

2. Das Rationale optimiert uns

Wir haben den homo sociale, den homo ludens und den homo narrans kennengelernt. Jetzt kommt ein weiterer hinzu: der homo rationale. Es ist klar, dass der moderne homo sapiens sich als homo rationale versteht. Wir betrachten nun, welche Rolle »Rationalität« im Leben der Gesellschaft spielt.

Dem Rationalen steht das Irrationale gegenüber. Mindestens in demselben Maße wie rational ist der Mensch auch irrational. Irrationalität diversester Art prägt die menschliche Geschichte. Auf der anderen Seite steht die Rationalität von Wissenschaft und Technik. Aber auch sie kann Irrationalität produzieren: in der modernen Gesellschaft ist dies der Optimierungswahn. Optimierung entsteht oft als Chimäre zwischen Technik und Design.

2.1. Disneyfizierung

Was macht Walt Disney aus? Eine Kinderwelt für Erwachsene? Die Schwierigkeit, Realität und Scheinrealität zu unterscheiden, ist durch die fantastischen Wunderwelten der Film-, Game- und Comic-Industrie nicht kleiner geworden. Der Soziologe Alan Bryman (1947–2017) beschreibt in *The Disneyization of Society* (2004) ein Phänomen der Lustigkeit, das, so seine Botschaft, in viele nie geahnte Bereiche unseres Lebens eingedrungen ist. Eine gute Bekannte sagte mir einmal: »Du lebst in einer Micky-Mouse-Welt«. Zur Richtigstellung erwiderte ich: »Ich lese lieber über Donald Duck als über Mickey Mouse. Mickey Mouse ist mir noch zu ernst«. Ich konnte mir im Übrigen nicht recht vorstellen, warum ich in einer Mickey-Mouse-Welt leben sollte. Ich lebte ja nicht in Disneyland.

Allmählich aber stieg ich durch: Eine Mickey-Mouse-Welt ist eine heitere und heile Welt, in der man sich nach fünf Minuten schon gut orientieren kann. In der man nicht von wirklichen Zweifeln geplagt wird. Wo das Gute siegt, und das Schlechte nicht zu sehr bestraft wird. Ein sorgenfreies Leben. Eine niedliche Welt. Eine wünschenswerte Welt.

Simulacrum oder Simulation

Aber wir müssen doch noch weiter zurück! Stellen wir die akademische Frage, wenn eine Gesellschaft sich in Disneyworld verwandelt: Ist das Simulacrum oder Simulation? Der französische Medientheoretiker und Soziologe Jean Baudrillard (1929–2007) untersuchte die Differenz von Simulacrum und Simulation. In einfachen Worten kann man sagen, eine SIMULATION ist eine ›Lüge‹ (also Disney, wo alles erfunden ist, wo eine Ente spricht und wir lieben sie dafür). Wogegen ein SIMULACRUM etwas anderes ist, eine ›reale‹ Kopie der Dinge. Design enthält überall Simulakra. Erinnern wir uns an »NINA«, die App, die dafür da ist, lokal vor einem unvorhersehbaren Unwetter zu warnen. Auch Simulation spielt eine wichtige Rolle im Design. Durch Simulation kann eine innovative Realität erfunden werden. Es ist als ob, eine inexistente Realität wird durchgespielt und vielfach getestet.

Baudrillard stellte in »Die Präzession der Simulakra«¹ 1981 fest, »Disneyworld« sei erfunden worden, um den Eindruck zu erwecken, die Gesellschaft sei erwachsen – aber, so Baudrillard, in Wirklichkeit sei die ganze amerikanische Gesellschaft ein einziger Disneypark.

Disneyfizierung wird normal

Die Disneyfizierung ist das Phänomen eines Designs. Disneyfizierung enthält ein Konstruktionsmuster, das in allen Ecken der Gesellschaft anzutreffen ist. Der Ursprung der Kritik an der Disneyfizierung kam vonseiten der Architektursoziologen. Alle großen Städte der Welt werden zunehmend anhand von Disney-Parametern für Touristen gestaltet. Jede Stadt ähnelt am Ende der anderen, sie wird zum Simulacrum.

