



Handelszeitung
8021 Zürich
043/ 444 59 00
www.handelszeitung.ch

Medienart: Print
Medientyp: Publikumszeitschriften
Auflage: 37'909
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 844.016
Abo-Nr.: 1076888
Seite: 27
Fläche: 75'291 mm²

«Wir werden digital enteignet»

Joël Luc Cachelin Der Schweizer Jungökonom hat ein Buch über die Skeptiker und Gegner der Digitalisierung geschrieben. Für Unternehmen und die Wirtschaft von morgen seien die «Offliner» eine grosse Chance.

INTERVIEW: OLIVER JEGES

Haben Sie Angst vor dem Internet?

Joël Luc Cachelin: Nein, überhaupt nicht. Im Gegenteil: Es nervt mich, wenn im Zug das Internet schlecht ist. Ich bin praktisch den ganzen Tag online und freue mich auch auf die weitere Digitalisierung durch Augmented Reality, Internet der Dinge und künstliche Intelligenz.

Zu jeder Bewegung gibt es eine Gegenbewegung. Die Gegenkultur der Digitalisierung bezeichnen Sie als «Offliner». Was wollen die?

Der Gegenkultur geht es insbesondere darum, die Gestaltung der Digitalisierung beziehungsweise der digitalen Zukunft selbst in die Hand zu nehmen. Die Offliner wollen nicht, dass mächtige Digitalisierungstreiber autoritär bestimmen, wie wir in Zukunft zu leben haben. Es geht ihnen um die Vielfalt digitaler Lebensstile.

Die Netzkritiker, die Sie anführen, sind vielfältig: Nationalisten, Datenschützer, Kapitalismuskritiker. Ist das Internet schlicht ein Eins-zu-eins-Abbild unserer Gesellschaft?

Je weiter die Digitalisierung fortschreitet, desto mehr wird das digitale Leben zu einer Kopie des analogen Lebens. Entsprechend wiederholen sich die Konfliktlinien der Vergangenheit, das ist richtig. Jedoch geht es den Offlinern weniger um Verweigerung als um Mitgestaltung.

Im Roman «The Circle» des Schriftstellers Dave Eggers entwickelt ein Google-ähnlicher Konzern eine Minikamera, die bald

überall im Staat Kalifornien angebracht wird und alles aufzeichnet. Reine Fiktion oder die Realität?

Vermutlich werden Nicht-Digitale in Zukunft einfach ausgeschlossen. Wer den Zug besteigen will, braucht ein elektronisches Ticket, Kleider werden nur noch mit Chips verkauft, Krankenkassen und Spitäler akzeptieren nur noch Patienten, die sämtliche Fitness- und Gesundheitsdaten zur Verfügung stellen. Dieser Trend ist nicht fiktiv, wir erleben ihn vielerorts.

Sie prophezeien zwei Szenarien, ein digitales Chaos oder eine digitale Diktatur, wenn die Offliner zu keinem Konsens finden. Ist es wirklich so schlimm?

Dramatisch wird es, wenn entweder die Ressourcen knapp werden, die für die Fortsetzung der Digitalisierung notwendig sind, oder wenn die Offliner keine Möglichkeit mehr sehen, um sich am Design der digitalen Zukunft zu beteiligen.

Sie schreiben in Ihrem Buch, dass die Digitalisierung zahlreiche Jobs gefährdet. Viele Jobs, wie jene der App-Entwickler, entstehen allerdings dadurch. Schafft der Markt nicht auch ähnlich wie im echten Leben ein ungefähres Gleichgewicht?

Das ist grundsätzlich richtig. Doch die Digitalisierung ist kein linearer, sondern ein exponentiell verlaufender Prozess. Vereinfacht ausgedrückt: Die Maschinen ver-

Märkte der Zukunft. Es geht ihnen um Nachhaltigkeit, Anonymität, Datenschutz.»

mehren sich immer schneller und können immer mehr. Die Maschinen bedrohen also nicht nur immer schneller immer mehr Arbeit, sie machen die Arbeit auch komplexer. Das heisst, die durchschnittlichen Ansprüche an die Mitarbeitenden steigen exponentiell an. Wir sollten uns vermehrt mit der Frage auseinandersetzen, wie eine Gesellschaft ohne Erwerbsarbeit für alle aussehen könnte.

Drehen wir den Spieß um: Welche Jobs und Märkte entstehen denn durch die Offliner? Und wie wirkt sich deren Gebaren generell auf die Wirtschaft aus?

