

DIE REVOLUTION, DIE KEINE WAR

Text Guido Mingels

15 Jahre Internet: Hat es die Welt verändert? Nein: umgekehrt. Die digitale Revolution ist im Alltag angekommen. Eine Zwischenbilanz.

«Ich bin drin! Das ist ja einfach!» Im legendären Werbespot für AOL sitzt Boris Becker mit offenem Mund vor seinem Computer, ungläubig staunend darüber, was ihm gelungen war: der Zugang zum Internet. Das war 1999, und Becker war spät dran. Die neue Technologie hatte in den Neunzigern nach und nach die meisten Büroräume und Haushaltungen der Ersten Welt besiedelt, wie ein neues, sehr zutrauliches Tier war es zu den Menschen gekommen, um sich bei ihnen einzunisten, um mit ihnen zu leben. Manche hielten es für heimtückisch und gefährlich. Andere für das Beste, was uns je passiert war.

15 Jahre ist es her, seit Tim Berners-Lee, einer der Erfinder des Internets, am Weihnachtsabend des Jahres 1990 am Cern in Genf die erste Website der Welt aufschaltete: www.info.cern.ch. 15 Jahre Internet also, und die Onliner können sich gar nicht mehr erinnern, wie das Leben vorher war. Es ist an der Zeit für einen klärenden Blick zurück: Was hat das Ding gebracht? Wie nutzen wir es? Welche Prophezeiungen haben sich erfüllt, welche nicht? Wohin führt das alles?

Jedes neue Medium wird begleitet von grossen Hoffnungen und grossen Ängsten. Der Buchdruck und später die Alphabetisierung erschreckten die gebildete Oberschicht, deren Informationsprivileg bedroht wurde. Der Hörfunk stand im Anschluss an Bertolt Brechts Radiotheorie im Verdacht eines Repressionsinstruments. Und die berühmteste kulturkritische Formel zum Fernsehen ist ein Buchtitel von Neil Postman: «Wir amüsieren uns zu Tode.»

Nun, wir leben noch. Weder das Buch noch das Radio, noch das Fernsehen haben die Welt zerstört, aber sie haben sie auch nicht zum Garten Eden gemacht. Auch das Internet hat das nicht geschafft, obwohl die Heilserwar-

tungen nicht grösser hätten sein können. Blättert man, nur zehn Jahre danach, noch einmal durch die Prophezeiungen der Wortführer der digitalen Revolution, kann einem schwindlig werden. Es wurden in den Neunzigern der Reihe nach proklamiert: der Zusammenbruch aller Hierarchien, die Abschaffung des Körpers, die Überwindung physischer Arbeit, die Substituierung der Realität durch virtuelle Welten, die Auflösung der Staaten zu Gunsten von Online-Nationen, die Marginalisierung der Güterindustrie und der Sieg über den physischen Tod durch Speicherung des Bewusstseins auf unvergänglichem Silizium.

Diese Fantasien, eine Art begleitender Schamanengesang zur New Economy, währten nur kurz. Doch andere Internet-Mythen und Missverständnisse halten sich hartnäckig und prägen den Umgang von Politik, Behörden, Firmen und Privaten mit der neuen Technologie bis heute.

Das Internet war noch nicht alt, da tauchte schon das Gespenst des «digital divide» auf und wich nicht mehr von seiner Seite. Die digitale Spaltung, so argumentieren die Warrufer bis heute, führe zu einer Zweiklassengesellschaft von denen, die «drin» sind, und denen, die draussen bleiben; von «information-haves» und «information-have nots». Global gesehen verläuft dieser Graben in der Theorie zwischen unvernetzter Dritter und vernetzter Erster Welt, national gesehen zwischen Online- und Offline-Bürgern desselben Staates. Die Annahme: Wer surft und mailt, hat Zugang zur Informationsgesellschaft, wer nicht: nicht. Letzteres sollte verhindert werden.

Dutzende Studien präsentierten Ergebnisse mit Ausrufezeichen: Alte Leute nutzen das Internet sehr viel weniger als junge Leute! Frauen sind weniger online als Männer! Einkommensstarke besit-

< Im selben Jahr bestritt der legendäre Leimener in Wimbledon gegen Patrick Rafter sein letztes offizielles Tennisspiel und zeugte anschliessend am selben Abend in einer Besenkammer des Londoner Nobel-Japan-Restaurants Nobu ein Kind. >

< Eigentlich ist es ja schon viel älter:

- 1969** Die ersten vier Knoten des militärischen ARPANET gehen in Betrieb
- 1972** Ray Tomlinson entwickelt das erste E-Mail-Programm
- 1973** Transmission Control Protocol (TCP) publiziert
- 1984** Domain Name System (DNS) entwickelt
- 1987** Der Begriff «Internet» entsteht, 27 000 Rechner sind vernetzt
- 1989** Tim Berners-Lee schreibt die erste Fassung seines Papers «Information Management: A Proposal», der erste Entwurf für die Entwicklung des World Wide Web
- 1990** Das militärische ARPANET wird ausser Betrieb genommen
- 1990** Tim Berners-Lee und Robert Cailliau veröffentlichen das Konzept für ein weltweites Hypertext-Projekt
- 1991** Das WWW wird im Europäischen Kernforschungslabor CERN eingesetzt
- 1993** Marc Andreessen entwickelt den ersten Browser, Mosaic, und macht ihn für alle frei zugänglich
- 1994** Mit dem Browser Netscape beginnt die Massenverbreitung des Web
- 1996** 55 Millionen User weltweit
- 1999** Napster bringt die Musikindustrie in Nöte
- 2000** 250 Millionen User
- 2003** 600 Millionen User
- 2005** 900 Millionen User >

< In ihrer «Magna Charta für das Informationszeitalter» schrieben die Technologie-Theoretiker Esther Dyson, George Gilder und Jay Keyworth 1994: «Das zentrale Ereignis unserer Zeit ist der Sieg über die Materie. Die Macht des Geistes übersteigt überall die rohe Kraft der Dingwelt. Die Bedeutung von Freiheit, Selbstorganisation, Privatbesitz, Wettbewerb, Gemeinschaftssinn und Fortschritt – all dies wird neu definiert werden im Wissenszeitalter. Genauso wie diese Werte neu definiert wurden zur Zeit der industriellen Revolution vor 250 Jahren.» >

< In den USA sind 75 von 100 Einwohnern online, in Afrika nicht einmal jeder hundertste (in der Schweiz sind es ca 70). Die rund 15 Prozent der Weltbevölkerung, die Internetzugang haben, leben zu 90 Prozent in Nordamerika, Europa und im asiatisch-pazifischen Raum. >

< (Benutzt zum Beispiel noch irgendjemand ein Telefonbuch?) >

zen zwanzigmal eher einen Internetanschluss als Einkommensschwache! Ein einflussreicher Report des US-Commerce-Department hielt 1999 besorgt fest, dass in den USA durchschnittlich mehr Weiße einen Internetanschluss haben als Schwarze oder Latinos. Nach all diesen Erkenntnissen verlief die digitale Kluft plötzlich nicht mehr nur dem globalen Nord-Süd-Gefälle entlang, sondern folgte den Grenzen von Alter, Geschlecht und Rasse. Und sie schien tief zu klaffen.

