

Bereits vor dem Fernseher stellt sich das elementare Gefühl der Verlorenheit ein. Einschüchternd drohen zwei Fernbedienungen mit diversen «Home»- und «Source»-Buttons. Die Tasten sind in etwa so gross beschriftet wie das, was als «Ihr Name auf einem Reiskorn» einst in Fussgängerzonen verkauft wurde. Angeblich lassen sich mit der Fernbedienung 999 Programme ansteuern. Zusätzlich kann auf Mediatheken, Social Media und Streamingdienste zurückgegriffen werden. Wahrscheinlich bietet das Gerät, das sich für einen Smart-TV hält, auch eine Direktverbindung zum Hometrainer an.

Das Fernsehgerät mag smart sein, die Intelligenz des Smart-TV-Zuschauers endet oft schon bei der Frage, welche Fernbedienung wie und wofür zu benutzen wäre. Bevor ein ordinäres Champions-League-Spiel zu sehen ist, müssen die Receiver, Decoder und Empfangsboxen erst mal «booten» und sich dabei minutenlang aufplustern wie Ronaldo vor dem Freistoss.

Es gibt ein paar Illusionen im Leben, mit denen an dieser Stelle dringend aufgeräumt werden muss: erstens, dass die Menschheit sich vernünftig verhält – siehe Corona, Klima, Krieg –, zweitens, dass alles immer einfacher wird. Der Mensch mag zwar nach Komplexitätsreduktion streben, aber die Ingenieure und Produktentwickler tun wenig dafür, dass sich dies im Alltag auch bemerkbar macht. So bleiben wir der Fremdbestimmung und Überforderung durch immer komplexere Systeme ausgeliefert.

Der deutsche Autor und Intellektuelle Hans Magnus Enzensberger hat vor gut zwanzig Jahren über den «Zustand der sogenannten Multimedia-Branche» gespottet. Der lasse «sich am Gewirr der Kabel ablesen, über welche die Putzfrau stolpert». Hat sich seitdem wirklich so viel verändert, verbessert gar? Wer kürzlich einen neuen Computer in Betrieb genommen hat oder gar Dienstprogramme seines Arbeitgebers im Homeoffice synchronisieren wollte, wird über diese Frage müde lächeln. Enzensberger beklagte damals, dass digitale Medien «durch ihre Benutzerfeindlichkeit zwei Drittel der Bevölkerung von ihrem Gebrauch ausschliessen».

Das Hadern mit den eigenen Unzulänglichkeiten im Kampf gegen Betriebssysteme, Authentifizierungsterror und Haushaltsgeräte lenkt den Blick auf das Phänomen der «geplanten Obsoleszenz». Ob dieser schnelle Verschleiss kaum zu wartender Produkte («Made to break») tatsächlich Marketingstrategie der Hersteller oder eine moderne Legende ist, lässt sich schwer beurteilen. Der Tumbler, der nach vier Monaten nicht mehr funktioniert, wie auch das Ladekabel, das nicht mehr an das Nachfolgegerät desselben Herstellers passt, sprechen für die kapitalistische Verwertungslogik – die Billigheimer-Mentalität vieler Konsumenten hingegen für eine schwierige Balance zwischen Preis, Lebensdauer und Qualität eines Produkts.

Früher war nicht alles besser. Aber vielleicht manches einfacher, zum Beispiel in der Buchbranche. Neulich erzählte ein erfahrener Lektor, wie er «früher» neue Projektideen in einer internen Verlagsrunde vorstellte, bevor über Marktchancen und Veröffentlichung entschieden wurde: «Ich

habe mir Notizen auf einem Zettel gemacht und bin in die Programmrunde gegangen – heute dagegen», fährt er fort, «müssen 14 digitale «Items» ausgefüllt und Häkchen gesetzt werden, bevor über ein Buch geredet werden kann.»

Die Sehnsucht nach Vereinfachung wächst allerdings keineswegs nur dann, wenn man gerade zweistündige Haftstrafen in der Warteschleife einer IT-Abteilung absitzen muss, die ihren reibungslosen Ablauf vor allem in der korrekten Zusendung von Annahme- und Abgabe-Aufträgen dokumentiert («Konnten wir Ihr Problem zu Ihrer Zufriedenheit lösen?»).

Der marktwirtschaftliche Automatismus, wonach die Nachfrage ständig stimuliert werden muss, bringt die Leute erst um ihr Geld, dann um den Verstand. Wer braucht tausend TV-Programme, sechzehn Tumblerstufen, hundertsechzig Seiten Lektüre für den Geschirrspüler? Manchmal geht es auch im analogen Leben schlicht um zu viel Auswahl.

Vielleicht gehört es ja zum Zeigestolz der Ingenieure, sich nicht mit drei oder fünf Programmen für Tumbler oder Geschirrspüler abzufinden, sondern vielfältige Funktionen zu entwickeln. Warum? Weil sie es können. Aber: Kein Konsument braucht das wirklich.

Im Gespräch mit einem Entwickler, der schon für die Automobil- wie auch für die Computerbranche gearbeitet hat und unbedingt anonym bleiben will, taucht allerdings noch ein weiteres Argument auf. «Die Gesellschaft» verlange das. Es gehe oftmals um Moden – sowie um ökologisch-moralische Vorgaben, zum Beispiel die Forderung nach Energieeffizienz. «Vermutlich kommt der Tumbler nur bei einigen Programmen auf einen günstigen Energieverbrauch – aber dann trocknet er nicht», sagt der Entwickler. «Das ist ähnlich wie beim Abgasskandal. Die Hersteller haben die optimalen Emissionswerte ja erreicht, nur nicht bei realistischem Fahrbetrieb.» Die vielfältigen Wahlmöglichkeiten bei technischen Geräten gebe es nur, damit in manipulierten Tests die strengen Normen eingehalten werden könnten.

Es liegt also am kollektiven schlechten Gewissen, wenn die Menschen überfordert sind von Dutzenden Programmen für den Normal- und Ökobetrieb an jedem Föhn und Toaster und sich über ihr moralisches Greenwashing freuen, sobald sie irgendwo eine Spaltaste drücken können.

Zu simpel darf es allerdings auch nicht sein, sonst droht Unterforderung – wovor unter dem Schlagwort «Bore-out» längst in Zeigefinger-Ratgebern gewarnt wird. Die Mitte zwischen chronischer Überforderung einerseits und dem Wunsch nach dem Einfachen und Übersichtlichen andererseits ist schwer zu finden.

Schon bald wird sich die Frage nach der Balance wieder konkret stellen, wenn es im Streamingdienst ein Angebot gibt, das man nicht ablehnen kann. Mal sehen, wer gewinnt, das Gerät oder die Nutzer.

*Nach Werner Bartens im «Tages-Anzeiger» vom 1.6.2022*