Soziale Probleme werden natürlich ignoriert bzw. versteckt. Touristen mit Familien erleben in allen Städten eine saubere Welt, möglichst ohne Obdachlose, ohne Armut und ohne Prostitution zu sehen. Das Paradigma Disney glättet das ganze Erscheinungsbild. Abweichende Merkmale werden nicht zur Schau gestellt, sondern durch eine infantile Weltsicht »dekoriert«. Ziel ist, den Touristen zu fesseln. Der Kleinbürger mit seinen Ordnungsvorstellungen ist die primäre Zielgruppe für das Design heutiger Großstädte. DAS KLEINE WIRD ZUM VORBILD FÜR DAS GROßE. Das ist Disneyfizierung.

Wer denkt, in Disneyarks sei nicht alles durch-designed, braucht sich nur daran zu erinnern, wie heiter und lustig die Familien begrüßt werden. Die Standardisierung der Disneyarks findet an den ›Disney-Unis‹ statt, wo die Mitarbeiter ihr ›Skript‹ lernen müssen. Gleichzeitig werden diese Mitarbeiter kontrolliert ...

1 Baudrillard, *Simulacres et Simulation*, 1981.

Schon mal bemerkt? Egal ob London, Amsterdam, Berlin oder Wien: Ein Madame-Tussauds'-Kabinett finden wir überall. Museen heißen aufgrund weltweiten Marketings gleich in verschiedenen Städten. Alles folgt dem Muster der Disneyfizierung.

Die Kehrseite der Medaille

Tourismus bringt Geld. Die Städte wissen dies. Der Kellner einer größeren Cafékette hat sicherlich morgens eine lange Anfahrt auf sich nehmen müssen, um im Tourismuszentrum Besucher bedienen zu können. Diese Person kann sich in seiner Stadt längst keine Wohnung mehr leisten. Immer wieder erleidet der Kellner die Diskrepanz, von Touristen leben zu müssen, und gleichzeitig zu erkennen, sie nehmen die Lebensräume den Bürgern weg.

Zunehmend erfinden die Städte neue Gebühren für Touristen – um sie fernzuhalten? Venedig verlangt von jedem Passagier eines Kreuzfahrtschiffes eine Eintrittsgebühr in die Stadt. Nein, Städte, auch Venedig, brauchen die Gebühren. Der Tourist ist nichts anderes als eine Geldquelle, die die Stadt mit Belastung und Belästigung bezahlt. Touristen wiederum sind in der Realität uninteressierte Leute, die nach ›Kultur‹ jagen, ohne die Realitäten sehen zu wollen. Touristen wollen am liebsten keine Touristen sehen, ein unerfüllbarer Wunsch für einen Touristen.

Design kann heile Welten erfinden, sollte das aber nicht übertreiben, denn es bleibt nicht ohne Konsequenzen. Design muss auch dafür sorgen, dass die Reisenden sich bilden, indem sie zu Weltbürgern werden ohne die Welt an jedem Ort gleich anzutreffen. Reisende sollten, wenn sie nach Hause zurückkehren, weniger von toten Erfahrungen, sondern mehr von lehrreichen Einsichten berichten.

Alan Bryman stellt vier Schritte des Prozesses der Disneyfizierung dar²: Erstens, Walt Disney eröffnete in der ganzen Welt gleich aussehende Disney-Parks. Zweitens, die Organisations-Prinzipien der Disney-Parks werden auf die Form des Konsums übertragen. Drittens, alltägliche Aktivitäten werden zu außergewöhnlichen Events stilisiert, die Grenzen zwischen Wirklichkeit und Fantasie werden verwischt. Und viertens, was Allewyn bezüglich des Barocktheaters sagte: »Die Disneyfizierung setzt an die Stelle alltäglicher Leere spektakuläre Erfahrungen«. Disneyfizierung ist wie eine Droge, sie wirkt nur eine Zeit lang, es ist ein Design des Augenblicks, für den Genuss des Moments.