In der Technikeuphorie der Neunzigerjahre waren sich Behörden, Politiker, Unternehmen, Medien und viele Wissenschaftler ungewöhnlich schnell einig: Jeder muss ans Netz, und wer zu spät kommt, den bestraft das Leben. Die internationale Entwicklungshilfe hatte ein neues Spielfeld. Die Uno gründete den «Digitalen Solidaritätsfonds», um gegen die «ungleiche Verteilung und Nutzung der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien» vorzugehen. Im November dieses Jahres werden sich Hunderte von Regierungsvertretern und Hilfsorganisationen in Tunis zum «Weltgipfel der Informationsgesellschaft» treffen, um die Korken knallen zu lassen, weil wieder ein paar Gemeindebibliotheken in Tansania ans Netz angeschlossen wurden. Der erste Teil dieses digitalen Fördergipfels fand übrigens vor zwei Jahren in Genf statt, was den Bund als Gastgeber 20 Millionen kostete. Es geschah an diesem Gipfel, dass sich einige afrikanische Spielverderber zu Wort meldeten und zu bedenken gaben, dass es in ihren Ländern dringendere Probleme gebe als fehlende Breitbandanschlüsse. Denn selbst wenn man mit Hilfe von magischen Kräften die gesamte Dritte Welt morgen ans Netz anschliessen könnte, es würde wenig helfen. Ein Computer ist nutzlos, wenn man nicht lesen kann, keine Elektrizität hat und Hunger leidet.

In der Schweiz erklärte der Bundesrat 1998 im Grundsatzpapier «Strategie für eine Informationsgesellschaft Schweiz» den «Zugang für alle» zum Ziel: «Alle Einwohnerinnen und Einwohner der Schweiz sollen chancengleichen Zugang zu den neuen Informations- und Kommunikationstechniken erhalten, um sie ihren Bedürfnissen ent-

sprechend nutzen zu können.» Im Umgang mit Internet und E-Mail sah der Bundesrat «die Möglichkeit zu einer Erweiterung der Handlungsfähigkeiten und Kommunikationsmöglichkeiten der einzelnen Personen, zur Knüpfung und Vertiefung von grenzüberschreitenden, multikulturellen Kontakten, aber auch zu einer positiven Entwicklung der offenen und demokratischen Gesellschaft in kultureller Eigenständigkeit und Vielfalt». Die Erwartungen waren hoch und die Förderbudgets auch.

In Bern rief man die Koordinationsgruppe Informationsgesellschaft (KIG) ins Leben (mittlerweile «Interdepartementaler Ausschuss Informationsgesellschaft»), und es kam rasch schweizweit ein eigentlicher Initiativenwettbewerb in Gang, der längst seltsame Blüten treibt. So schlägt das Bundesamt für Kommunikation unter dem Patronat von Bundesrat Moritz Leuenberger jährlich einige Kämpfer gegen die digitale Kluft zu «Rittern der Kommunikation» – so heisst die Auszeichnung. Unter den bisherigen Preisträgern waren etwa die Diplommittelschule Muttenz mit dem Projekt «Jugendliche Webcoaches für Seniorinnen und Senioren», das unter dem Motto «Kampf dem digitalen Analphabetismus» stand. Ausgezeichnet wurde auch eine Bündner Initiative, die sich zum Ziel gesetzt hat «in der Ziegenwirtschaft Beschäftigten aus dem Puschlav und dem Veltlin Weiterbildung mit Hilfe von Informations- und Kommunikationstechnologien anzubieten».

Zwei entscheidende Fragen gingen jedoch in der digitalen Fördereuphorie vergessen: 1. Ist die digitale Spaltung wirklich eine digitale oder war sie vielleicht schon vorher da? 2. Macht der Zugang zum Internet für den Bürger wirklich einen Unterschied, der den Staat zu interessieren hat?

Alte und Arme, Farbige und Frauen haben gemäss den Studien zum «digital divide» geringeren Zugang zum Internet: Nie erhoben wurde dabei jedoch, ob junge Menschen eher ein Skateboard besitzen als alte, ob mehr Frauen als Männer die «Vogue» abonniert haben und wie hoch die Wahrscheinlichkeit ist, dass gut Verdienende eher einen Offroader, einen reinrassigen Hund und ein Haus besitzen als schlecht Verdie-

< Die Beamten verstiegen sich schon bald zu windigen Aussagen: «Man darf sagen, dass die Kenntnisse zur Nutzung moderner Informations- und Kommunikationstechnologien – etwa das Bedienen einer PC-Tastatur, eines Handy oder das Surfen im Internet – heute schon zu den sog. «Kulturtechniken» gehören wie Lesen, Schreiben und Rechnen.» Aus: «Digitale Spaltung in der Schweiz – Bericht zuhanden des Bundesrates, 2004» >

< siehe www.infosociety.ch >

< Aus der «Basler Zeitung»:
Frage: Moritz Leuenberger, wofür steht der «Ritter der Kommunikation»?
Leuenberger: Der Ritter ist ein Symbol. Ritter steht für Werte aus einer früheren Zeit. Beim Wort Kommunikation denken viele Leute vielleicht «alles nur Englisch» oder «Elektrosmog», «Antennen», grauenvoll. Aber gerade im Titel «Ritter der Kommunikation» ist eigentlich schon das gesamte Spannungsfeld der Glorifizierung der Vergangenheit und gleichzeitig der Angst vor der Zukunft enthalten.
Frage: Welche Ziele verfolgt der Ritter der Kommunikation?
Leuenberger: Der «Ritter» ist ein Symbol für eine gute Tat. Es ist nicht nur so, dass man eine Zwei-Klassen-Gesellschaft vermeiden kann. Man kann mit den neuen Technologien auch neue Schichten zusammenführen. >

< Der Nutzen des 100-Dollar-Laptops, einer Initiative vom MIT-Media-Lab-Gründer Nicholas Negroponte mit dem Ziel, mehr Leuten in der Dritten Welt den Besitz eines Computers zu ermöglichen, wird sich erst noch erweisen müssen. >