Die Offliner gehören zu den interessanten grossen Märkten der Zukunft. Im Bereich der Technologie geht es um Hardware und Software, die den Prinzipien der Nachhaltigkeit, Anonymität oder des Datenschutzes gerecht werden. Dann gibt es viele Märkte, die sich um die Regeneration vom digitalen Alltag oder auch die Entkoppelung vom Internet drehen, zum Beispiel im Bereich des Tourismus. Generell wird auch das Thema Recycling an Bedeutung gewinnen. Die digitale Gesellschaft ist sehr ressourcen- und rohstoffreich. Unternehmen und Staaten, die zum Beispiel das intelligente Recyceln, sogenanntes Urban Mining, beherrschen, gehören zu den Gewinnern der Zukunft.

«Die Offliner bilden grosse

Handelszeitung
8021 Zürich
043/ 444 59 00
www.handelszeitung.ch

Medienart: Print
Medientyp: Publikumszeitschriften
Auflage: 37'909
Erscheinungsweise: wöchentlich



Stämpfli

Themen-Nr.: 844.016
Abo-Nr.: 1076888
Seite: 27
Fläche: 75'291 mm²

Wenn wir eine Google-Suche tätigen, geben wir Informationen von uns preis, bekommen dafür aber optimierte Suchergebnisse. Warum ist datenhungrige Wirtschaft Ihrer Meinung nach kein fairer Handel?

Plakativ ausgedrückt, werden wir digital enteignet. Unternehmen fordern von uns Transparenz ein und kapern unsere Daten. Sie tun dies, um Kommunikation, Produkte und Preise zu individualisieren. Gleichzeitig entstehen durch die gesammelten Daten auch neue Geschäftsmodelle. Facebook kann immer mehr Gesichter einer Identität zuordnen und dürfte zu einem wichtigen Player im Bereich der Sicherheit aufsteigen. Google sammelt Informationen, die börsenrelevant sind. Die Verteilung dieser Gewinne ist aber nicht geregelt. Wir treten die zukünftigen Gewinne auf den Daten mit der gegenwärtigen Nutzung der Angebote ab.

Sind Dinge wie Aktivitätstracker, Schritt- und Kalorienzähler, Entfernungsmesser momentane Trends oder die Vorhut von etwas Grösserem?

Die Daten schaffen nicht nur die erwähn-

ten neuen ökonomischen Potenziale, wir erleben durch die Aggregation der Daten auch die Entstehung von künstlicher Intelligenz. Wenn immer mehr Patienten ihre Fitness- und Gesundheitsdaten zur Verfügung stellen, formieren sich riesige Datensätze. Diese werden die künftigen Ärzte nutzen, um viel präzisere Diagnosen zu stellen beziehungsweise individualisierte Therapien vorzuschlagen. Es ist davon auszugehen, dass künstliche Intelligenz unseren Alltag und viele Berufe nachhaltig verändern wird.

Es geht also um Kontrolle?

Unternehmen wollen nicht nur der Daten wegen digitalisieren. Sie realisieren auch, dass digitale Prozesse meist billiger sind

als analoge. Als Gesellschaft müssen wir aber abwägen zwischen den Nutzenangeboten und den Gefahren der Digitalisierung, aber auch zwischen Effizienz und Sinnstiftung durch Arbeit.

Sind die Offliner die Lösung für ein Problem, das von vielen Menschen als glück-

liche Verheissung, als Befreiung empfunden wird – nämlich das Internet?

Es braucht mehr gesellschaftliche Reflexion, wohin wir gehen wollen. Überlassen wir das Design der Gesellschaft einer technologischen Elite, die immer auch Eigeninteressen verfolgt, enden wir in einer modernen Form der Diktatur. Die Digitalisierung macht uns zu Maschinen. Ich betrachte eine Gesellschaft der Maschinen wertneutral, glaube aber kaum, dass alle Leser in einer solchen Maschinengesellschaft leben wollen.

Und die Offliner sind unser aller Rettung?

Die Offliner sind für den Gang in die digitale Zukunft unverzichtbar, weil sie nicht nur für ein Machtgleichgewicht zwischen den Nutzern und den Treibern der Digitalisierung sorgen. Sie verweisen auch auf Innovationspotenziale jenseits der selbstverständlichen Digitalisierung. Diese werden sowohl die Wirtschaft stärken als auch die Gesellschaft für das digitale Zeitalter befähigen.

KAMPF DER DIGITALISIERUNG

Wie Offliner die Wirtschaft ändern

Das Buch Je weiter das Internet in unseren Alltag vorstösst, desto mehr Widerstand regt sich, so Autor Joël Luc Cachelin im Buch «Offliner – Die Gegenkultur der Digitalisierung». Die Offliner bekämpfen die Digitalisierung, deren Treiber und Profiteure. Sie suchen nach Alternativen zur hyperdigitalen Zukunft. Das Buch hat 140 Seiten und erschien im Stämpfli-Verlag.