Bryman kristallisiert vier Dimensionen bei der allgemeinen Disneyfizierung heraus. a) »Thematisierung«: Alles wird nach Themen präsentiert, Cafés, Restaurants, Galerien oder Buchhandlungen. b) »Hybrider Konsum«: Freizeit und Konsum werden zu zwei Komponenten derselben Aktivität. c) »Merchandising«: Urheberrechte wurden sehr schnell vom Disneykonzern vergeben. d) »Performative Arbeit«:

2 Alan Bryman, *The Disneyization of Society*, 2004.

Von Angestellten wird emotionale Anstrengung gefordert. Mitarbeiter sind gut gelaunt, höflich und hilfsbereit. In Disney Parks haben die Animatoren immer ein Lächeln im Gesicht. Sie sind auch konsistent zum Design, und dafür benutzen sie ein bestimmtes Vokabular. Mitarbeiter werden kontrolliert, sie dürfen nicht spontan sein. Sie sind Verkäufer und tragen eine entsprechende Maske in ihrer Rolle.

2.2. McDonaldisierung

Der Begriff der McDONALDISIERUNG wurde von dem amerikanischen Soziologen George Ritzer (geb. 1940) geprägt, zur Beschreibung eines gegenwärtig zunehmenden sozialen Phänomens, das in ursprünglicher Form von Max Weber als »Rationalisierung« beschrieben wurde. Die McDonaldisierung geht jedoch weit über einfache Rationalisierung hinaus.

McDonaldisierung ist Designokratie

Wir leben im Zeitalter des Designs, eines Designs, das längst mehr ist als Design, möchte man sagen. Es ist das Zeitalter der »DESIGNOKRATIE«³. Durch Design kann Herrschaft ausgeübt werden. Designokratie bezieht sich danach auf den Umstand, dass heute alles, was uns im Leben begegnet, VORFORMATIERT ist. Von der Wiege bis zur Bahre. Nach dem Soziologen George Ritzer hat sich die ganze Gesellschaft in ein fantastisches McDonald's verwandelt. Inwiefern? Wir rationalisieren den »Joy of Life«, indem er vorformatiert wird. DESIGN IST DIE VORFORMATIERUNG PER SE (van den Boom).⁴ Wir machen auch aus der Vorformatierung des Spaßes Designokratie. Design herrscht über unsere Lebensfreude. Der vorformatierte American Way of Life ist Programm.

Scheinbar lässig treten wir zum Spaß bei McDonald's ein. McDonald's galt anfangs als reine Jugendkultur. In einigen Ländern wie China ist McDonald's Kult geworden, weil hier der Eintritt in den American Way of Life erlebt wird. In Russland wurden im Zusammenhang mit den geltenden Sanktionen alle McDonald's vom Anbieter geschlossen; wenige Wochen später wurden sie erneut eröffnet, aber nicht mehr von McDonald's, sondern von einem Imitator-Konzern für Fast Food, der vom Design her dem Prinzip der McDonaldisierung folgte.

3 van den Boom, *Das Designprinzip*, 2011.

4 van den Boom beschreibt die Vorformatierung der Designokratie so: »Nominalistisches, realitätsblindes Design arbeitet von Seiten seines Urhebers im Modus der *Delegierung* und erzwingt damit beim Adressaten, Handeln durch erlerntes, vorformatiertes Verhalten zu ersetzen. Das ist Sozialtechnologie.« (*Realität verstehen. Warum wir ein kognitives Design brauchen*, 2012, S. 48)

McDonald's wird gebraucht. Die Selbstverständlichkeit, bei McDonald's in Jeans und Sneakers eintreten zu können, hat sich auf viele Bereiche ausgebreitet – heute gehen wir frech in die Oper, in Jeans und Sneakers. Der erste, der so im Parlament auftrat, war Oskar Fischer, der dann als Außenminister Krawatten trug. Er wurde schon nicht mehr wegen seines Anzugs zur Ordnung gerufen. Deswegen hat niemand mehr verstanden, als im März 2025 Trump einen Angriff auf die Bekleidung des ukrainischen Präsidenten Selenskyj ritt. In den Medien wurde gefragt, wieso denn dann Elon Musk mit der Golfkappe (Trump's) im Oval Office herumtanzen durfte. Na gut, das tut ja Trump selbst bei jeder Gelegenheit.