< Das Problem, wenn es denn eines ist, löst sich vermutlich von allein, denn die Sexkluft scheint sich in dem Masse zu verkleinern, wie die Technologie benutzerfreundlich wird – das zeigen Statistiken aus verschiedenen Ländern. Während für Männer in den Kinderjahren des Internets ein nicht geringer Reiz dieser Technologie darin bestand, das Ding überhaupt zum Laufen zu bringen, konnten sich Frauen wenig begeistern für rumpelnde Modems und TCP/IP-Protokolle, und sie begriffen dauerabstürzende Programme auch nicht als Herausforderung, sondern als Ärgernis. Frauen fahren auch lieber Autos, als sie zu reparieren. Die Sexkluft wird verschwinden, wenn das Internet dauerhaft zuverlässig und benutzerfreundlich funktioniert. >

< 95 Prozent aller Afghanen und Hovawarts sind im Besitz der reichsten 3 Prozent der Weltbevölkerung. (Diese Statistik ist frei erfunden.) >

< Darf man das wirklich sagen? Nein. Das Bedienen einer PC-Tastatur ist eine Anwendungsform der Kulturtechnik Schreiben. Um Handy-Gespräche zu führen, muss man eine Sprache sprechen und Nummern wählen können, mehr nicht. Und das Surfen im Internet ist eine Anwendung der Kulturtechnik Lesen. Das Internet ist ein Medium, das die Kulturtechniken des Lesens und Schreibens erfordert, aber es ist nicht selbst eine Kulturtechnik, genauso wenig wie Zeitunglesen und Fernsehschauen Kulturtechniken sind. >

< Sehr viel nützlicher wäre ein Gratis-Handy, denn in der Mobiltelefonie besteht ein digitales Nord-Süd-Gefälle, das zuzuschütten sich tatsächlich lohnen würde: Eine Studie hat gezeigt, dass Mobiltelefone in Entwicklungsländern, wo die Mehrheit keinen Zugang zur traditionellen Festnetztelefonie hat, einen doppelt so hohen Einfluss auf die Produktivität haben wie in der Ersten Welt. Es ist leicht zu sehen, warum: Das Handy ist ein enorm niederschwelliges Kommunikationsmittel, es ist unabhängig von permanenter Elektrizitätszufuhr und kann auch dann benutzt werden, wenn man weder schreiben noch lesen kann. >

< Negroponte ist zweifellos der unterhaltsamste Web-Fantast von allen. «In der Zukunft werden Computerbildschirme vielleicht flüssig sein und in Literpackungen verkauft, als Anstrichfarbe. CD-ROMs werden essbar sein, und es wird Prozessoren zum Einreiben geben wie Sonnencreme. Oder wir werden in unseren Computern leben.» (Aus «Being Digital», 1995) >



< 63 Prozent der Männer in der Schweiz sind online, aber nur 42 Prozent der Frauen. >

nende. Soll heissen: Zugang zum Internet ist in erster Linie eine Frage des Einkommens (man muss sich einen Computer leisten können) und der Bildung (man muss mit den Informationen etwas anfangen können). Zweitens – und das gerät durch die Opferperspektive, durch welche die «digital divide»-Debatte geführt wird, ebenfalls aus dem Blick – kommen viele Offliner aus freien Stücken ohne Internet aus. Es ist nicht eine Frage des Nichtkönnens, sondern des Nichtwollens. Dass ältere Menschen weniger anfangen können mit dem World Wide Web als junge, hat weniger damit zu tun, dass dessen Handhabung für sie zu kompliziert wäre, als damit, dass sie ihren Alltag hervorragend ohne Internet bewältigen können. Statt unmotivierten Rentnern den Umgang mit der Maus beizubringen, sollte man ihnen besser das schlechte Gewissen nehmen und ihnen sagen: Ihr müsst nicht ins Internet! Ihr müsst wirklich nicht!

Die digitale Spaltung ist also insgesamt nur ein *Sekundärphänomen*, sie ist nicht selbst ein Problem. Die sozialen Unterschiede, denen entlang sie ver-

läuft, bestehen zwischen gut und schlecht Verdienenden oder zwischen gut und schlecht Gebildeten – und diese Ungleichheit besteht eben nicht wegen der ungleichen Internetnutzung auf den beiden Seiten, geschweige denn könnte sie aufgehoben oder gelindert werden durch den Zugang aller zum Netz.

Die Onliner und die Offliner

Auf die zweite Frage, die vergessen ging, folgt eine noch desillusionierendere Antwort. Die Logik der Förderung geht davon aus, dass Onliner gegenüber Offlinern bestimmte Vorteile haben. Erst dadurch erhält staatliche Förderung des Internetzugangs überhaupt eine Legitimation. Die Ungleichheit des Zugangs zu den Informationstechnologien müsste sich also niederschlagen in einer Ungleichverteilung verschiedener Ressourcen. Hat, wer mit modernen Kommunikationstechnologien umgehen kann, tatsächlich die besseren Berufschancen, erbringt er bessere schulische Leistungen, ist er ganz allgemein besser informiert, nimmt er stärker am Gemeinschaftsleben teil, hat er besseren Zugang zu Kon-

< 72 Prozent der Schweizer mit einem Einkommen von über 8000 Franken haben Internetzugang; bei Einkommen von unter 4000 Franken beträgt der Anteil 16 Prozent. >

< 80 Prozent der Schweizer Hochschulabgänger nutzen das Internet; 16 Prozent sind es bei denen, die nur die obligatorische Schulzeit absolviert haben. >

< Obwohl: Das wohl auch. Schon mal einen Rentner am Touch-Screen-Bildschirm eines SBB-Ticketautomaten beobachtet? Und auch die Frage des älteren Bürokollegen, der vor ein paar Jahren dem Internet nicht mehr ausweichen konnte, hängt mir noch im Ohr: «Was soll das heissen, «doppelklicken?»» >

< «Ich war noch nicht eine Sekunde meines Lebens im Internet.» Sagt stolz Ex-FDP-Nationalrat Ernst Mühle- mann in diesem «Magazin», Seite 46. >

< (Ich hätte gedacht, es wären viel mehr.) >

Anzeigentafel im flippigen B0er-Look. Beim MINI aufregendes Seven-Interieur. Punkt für beide.

16 Lämpchen. Aber kein Fernlicht. Punkt für den MINI Seven.

Reifen? Fehlentzeige. Dicker Bonuspunkt für die Leichtmetallräder des MINI Seven.

