



iPhone-Besitzerinnen in Tokio: Großer Kindergeburtstag

KEIZO MORI / PICTURE ALLIANCE / LANDOV

ZEITGEIST

Glotzt nicht so romantisch!

Die Welt dreht durch, nur weil Apple ein neues Telefon vorstellt.

Von Ullrich Fichtner

In Bertolt Brechts Gedicht „700 Intellektuelle beten einen Öltank an“ ist die Reaktion der heutigen Welt auf neue Produkte aus dem Hause Apple ganz gut vorweggenommen. Es finden sich darin die Zeilen: „Gestern warst du noch nicht da / Aber heute / Bist nur du mehr.“ So sieht es aus, wenn der iKonzern zu neuen Präsentationen lädt: Die Welt dreht durch, sie vergisst alles andere und versammelt sich zum Götzendienst.

Diesmal heißt der neue Öltank iPhone 5: Die bejubelten Sensationen lauten, dass es ein wenig länger ist und ein bisschen flacher als seine Vorgänger. Dass auf dem Display eine Zeile mehr Platz für Applications ist; dass der Kopfhöreranschluss, man stelle sich vor, nicht mehr oben, sondern unten eingebaut ist. Diese Neuerungen werden global debattiert, als hätte Mose neue Gesetzestafeln vom Berg Sinai gebracht. Dabei könnte die einzig vernünftige Frage doch nur lauten: Na und?

Apple hat die Einwohner der wohlhabenden Welt binnen kurzem dazu erzogen, sich jedes Jahr ein neues Smartphone und dazu gleich ein neues iPad zu leisten. Diese Operation ist gelungen, weil der Konzern neben seinen zweifellos schönen Geräten eine Propagandamaschine laufen hat, wie es in der Weltgeschichte noch nie eine gab. Es fühlt sich in diesen Jahren so an, als begäben sich die Medien freiwillig auf die kollektive Kriechspur, wenn es darum geht, Apple zu besingen. Besungen werden revolutionäre Durchbrüche, obwohl es vielleicht nur um läppische Optimierungen geht.

Es herrscht eine Stimmung der zwanglosen Gleichschaltung: Die Öffentlichkeit und ihre Medien machen sich klein und stellen sich dumm vor Apples Markt-macht.

Kaum jemand wagt sich vor mit Kritik. Daran etwa, dass die Firma mit ihren erschöpflichen Geldreserven versucht, Konkurrenten im Zuge von Patentklagen kaputtzumachen. Kritik daran, dass sie die App-Produzenten – den SPIEGEL eingeschlossen – schröpft wie ein mittelalterlicher Wucherer. Kritik daran, dass ihre global so erfolgreichen iPhones tatsächlich nur sehr beschränkt (und kostenträchtig) international einsetzbar sind. Daran, dass es vielleicht nie zuvor ein gierigeres Unternehmen gegeben hat, das am liebsten an jedem Klick, den einer tut, ordentlich verdienen möchte.

Dass Apple nur sehr beschränkten Einblick in seine Produktionsketten gibt? Kein Problem. Dass die Firma insgesamt ungefähr so transparent ist wie ein latein-amerikanischer Narco-Staat? Geschenkt. Dass die Entscheidung für eine veränderte Hauptbuchse im neuen iPhone die Müllhalden mit Elektroschrott fluten wird? Nicht weiter schlimm. Wie ist diese Lässigkeit zu erklären? Warum stellen sich alle in den Dienst der kostenlosen Produktvermarktung?

Ein Grund muss darin liegen, dass die Fortschrittsgläubigen ihren Krieg mit den Maschinenstürmern gewonnen haben. Wer fortan nicht mit Haut und Haaren für die Digitaltechnik und all ihre Folgen ist, muss gegen sie sein. Wer nicht jedes neue iPhone mit glühendem Eifer emp-

fängt, muss ein Nörgler sein. Aber was wäre, wenn zu Pessimismus Anlass bestünde?

Es war einmal, lange bevor Apple Telefon und Computer verschmolz, da ging noch die Angst um, der Staat sammle zu viele Daten seiner Bürger. In einer berühmten Entscheidung prägte das Bundesverfassungsgericht den Begriff von der „informationellen Selbstbestimmung“, ohne zu ahnen, dass der Bürger sie eines Tages zur völligen Selbstaufgabe nutzen würde. Da kommen wir gerade an: In den USA mussten die Telefongesellschaften im Jahr 2011 in 1,3 Millionen Fällen Daten von Handy-Besitzern an Strafverfolgungsbehörden weitergeben, und das ist der Moment, in dem die größte anzunehmende Rasterfahndung beginnt und es aus ist mit jedweder Intimsphäre.

Ist es kulturpessimistisch, solche Gedanken anzustellen? Oder ist schon der ein Opfer der „digitalen Demenz“, dem sie gar nicht erst einfallen? Die Smartphones ersetzen gerade fortschreitend die analoge menschliche Interaktion. Der Einzelne verliert die Fähigkeit, kleine Pausen müßig, wartend zu verbringen, und er verliert – oder vergisst – die Möglichkeiten, sich ohne elektronisches Interface mit einem anderen auszutauschen. Wie weit wird das gehen? Und wird es gutgehen? Macht es amerikanische Babys schlauer, dass sie schon mit Daddys iPhone hantieren, ehe sie feste Nahrung aufnehmen können? Wer weiß das schon.

Verdächtig ist aber, dass sich ständig ein Wissenschaftler findet, der mit Großstudien beweist, dass all die Gadgets unsere Kinder intelligenter machen. Werden diese Forscher von der Industrie bezahlt? Woher stammen ihre Forschungsmittel? Es wäre an der Zeit, solche Fragen zu stellen. Einfach interessehalber.

Denn es ist an der Zeit, das Internet nicht mehr als großen Kindergeburtstag aufzufassen, sondern als epochemachendes Phänomen ernst zu nehmen. Die Firmen, die binnen kurzem zu den größten Konzernen der Welt aufgestiegen sind, sollten als solche behandelt werden: als Industriebetriebe, die Rechenschaft abzulegen haben und deren Marktmacht vernünftigen Kontrollen unterliegen muss.

Apple und Konsorten sind keine gemeinnützigen Vereine, auch wenn der Medienwirbel anderes vermuten ließe. Ihr Geschäftsziel ist nicht, unser Leben zu vereinfachen und zu verschönern. Ihr Ziel ist es, Profit zu machen, so viel wie möglich. Daran ist nichts auszusetzen. Aber wir, Journalisten, Konsumenten, Bürger, sollten aufhören, „romantisch zu glotzen“, nur weil irgendwo ein neuer Öltank in der Landschaft steht. Das ist auch ein Brecht-Zitat. Lohnt sich, den mal zu googeln. ◆