McDonaldisierung ist Rationalisierung

McDonaldisierung und Rationalisierung: Das sind aktuell austauschbare Begriffe. Max Weber studierte das soziale Handeln. Er ging dabei der Frage nach, wie das traditionelle WERTRATIONALE Handeln sich zum ZWECKRATIONALEN entwickelt hat. Er identifiziert im rationalen Handeln drei Elemente »sozialer Schichtung«: 1. die ökonomisch bestimmte soziale Schicht (arm oder reich?), 2. die bürgerliche Statusschicht (Verdienste, Ehre, Prestige) und 3. die Parteien-Schicht (abhängig von der einzelnen Persönlichkeit).

Seit der Renaissance ist nach Max Weber ein Rationalisierungsprozess in den westlichen Gesellschaften zu beobachten. »Idealtyp« der Rationalisierung sei der moderne Kapitalismus. Die Rationalisierung beinhaltet INDUSTRIALISIERUNG, BÜROKRATISIERUNG, SPEZIALISIERUNG, SÄKULARISIERUNG. Das anschaulichste Beispiel für Rationalisierung ist die Verwaltung. Sie strebt nach Effizienz, Präzision, Berechenbarkeit. Mit der Digitalisierung und deren Möglichkeiten zu Effizienz, Präzision und Berechenbarkeit hat die Gesellschaft sich in allen Feldern heute rationalisiert – dies kann nach Max Weber willkommen sein, aber auch als sehr problematisch gelten.

Wieso kann Rationalisierung so wichtig werden? In komplexen Gesellschaften haben Menschen zunehmend spezialisierte Fähigkeiten. Spezialisierte Fähigkeiten liefern Effizienz, Präzision und Berechenbarkeit. Zugleich wachsen aber die gegenseitigen Abhängigkeiten ins Ungemessene. Gegenseitige Abhängigkeiten in der Produktion können durch Rationalisierung der Organisation optimiert werden. Gegenseitige Abhängigkeiten auf dem Dienstleistungssektor führen zu weniger Effizienz, weniger Präzision, weniger Berechenbarkeit. Nennen wir nur zwei Beispiele: das Gesundheitswesen und das Bildungswesen.

Zweckrationalisierung

Weber entwickelte den Begriff »Zweckrationalisierung«. Zwecke (Ziele) + Ratio (Rationalität). Wir definieren einen Zweck und suchen dann nach geeigneten und des-

halb rationalen Mitteln, den Zweck zu realisieren. Geeignete Mittel zum Zweck, das ist Rationalisierung. Aber der Zweck heiligt natürlich nicht die Mittel, auch nicht die geeigneten. Zweckrationalisierung bedeutet, vernünftige Zwecke zu setzen und vernünftige Mittel zu ihrer Erreichung zu finden.

Zweckrationalität ist nach der Soziologie Webers ein Verfahren, durch Regeln und Regulierungen das soziale Leben mitzubestimmen. Niemand kommt an diesem Verfahren vorbei, um seine Zwecke zu verwirklichen. Kein Zweck ohne Zweckrationalität. Das Gegenteil wäre ein »Leben auf gut Glück« – das wäre nur möglich, wenn man in Entenhausen lebt und Gustav Gans ist, der Cousin von Donald Duck, der immer siegt, indem er einfach auf gut Glück lebt.