Jede Partie kostet. Beim MINI Seven ist zumindest die Probefahrt gratis. Knapper Punkt für den MINI Seven.

MINI SEVEN SCHLÄGT FLIPPERKASTEN 7:3.

sumgütern? Nur Letzteres ist unbestritten: Onliner kommen eher zu billigen Flugtickets als Offliner, es steht ihnen eine schier unendliche Auswahl an anonym konsumierbaren Erotikangeboten zur Verfügung, und sie können im Netzwerk mit anderen wochenlang Online-Spiele wie «Counterstrike» oder «Painkiller» spielen. Aber das sind nicht die Vorteile, die den staatlichen Funktionären und NGOs, welche die digitale Kluft zuschütten wollen, vorschwebten.

Eines der wichtigen Felder der staatlichen Förderung war von Anfang an die Schule – und auch hier sind einige Fragezeichen zu setzen. In der Schweiz unterstützt die Swisscom mit der Initiative «Schulen ans Internet» die Vernetzung der Volksschulen und rühmt sich, dabei «ihre gesellschaftliche Verantwortung als Schweizer Grossunternehmen wahrzunehmen», da sie so «direkt und nachhaltig das Bildungssystem der Schweiz unterstützt». Swisscom will bis 2006 «alle 5000 Schweizer Schulen breitbandig und kostenlos anschliessen» und übernimmt dabei den allergrössten Teil der Installationskosten und alle Gebüh-

ren. Der wohlwäterische Gestus der halbstaatlichen Unternehmung ist jedoch insofern fragwürdig, als sie mit dem Projekt «Schulen ans Internet» vor allem eines betreibt: Pflege zukünftiger Kundschaft. Wer in einem liberalisierten Markt seine Kunden schon als Kinder an die eigene Marke gewöhnen kann, hat zweifellos einen Wettbewerbsvorteil. Denn abgesehen davon, dass man vernetzte Schüler mit einer Technologie bekannt macht, die sie in der Regel ohnehin schon besser beherrschen als ihre Lehrer, hat der Einsatz des Internets an Schulen bis heute keinerlei erwiesene positive Auswirkungen auf schulische Leistungen.

Die Kernkompetenz eines fitten Teilnehmers der Informationsgesellschaft ist eben diese: Informiertheit. Stimmt die These von der digitalen Spaltung, dann müssten Onliner nicht nur besser informiert sein als Offliner, sondern sie müssten diese Kompetenz gerade deshalb haben, weil sie Onliner sind. Jüngere Forschungen legen nun aber erneut das umgekehrte Verhältnis von Ursache und Wirkung nahe: Eine Zürcher

< Hier war das Internet tatsächlich bahnbrechend: Es hat Pornografie mehrheitsfähig und alltäglich gemacht. Nach E-Mail-Diensten, aber noch vor Wetterauskünften sind Erotikangebote die zweitmeistgefragte Ressource auf dem Netz. >

< «Engage in a realistic brand of counter-terrorist warfare. Take out enemy sites. Rescue hostages. Your role affects your team's success. Your team's success affects your role.» (Macht wahnsinnig Spass.) >

< Für eine Studie der Bertelsmann-Stiftung wurden an einem Gymnasium im deutschen Gütersloh 300 Schüler mit Laptops ausgestattet, damit sie in der Schule und zu Hause multimedial lernen können. In dem mehrjährigen Versuch wurden die Leistungen der Laptop-Schüler mit jenen der Nicht-Laptop-Schüler verglichen. Ergebnis: Die Laptop-Schüler haben eine höhere Computer-Kompetenz als die Nicht-Laptopper, für alle anderen Qualifikationen jedoch hat der multimediale Unterricht keine Unterschiede erbracht. Mit anderen Worten: Schüler am Netz sind nicht besser als Schüler ohne Netz. Eine weitere, von der Universität München durchgeführte Untersuchung mit einer Datenbasis von 174 000 Studenten in 31 Ländern kam zum Schluss, dass Studenten, die häufig Computer benutzen, akademisch schlechter abschneiden als jene, die den Computer selten oder gar nicht nutzen. >

Dank Klimaanlage Immer schön kühl. Am Flipper kommt man dagegen schnell ins Schwitzen. Punkt für den MINI Seven.

Spektakuläres Solar Red. Lackierung des Flipperkastens auch ziemlich auffallend. Punkt für beide.

Cooler weisse Blinkleuchten. Allerdings: Flipperkasten hat auch grüne und blaue. Punkt für den Flipperkasten.

Schön dezent: das Seven-Logo. Flipper gibt's nur mit riesigem Schriftzug. Punkt für den MINI Seven.

Spass, mit dem nur schwer mitzuhalten ist: das neue Sondermodell MINI Seven. Was so viel Nervenkitzel kostet? Glauben Sie uns, auch der Preis wird Sie begeistern. Am besten vereinbaren Sie gleich eine Probefahrt. Mehr Informationen auf MINI.ch **LET'S MINI.**

Studie hat untersucht, wie sich Internetzugang auf politische Informiertheit auswirkt. Ergebnis: gar nicht. Zwar sind nach dieser Studie Onliner besser informiert als Offliner – aber sie waren es vorher schon. Onliner sind auch politisch aktiver, nehmen öfter an Wahlen und Abstimmungen teil und lesen mehr Zeitung als Offliner – deshalb interessieren sie sich auch eher fürs Internet.

Wenn aber Internetnutzung nicht die Voraussetzung, sondern vielmehr die Konsequenz der Teilnahme an der Informationsgesellschaft ist, warum sollte sich der Staat dann hier für Gleichverteilung einsetzen? Anders gefragt: Warum bringt der Staat nicht jedem Bürger das Autofahren bei und besorgt ihm ein Automobil, wenn doch die individuelle Mobilität ein so wichtiger Faktor zur Teilnahme an der Gesellschaft ist? Weil es nicht seine Aufgabe ist. Der Staat hat Strassen zu bauen, damit die Autos drauffahren können, mehr nicht. Ebenso wenig muss der Staat aber seinen Bürgern beibringen, wie man das Internet benutzt, geschweige denn muss er ihnen Computer zur Verfügung stellen.

Diese Dinge kann er getrost dem Markt überlassen.

