay aus dem eigenen Wohnzimmer hinaus vertrieben werden können. Da öffnen sich auch Handlungsräume für Menschen, die früh aus dem regulären

Erwerbsleben ausgeschieden sind, sich aber noch zu jung fühlen, um auf dem Altenteil zu ruhen. Es könnte eine neue Gründerwelle der Sechzigjährigen geben, die mit den Methoden der digitalen Boheme ihre Altersversorgung aufbessern. Solche Formen der zwanglosen Erwerbsarbeit, die nicht mit Vollzeit-Engagement betrieben werden müssen, sind bis ins hohe Alter gut zu praktizieren.

Die Technologie führt also zu einer Demokratisierung der Chancen und einer Verschiebung von Macht?

Indem man sie beherrscht: Ja. Es gibt eine Form des «existenziellen Besserwissens» ausserhalb der täglichen Hysterie in Unternehmen, wo über Powerpoint-Präsentationen und Excel-Sheets kommuniziert wird und die Menschen oft keine Ahnung davon haben, was im Netz tatsächlich vor sich geht. Ein durchschnittlicher Angestellter sieht nicht, welcher zwangloser Austausch beispielsweise auf Myspace geschieht, weil ihm die Zeit dazu fehlt. Die digitale Boheme weiss da mehr und kann dieses Know-how natürlich teuer an die Konzerne verkaufen, es aber auch selbst nutzen, um eigene Strukturen aufzubauen. Da findet schon eine Machtverschiebung statt.

Das begrenzt aber die Reichweite: Die digitale Boheme ist eher ein Modell für einen kleineren Teil der Gesellschaft, der über ein hochspezifisches Wissen verfügt.

Wir haben nie gesagt, dass wir über die ganze Gesellschaft sprechen. Es ist ein voraussetzungsreiches Lebensmodell, dem ein gewisses Bildungsniveau sicher zuträglich ist. Aber gerade proletarische und subproletarische Schichten sind heute in der Beherrschung der Technik dem klassischen Bildungsbürgertum oft weit überlegen, weil sie einfach die Zeit dazu haben, mit dem Innovationstempo Schritt zu halten. Auch hier gibt es Machtverschiebungen und liegen die Konstellationen quer zu den klassischen Klassenaufteilungen. <

Gespräch: Stefan Kaiser

Lektüre zum Thema

Holm Friebe, Sascha Lobo . Wir nennen es Arbeit. Die digitale Boheme oder: Intelligentes Leben jenseits der Festanstellung . Heyne 2006

GDI Impuls

Wissensmagazin für Wirtschaft, Gesellschaft, Handel

IHR ABONNEMENT AUF DAS RELEVANTE NEUE

Sichern Sie sich den Zugriff auf ein einzigartiges Informationsnetz für innovative Ideen. In GDI Impuls präsentieren Ihnen renommierte Autoren alle drei Monate die wichtigsten Trends und Entwicklungen in Wirtschaft, Gesellschaft, Marketing, Konsum und Management – unverdünnte Informationen zum Wandel der Märkte.

Unser Wissensmagazin richtet sich an Vordenker und Entscheider in Unternehmen, an Menschen die sich beruflich mit der Entwicklung der Konsumgesellschaft beschäftigen. Sie erhalten ein kompetentes Update über das relevante Neue sowie Denkanstösse am Puls der Zeit.

Das Gottlieb Duttweiler Institut in Rüschlikon/Zürich ist ein unabhängiger, weltweit vernetzter Thinktank und eine wichtige Plattform für zukunftsorientiertes Denken.

AUTORENLISTE (AUSZUG)

Ulrich Beck: Die Weltrisikogesellschaft . *Norbert Bolz*: Der Name der Marke . *Steven Brown*: Retromarketing-Revolution . *Georg Franck*: Aufmerksamkeitsökonomie . *Neil Gershenfeld*: Dinge, die denken . *Malcolm Gladwell*: Der Tipping-Point . *Daniel Goleman*: Emotionales Management . *Peter Gross*: Abschied von der monogamen Arbeit . *Gary Hamel*: Das revolutionäre Unternehmen . *Naomi Klein*: No Logo . *Philip Kotler*: Global Bio-Branding . *Christopher Meyer*: Adaptive Ökonomie . *Christian Mikunda*: Einkaufsdramaturgie . *Henry Mintzberg*: Jenseits des Egoismus . *Kjell Nordström*: Karaoke-Kapitalismus . *Joseph Pine*: Die Erlebnisökonomie . *Jeffrey Rayport*: Servolution . *Florian Rötzer*: Superwaffe Panik . *Doc Searls*: Das Cluetrain Manifesto . *Robert Shiller*: Die neue Finanzordnung . *Don Tapscott*: Net Kids . *Paco Underhill*: Alterskonsum . *Peter Wippermann*: Silver Sex



FAX-ANTWORT

Summaries aller Artikel finden Sie unter www.gdi-impuls.ch. Über das Archiv (www.gdi.ch/impuls-archiv) können einzelne Beiträge online bezogen werden. Unseren Leserservice erreichen Sie unter Tel +41 71 272 73 70 (oder E-Mail: impuls@zollikofer.ch) – oder faxen Sie uns einfach diesen Talon an: Fax +41 44 724 61 11

Leserservice GDI Impuls

Zollikofer AG
Fürstenlandstrasse 122
CH – 9001 St. Gallen

JAHRES-ABONNEMENT

- Ich bestelle GDI Impuls (4 Ausgaben pro Jahr) zum Preis von CHF 120.–/EUR 75.– (inkl. MwSt.; exkl. Versandkosten)

KOLLEKTIV-JAHRES-ABONNEMENT

- Ich bestelle ... Exemplare GDI Impuls. Jedes weitere Abonnement an die gleiche Adresse kostet CHF 50.–/EUR 31.– (inkl. MwSt.; exkl. Versandkosten)

SENDEN SIE UNS BITTE:

- ein Schnupper-Abonnement (2 Ausgaben) CHF 45.–/EUR 28.– (inkl. MwSt.; exkl. Versand)
 Einzelausgabe Nr. CHF 35.–/EUR 22.– (inkl. MwSt.; exkl. Versandkosten)
 den GDI_Newsletter*

NAME/VORNAME

FIRMA

STRASSE/NR.

PLZ/ORT/LAND

E-MAIL*

TELEFON

DATUM/UNTERSCHRIFT