Der Autor Joël Luc Cachelin hat an der Universität St. Gallen Betriebswirtschaftslehre studiert und zur Zukunft des Managements doktriert. 2009 hat er die Wissensfabrik gegründet, ein Thinktank unter anderem für Personalmanagement.

Datum: 07.05.2015

Handelszeitung

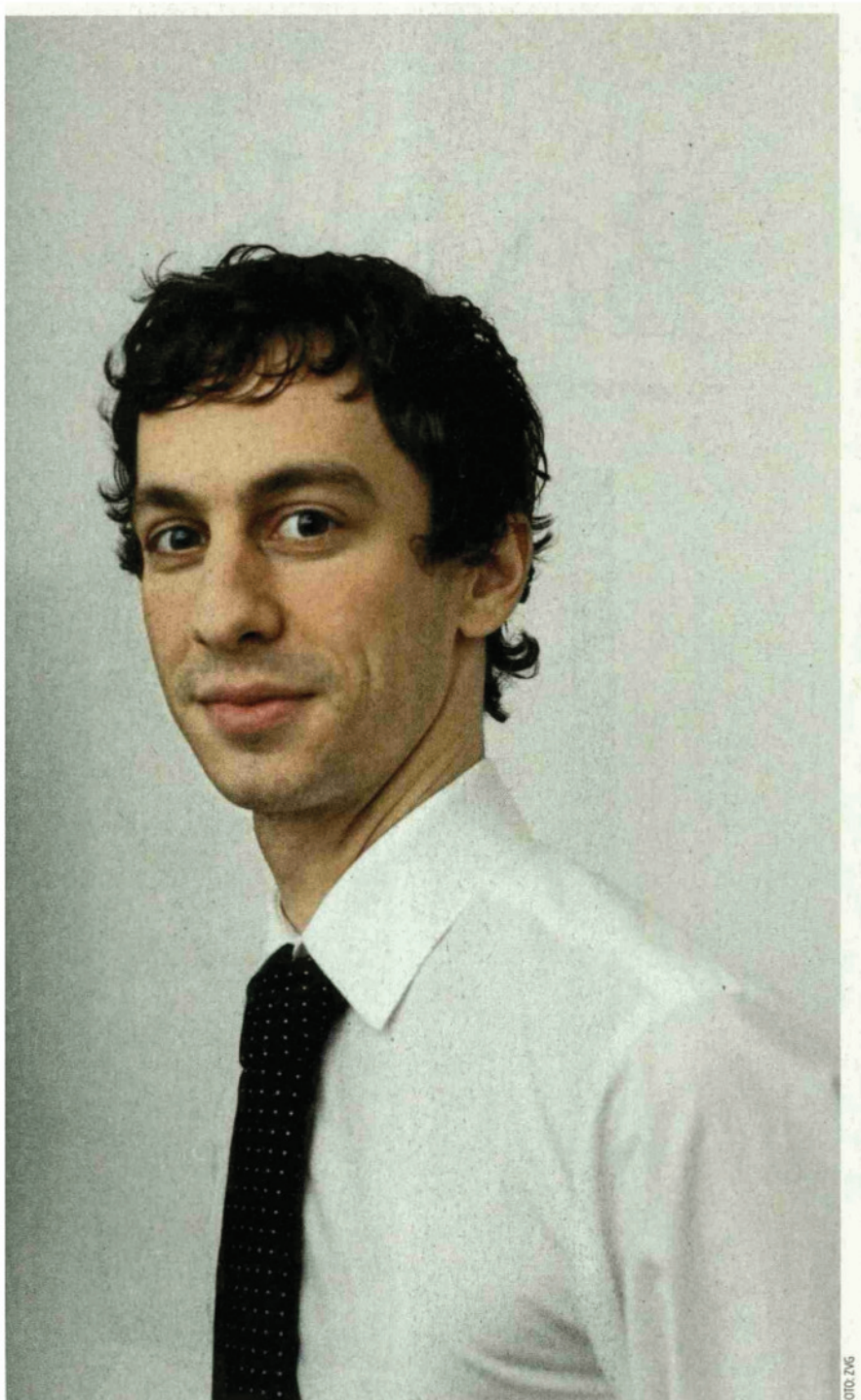


Stämpfli

Handelszeitung
8021 Zürich
043/ 444 59 00
www.handelszeitung.ch

Medienart: Print
Medientyp: Publikumszeitschriften
Auflage: 37'909
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 844.016
Abo-Nr.: 1076888
Seite: 27
Fläche: 75'291 mm²



Autor Joël Luc Cachein: «Es braucht mehr gesellschaftliche Reflexion.»