Blogs sind keine Alternative

Ein Internet-Mythos jüngerer Datums ist jener der Weblogs als fünfter Macht im Staat, die die herkömmlichen Massenmedien als Informationslieferanten ablösen werden. Weblogs oder Blogs sind so etwas wie Online-Tagebücher, die jedermann führen kann und die jedem zugänglich sind. Die Zahl der Blogs wird weltweit auf 16 Millionen geschätzt. Einträge werden laufend von Lesern kommentiert und mit Links versehen, sodass sich zu jedem erdenklichen Thema rasch freie Diskussionen und ganze Informationsnetze durch das Internet spannen. Während sich die überwiegende Mehrzahl dieser Weblogs öffentlich irrelevanten Themen wie Liebeskummer, Motorradesign oder Blumenbeeten widmet, verstehen sich politische Blogs als Gegenöffentlichkeit zu den Massenmedien. Ihr Konzept ist das des Bürgerjournalismus, und es gibt Webseiten wie etwa www.instpundit.com, die an

< Mirko Marr: «Internetzugang und politische Informiertheit – Zur digitalen Spaltung der Gesellschaft». UVK, Konstanz 2005. >

< Aus irgendeinem Blog:
Irgendeinisch: gestern hatte ich das gefrierfach nicht richtig geschlossen, so ist dann der inhalt etwas angetaut. und weil man eis, dass bereits mal aufgetaut war, nicht mehr lange aufbewahren soll, habe ich gerade eine riesige portion gegessen. vorher war mir ein wenig kalt, jetzt ist mir eiskalt.
Monoblog: bettsocken montieren und ne wärme flasche vielleicht...? :-)
Irgendeinisch: bettsocken mag ich nicht, aber eine wärme flasche wäre glaub dringend nötig, oder ganz viele decken übereinander :-)
Monoblog: ja, oder sonst so...!?!
Jean luc: Hier ists auch eisig draussen.
Monoblog: herbstlich-eisig-übel-kalt...
Quichi: oh meine mitte (tochter) hat den gefrierschrank auch mal offen gelassen das war ärgerlich wir konnten alles weg schmeissen was drin war (er war voll gestopft wir waren grad einkaufen) er war die ganze nacht auf uns war das risiko zu hoch es noch mal zu frieren
Irgendeinisch: auweia, bei einem ganzen gefrierschrank ist das dann echt teuer. >

< Nicht weniger als 89 Prozent aller Internet-Nutzer, die 2004 im Web auf die Suche nach politischen Information gingen, wählten zu diesem Ziel die Adressen herkömmlicher News-Organisationen. >

10% mehr Raum für Ihre Wäsche


In herkömmlichen Waschmaschinen geht es ziemlich eng zu und her. Dabei braucht es Raum, um schnell, schonend und sparsam zu waschen. In der neuen Raumtrommel von Schulthess bekommt Ihre Wäsche endlich den Freiraum, den sie braucht.

Das sind die Vorteile der neuen, in der Schweiz hergestellten Spirit XL von Schulthess mit Free Floating Technologie:

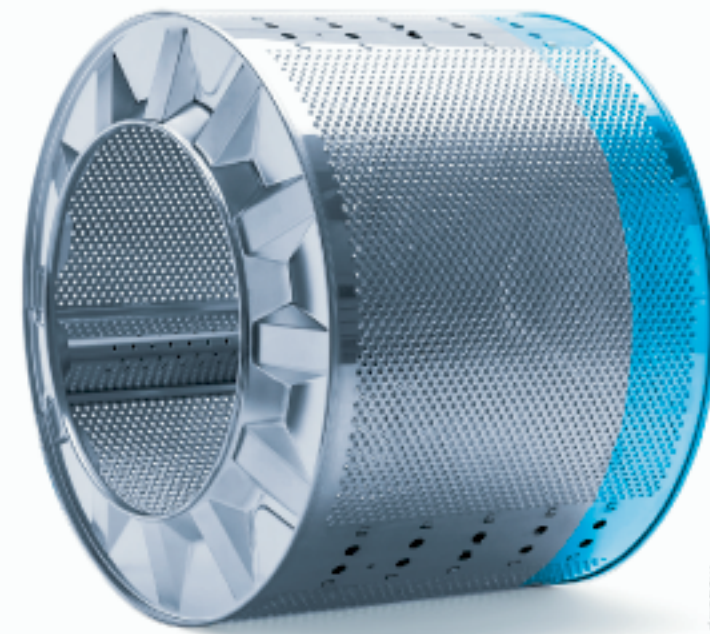
- bessere Wasch- und Spülresultate
- kürzere Waschzeiten
- weniger Knitterbildung.

Verlangen Sie unsere Broschüre oder besuchen Sie uns im Internet.



Der Schweizer Waschautomat mit AAA-Zertifikat nach EU-Norm 

A	Beste Energieeffizienz
A	Beste Waschwirkung
A	Beste Schleuderwirkung



einem guten Tag 250 000 Besucher verzeichnen.

Grosse Aufmerksamkeit kam den Bloggern beim Tsunami-Unglück zuteil, als in zahlreichen Blogs und schneller als in herkömmlichen Medien eine Fülle von Augenzeugenberichten publiziert wurde, die die Anwesenheit traditioneller Reporter überflüssig zu machen schien. Im amerikanischen Wahlkampf 2004 schossen Blogs wie Pilze aus dem Netz, um wild wuchernde Fakten, Gerüchte, Verschwörungstheorien und Medienkritiken auszutauschen. 32 Millionen US-Amerikaner sagen, dass sie politische Blogs lesen, das entspricht 9 Prozent aller amerikanischen Onliner. Demgegenüber haben allerdings 62 Prozent aller US-Onliner keine Ahnung, was ein Blog überhaupt ist. Trotzdem hatte die Blogosphäre zumindest in einem wichtigen Punkt Einfluss auf den Verlauf des Wahlkampfes: Es war ein Blogger, der als Erster Hinweise darauf öffentlich machte, dass ein Bericht der renommierten CBS-Sendung «60 Minutes» zweifelhaft war, in der George W. Bush vorgeworfen wurde, er habe sich

um seine Dienstzeit in der texanischen Nationalgarde gedrückt. Die «Memo-Gate»-Affäre, die Bush zunächst politisch schwer zu schaden schien, wandte sich damit gegen die CBS und deren Starmoderator Dan Rather selbst und endete mit der Freistellung Rathers.

Dieses Beispiel – der meistzitierte Beweis für die Macht der Blogger – zeigt aber gleichzeitig deren Grenzen auf. Es wäre niemals zu «Memo-Gate» gekommen, wenn die herkömmlichen Medien die Geschichte nicht aufgegriffen hätten. Erst dadurch entstand ein breites Interesse am Thema und ein öffentlicher Druck. Blogs können zwar unter Umständen Themen initiieren und Informationen bereitstellen, aber sie können ohne die Rezeption durch die traditionellen Massenmedien keine öffentlichen Debatten generieren. Was die Blogosphäre nicht verlässt, bleibt wirkungslos. Blogs sind damit nicht Subjekt, sondern Objekt der Berichterstattung. So erfuhr das grosse Publikum von der Bedeutung der Blogs während der Tsunami-Welle nicht deshalb, weil es die Blogs gelesen hätte, sondern weil in Fernse-

hen, Zeitungen und Radio darüber berichtet wurde. Blogs sind damit zwar eine – willkommene – Ergänzung zu den traditionellen Massenmedien, aber sie können kein Ersatz für sie sein.

Die Grenze der Bedeutung der Blogs hat mit der Aufmerksamkeitsökonomie des Publikums zu tun, das möglichst rasch möglichst richtige Informationen will. Statt sich also durch das chaotische Dickicht der Blogosphäre zu quälen, ist es für den Medienkonsumenten eine rationale Entscheidung, sich auf den Filter der Massenmedien zu verlassen, welche die Blogs mitbeobachten. Es ist denn auch kein Zufall, dass die mit überwältigendem Abstand meistgenutzten politischen Informationsquellen des Internets die Websites der traditionellen Massenmedien sind, also www.newyorktimes.com, www.cnn.com oder Meta-Seiten wie die Yahoo-News, die Meldungen von Agenturen und anderen traditionellen Informationsquellen bündeln.

Internet ist kein Massenmedium

Das führt weiter zu der Frage, ob das Internet (und mit ihm die Blogs) über-



haupt die Funktion eines Massenmediums im engeren Sinn ausüben kann. Eine grundlegende Schwierigkeit des Internets ist dessen diffuse Verbreitung: Anders als das Publikum einer TV- oder Radiosendung oder die Leser eines Printprodukts bilden Besucher einer Website weder zeitlich noch örtlich auch nur annähernd eine Einheit. Internetkonsum stellt keine geteilten Erfahrungen her, die Masse, die hier kommuniziert, lässt sich nicht umgrenzen. Damit ist es schwer, wenn nicht unmöglich, via Internet öffentliche Ereignisse zu schaffen. Ein öffentlicher Hype gar, wie ihn etwa Fernsehformate wie «Big Brother» oder die Castingshow «Star-Academy» (in der Schweiz: «MusicStar») zu generieren vermochten, ist via Internet undenkbar. Zur Massenkommunikation gehört weiter deren Einseitigkeit: TV-, Hörfunk- oder Printinformationen gehen vom Sender zum Empfänger und nicht zurück. Nun wurde demgegenüber der dialogische, offene Charakter des Internets, wo grundsätzlich jede Information von jedem Nutzer beantwortet und weiterbearbeitet werden kann,

als Fortschritt gelobt, der den «herrschaftsfreien Diskurs» endlich Wirklichkeit werden lasse. Das Internet erschien als Gegengift zur «Bewusstseinsindustrie», zur angeblichen «Massenmanipulation» durch die herkömmlichen Medien – bewährte Codeworte einer linken Kulturkritik, wie sie schon Brecht in seiner Radiotheorie gegen den Hörfunk vorgebracht hat. Mehr und mehr zeigt sich aber, dass im Netz mit dem Autor auch die Autorität verloren geht. Für das Internet gilt: keine Kontrolle von Information, keine Selektion von Information – und deshalb aber auch: keine Wirkung! Der herrschaftsfreie, ungeformte, unendliche Datenstrom erledigt sich selbst durch seine schiere Masse. Das Internet scheitert hier am selben Gesetz wie das erregte Stammtischgespräch: Wenn alle reden, ist keiner mehr zu verstehen.

Es ist denn auch wenig erstaunlich, dass sich bis heute keine Informationsplattform im Netz hat bilden können, die vom Einfluss her auch nur annähernd mit einem staatlichen Fernsehsender oder einem führenden Presseorgan konkurrieren könnte. Die Substitutionsthese,

< Was Brecht 1930 am Radio zu bemängeln hatte, passt heute und zum Internet wesentlich besser: «Man hatte plötzlich die Möglichkeit, allen etwas zu sagen, aber man hatte, wenn man es sich überlegte, nichts zu sagen. Ein Mann, der was zu sagen hat und keine Zuhörer findet, ist schlimm daran. Noch schlimmer sind Zuhörer daran, die keinen finden, der ihnen was zu sagen hat.» >

< Fairerweise muss man anfügen, dass die Online-Dienste der Wohngemeinden sehr viel besser bekannt sind (47 Prozent). Die Grenze des E-Government in der Schweiz liegt in ihrer föderalistischen Struktur. Wenn jede Gemeinde eigene Online-Steuererklärungen u. ä. bereitstellt, sind die Ziele des E-Government (Vereinfachung, Kostenersparnis) – ad absurdum geführt. >

< (Nochmals herzlichen Dank an «Tic-TacJoe35», den Käufer meiner Yamaha-Grand-Concert-7-Klassikgitarre, die ich kürzlich auf E-Bay für 523 Franken versteigert habe. Und sorry für die zwei fehlenden Saiten.) >

< Michael Crichton, 1993: «Was wir heute als Massenmedien verstehen, wird in 10 Jahren verschwunden sein. Ausgelöscht, ohne eine Spur. Wer wird die «New York Times» verdrängen? Die Antwort ist: Die Kommunikationstechnologie.» (Aus: «Mediasaurus: Today's Mass Media Is Tomorrow's Fossil Fuel») >



Werte bewahren.

Mit seinen 3 267 Metern Fels und Stein inmitten der Schweizer Alpen ist der Clariden das unverrückbare Sinnbild unseres Anspruchs, das Vermögen unserer Kunden zu erhalten und zu vermehren.

Als Schweizer Privatbank begleiten wir unsere Kunden in ruhigen und stürmischen Zeiten auf der optimalen Route zu ihren finanziellen Zielen. Denn: Wer Werte bewahren will, muss besonnen die Zeiten überdauern; wer zugleich Chancen nutzt, kann Werte steigern. Das ist rock solid banking.



Diese Versteinerung aus dem Clariden Massiv überdauerte 180 Millionen Jahre. Die langfristige Ausrichtung an den finanziellen Zielen unserer Kunden und die Bewahrung von Werten sind unsere Grundhaltungen bei der Vermögensverwaltung. Verlässlichkeit, Erfahrung und Werte bewahren. Expertise sind die Bausteine erfolgreicher Kundenbeziehungen.

clariden.com

A Credit Suisse Group Company

wonach das Internet alle anderen Medien ersetzen wird, hat jedenfalls viel von ihrer Bedrohlichkeit verloren.

Der Mythos vom digitalen Bürger
Der Bürgerjournalismus ist also ebenso eine Utopie wie die Vorstellung vom autonomen «digital citizen», einem Stichwort, unter dem eine ganze Reihe weiterer Verheissungen des Internetzeitalters zusammenzufassen ist. Der digitale Bürger soll demgemäss mit dem Staat, der ebenso digital als E-Government auftritt, online kommunizieren. Der digitale Bürger soll zum Mitglied einer Bürgerwirtschaft werden, die die Machtstrukturen des Big Business umgeht und die untereinander auf dem virtuellen **Marktplatz E-Bay** autonomen Handel treibt. Schliesslich wird der digitale Bürger zum Vertreter einer repolitisierten «Zivilgesellschaft» und erhält dank des Internets endlich die Macht im Staat.

All diese Vorstellungen gehorchen einem Technikdeterminismus, das heisst sie gehen von den technischen Möglichkeiten des Internets aus und der Annahme, dass ein maximales Angebot von

selbst zu einer maximalen Nachfrage führt. Unbeachtet blieben dabei die effektiven Bedürfnisse der Nutzer, die auf gewachsenen gesellschaftlichen Praktiken beruhen. Denn die Online-Welt ist keine neue Welt, sondern nur ein Spiegelbild der Offline-Realität, die Nutzer entwickeln wegen des Internets nicht plötzlich vollkommen neue Interessen und Verhaltensmuster. Das lässt sich bei der Entwicklung des E-Government beobachten, des vielleicht frappantesten Beispiels kopfloser behördlicher Planungseuphorie des letzten Jahrzehnts. Weil die Technik es grundsätzlich erlaubt, sollten Bürger zukünftig online abstimmen, wählen, Steuererklärungen ausfüllen, Geburten und Todesfälle angeben, Baugesuche einreichen und verlorene Regenschirme melden. In der Schweiz hat der Aufbau eines zentralen «guichet virtuel» oder virtuellen Schalters, der unter der Internetadresse www.ch.ch zu erreichen ist, bisher 18 Millionen gekostet. Doch sowohl die Schweiz wie auch viele EU-Staaten haben es nicht für nötig befunden, die Bürger vorher zu fragen, ob sie diese Dienste überhaupt wünschen. Als etwa

Grossbritannien bereits 80 Prozent der Geschäfte zwischen Bürger und Staat im Internet anbot, ergab eine Erhebung, dass nur 5 Prozent der Bevölkerung das Angebot auch nutzen. In der Schweiz haben **nur 7 Prozent** überhaupt Kenntnis davon, dass der virtuelle Bundeschalter www.ch.ch existiert.

Die Idee der freien Bürgerwirtschaft entstand mit dem Boom von Internet-Auktionsfirmen wie www.ebay.com, wo die Bürger unabhängig von ökonomischen Zwängen auf einem digitalen Marktplatz zusammenkommen und sich gegenseitig ihre Waren verkaufen. 150 Millionen registrierte Mitglieder hat E-Bay mittlerweile, jährlich werden hier Güter im Wert von rund 40 Milliarden Dollar umgeschlagen. Doch die Bürgerwirtschaft, die weder an Arbeitgeber noch an amtliche Bewilligungen gebunden ist, die kaum Infrastruktur benötigt und ihre Preise im freien Wettbewerb der Bieter selbst bestimmt, ist längst infiltriert worden vom Big Business, das sie umgehen wollte. E-Bay wuchs und ging bald den logischen Weg von «C2C» zu «B2C» – vom flohmarktähnlichen

DIE SPARSTRÜMPFE KOMMEN.



Ich will Prämien sparen.

- Mit der myDoc Hausarztversicherung der CONCORDIA.
- Ich möchte eine Offerte.

Herr Frau

Mein Jahrgang _____

Vorname _____

Name _____

Straße _____

PLZ _____

Ort _____

Telefonnummer _____

Ausfüllen und einsenden an: CONCORDIA, Bundesplatz 15, 6002 Luzern

Sparen Sie bis zu einer Monatsprämie mit der myDoc Hausarztversicherung.

Prämien sparen bei der Krankenversicherung, ohne den Hausarzt zu wechseln. Das geht bei der myDoc Hausarztversicherung der CONCORDIA ganz einfach.
Das Prinzip: Sie konsultieren in jedem Fall immer zuerst Ihren Hausarzt. Falls nötig, weist er Sie an einen Spezialisten weiter. Ausgenommen davon sind Notfälle, gynäkologische Vorsorgeuntersuchungen und geburtshilfliche Leistungen, Besuche beim Kinderarzt sowie Untersuchungen beim Augenarzt für die Verordnung von Brillen oder Kontaktlinsen.

Die meisten Allgemeinpraktiker werden von der CONCORDIA als myDoc-Hausärzte anerkannt. Eine vollständige Liste der Praxen finden Sie unter www.concordia.ch.

Noch mehr zum Thema «Sparen» unter www.concordia.ch. Oder bei der Gratis-Infoline 0800 55 93 55.

Keine Prämienhöhe für Kinder.



«Consumer-to-Consumer»-Tauschhandel unter Privatanbietern zum professionalisierten «Business-to-Consumer». Gewerbliche Anbieter, viele davon selbst grosse Unternehmen, sorgen heute für den Löwenanteil der Angebote auf E-Bay, und bereits werden 30 Prozent der Waren nicht mehr an den Meistbietenden, sondern zu fixen Preisen verkauft. Das ist nichts Schlechtes, doch es ist auch nichts anderes, als in der Prä-Internet-Ökonomie üblich war. Die bürgerliche Revolution des Warentauschs jedenfalls ist vorerst vertagt.

Die Hoffnung auf die Repolitisierung und Redemokratisierung des digitalen Bürgers schliesslich hat sich ebenfalls als falsch erwiesen. Aus unabhängigen Thinktanks stammte die Prophezeiung, das Internet werde die abnehmende politische Partizipation in westlichen Demokratien aufhalten und eine neue Form der politischen Kultur entstehen lassen. Dabei wurden nicht höhere Stimmbeteiligungen und vermehrte Parteieintritte erwartet, sondern ein Boom Internet-basierter «Protest-Politik». Politische Aktivität richte sich demgemäss

künftig nicht mehr an Parteiprogrammen oder politischer Agenda aus, sondern organisiere sich entlang von Einzelinitiativen wie etwa dem lokalen Widerstand gegen einen Flughafen ausbau oder einem online koordinierten Boykott eines umstrittenen Produkts. Erwartet wurde nicht weniger als die Geburt eines neuen, ausserparlamentarisch organisierten Bürgertums. Nach einigen Jahren Erfahrung mit der Online-Protestpolitik ist heute klar, dass das Internet solchen Gruppen tatsächlich enormen Auftrieb verliehen hat – doch gleichzeitig zeigen Untersuchungen, dass hier keine neue autonome Klasse am Werk ist, sondern dieselben gut ausgebildeten, beruflich erfolgreichen Bürger, die zur Urne gehen, Zeitungen lesen und in Parteien mitmachen. Mit anderen Worten: Das Internet steigert nicht das Interesse an politischer Partizipation, aber politische Partizipation steigert das Interesse am Internet.

Der Kunde ist endlich König
Ein Fazit? Das Internet ist kein Wundermittel, sondern ein Werkzeug. Und zwar

< Quantitativ verstanden zumindest. Was die Effizienz der Online-Protestpolitik betrifft, muss man von einer enormen Erfolglosigkeit sprechen. Das liegt daran, dass die online manifestierte Empörung in aller Regel nicht in konkrete politische Aktionen mündet, sondern bloss Empörung bleibt. >

< «Vermutlich läuft das Ganze darauf hinaus, dass wir uns immer mehr immer weniger lange merken können.» Gelesen bei Hans Magnus Enzensberger, «Das digitale Evangelium», 2000. >

< «Masturbationsgesellschaft», sagt dazu Oswalt Kolle, Deutschlands berühmtester Aufklärer. >

**«Ich wechsle zur KPT,
weil ich nicht jedes
Jahr die billigste Versi-
cherung suchen will.»**

Die KPT gehört seit Jahren zu den günstigsten Versicherungsanbietern der Schweiz.

Online-Offerte www.kpt.ch
Offertanfrage **058 310 99 90**
KPT/CPT, Postfach 8624, 3001 Bern

KPT
CPT
Einfach gut versichert.

ein zugegebenermassen äusserst praktisches: Man muss nichts mehr selber wissen, kann alles ergoogeln. Wer ein neues Bett kauft, kann sein altes auf E-Bay versteigern, statt es ins Brockenhaus zu bringen. Bei Tsunami-Wellen können Überlebende ihre Angehörigen schneller wieder finden. Man hat jetzt zwei Briefkästen zum Leeren, einen vor dem Haus und einen auf dem Bildschirm. Männer müssen nicht mehr ins Kino, um zu masturbieren, weshalb Sex mit jemand anderem als sich selbst seltener geworden ist. Pädophile und Terroristen können dank dem Internet sehr viel besser ihren Interessen nachgehen als zuvor. Man muss für ein Depeche-Mode-Ticket nicht mehr Schlange stehen.

Wer mehr erwartete, hat zu viel verlangt. Das Internet vermag weder politische noch soziale Strukturen zu verändern, auch nicht in Unrechtsstaaten, wo die staatliche Zensur ganz einfach schneller wächst als die Online-Meinungsfreiheit. Die einzige echte «Revolution», die das Netz angezettelt hat, findet bezeichnenderweise nicht zwischen

Bürger und Staat statt, sondern zwischen Konsument und Produzent, denn das Interesse der Onliner an Last-Minute-Reisen und Unterhaltungselektronik ist nun mal grösser als jenes an Politik. Tatsächlich hat erst das Internet den Kunden zum König gemacht: Wer heute ein Motorrad, einen Fernseher oder eine Tauchausrüstung kaufen will, macht zuerst den Online-Preisvergleich und informiert sich in Konsumentenforen über die Erfahrungen anderer Käufer mit dem Produkt. An diesen Quasi-Gewerkschaften der Konsumenten kommt kein Anbieter mehr vorbei. Doch das ist nicht die Art der Internet-Demokratie, von der die Sozialutopisten sprachen.

Das «Pew Internet & American Life Project» in Washington, das die sozialen und lebensweltlichen Auswirkungen des Internets seit Jahren beobachtet, betitelt seinen jüngsten Bericht mit der Formel «The Mainstreaming of Online Life»: Das Internet wird mehr und mehr zum getreuen Abbild der Offline-Wirklichkeit, die schon vorher da war und immer noch da ist. Die schöne neue Internet-Welt ist die alte. Zum Glück. <

< Zugegeben, ein paar kleinere Revolutionen stehen noch an. Mehr und mehr nämlich wird das Internet zu einer Subtechnologie, zu einem Trägermedium, das traditionelle Kommunikationskanäle nicht ersetzt, sondern nur transportiert. So zeichnet es sich längst ab, dass bisher technisch getrennte Kanäle wie Telefon, Hörfunk und Fernsehen in Zukunft alle über das Internet abgewickelt werden. Die Folgen für die involvierten Wirtschaftszweige könnten dramatisch sein. Die akuteste Bedrohung besteht für traditionelle Telefonie-Anbieter. «Wir glauben daran, dass man in der Zukunft für Telefongespräche nicht mehr wird bezahlen müssen, genauso wie man nicht dafür bezahlt, E-Mails zu senden», sagt Niklas Zennstrom, Mitbegründer der boomenden Internet-Telefonie-Firma Skype, die kürzlich von E-Bay für 2,6 Milliarden Dollar gekauft wurde. >

< Es gibt sie immer noch: «15 Jahre nach seinem Start ist das World Wide Web das Netz des kleinen Mannes. Was Marx und Lenin nicht vergönnt war, könnte das Internet erreichen: die gleichberechtigte Gesellschaft.» (Gelesen 2005 in «Facts») >

< (Ich möchte allerdings nicht mehr so gerne ohne leben.) >

Lars Tunbjörk ist Fotograf bei Agence VU, Paris
Guido Mingels ist Redaktor des «Magazins»
(guido.mingels@dasmagazin.ch).

roviva
Das natürlichste Schlafmittel seit 1748

roviva dream-away ist das beste Schlafsystem der Schweiz!*

TESTSIEGER
roviva dream-away
BESTSCHLAFSYSTEM

*In einer wissenschaftlichen Studie erhielt das Schlafsystem roviva dream-away medizinisch, ergonomisch und in Sachen Service traumhaft gute Noten und sicherte sich den ersten Platz unter 16 Mitbewerbern.

roviva Schlafsysteme finden Sie im guten Fachgeschäft. **Telefon 032 631 12 22 weist Ihnen den schnellsten Weg.**

roviva Roth & Cie AG, 3380 Wangen a / A, www.roviva.ch

Revolution im Bett: roviva dream-away erstes klimaregulierendes Schlafsystem mit einzigartigen Airbellows und punktuell stützenden Federelementen