Gustav Gans macht keine Steuererklärung. Für uns ist es nur möglich, die Steuererklärung durch zweckrationales Handeln zu bewältigen. In Agrargesellschaften kam der Steuereintreiber persönlich vorbei. Effektive Rationalisierung ist grundsätzlich verbunden mit: Analyse, Organisation, Professionalisierung und Bürokratie. Durch breite Zweckrationalisierung nimmt die Welt einen voraussagbaren, berechenbaren Ablauf. Personen werden kontrolliert durch Rationalisierungs-Technologien, wie die Stechuhr für Mitarbeiter. Der Computer ist vielfach ein Rationalisierungsinstrument: Online-Arbeit wird zeitlich registriert wie durch eine Stechuhr. Die Leute glauben, sie kontrollieren, z.B. ihre Bankgeschäfte. In Wirklichkeit werden sie durch die digitalen Techniken kontrolliert. Natürlich wäre es möglich, die digitalen Prozesse »benutzerfreundlich« im moralischen Sinne zu programmieren, das könnte vom Design her ohne weiteres realisiert werden. Aber, wie man sagt, ein Nachbar traut dem anderen nicht. Die digitalen Prozesse sind vollgestopft mit Misstrauen, Kontrolle und Sicherheitsbestreben. Ja, das ist notwendig. Alles andere entspräche nicht der Natur des Menschen. Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser, letzten Endes im eigenen, zweckrationalen Interesse. Hinter diesem Interesse steht aber, letztlich unvermeidlich, das: »Big Brother is watching you«⁵. Das sollten wir mitbedenken, wenn unsere Politiker immer wieder nach mehr Digitalisierung rufen, was sie allerdings nicht freiwillig tun, sondern darum, international wettbewerbsfähig zu bleiben. In der Zwischenzeit brauchen wir nicht nach mehr McDonaldisierung zu rufen, sie kommt von selbst.

Zweckrational versus wertrational

Zu Webers Zeit zeigten sich die politischen Parteien als ausgesprochen wertrational. Der Arbeiter wählt die »Arbeiterpartei« SPD, Millionäre würden die Freien Demokraten wählen. Die CDU wäre für das gutbürgerliche, christliche Lager da. 2023 verkündete der SPD-Kanzler Olaf Scholz, eine Zeitenwende sei notwendig mit 100 Milliarden für Militärausgaben. Und für Waffen zur Unterstützung der Ukraine.

5 George Orwell, 1949.

Das konnte nicht mit der traditionellen, wertrationalen Argumentation der SPD begründet werden. Der Kanzler musste zweckrationale Argumente bemühen. Es wird nicht über Hilfe gesprochen, sondern darüber, das sei notwendig für die Wehrfähigkeit Deutschlands. Zu kurz gedacht, weil Putin aufgrund seiner ›Wertrationalität‹ ja keine Ruhe gibt. Dann müssen doch Waffen her (zweckrational), weil jetzt gesagt wird, wenn die Ukraine untergeht, geht Europa unter. Ein wertrationales Argument in der Debatte war, von SPD und Grünen vorgebracht, wenn Deutschland das unmoralische Verhalten Russlands auf dem Boden des freien Europas erlaube, ist der allgemeine moralische Bankrott erklärt. Das Moral-Argument forderte und erlaubte, mit Waffen zu helfen. Wertfragen sind Gewissensentscheidungen.

Bürokratisierung

BÜROKRATISIERUNG ist ein wichtiger Teil der Zweckrationalität. Max Weber erkannte in der Bürokratisierung das fundamentale Strukturmerkmal der modernen gesellschaftlichen Ordnung. Bürokratie ist in der Industriegesellschaft unvermeidbar und notwendig. Die Effektivität der Bürokratie bringt Wohlstand. Andererseits erscheinen Ausmaß und Macht der Bürokratie unaufhaltsam.

Staatsbürokratie gemäß dem Rechtsstaat bringt den Bürgern Vorteile. Der Staat ist von Amts wegen nicht korrupt. Korruption lässt sich durch eine harte Hand bekämpfen, die aber jeden Bürger trifft. Korruption lässt sich nur durch ein Mittel bekämpfen, eine Staatsbürokratie, die in sich alle Kontrollmechanismen enthält, um die rechtsstaatlichen Garantien durchzusetzen. Auch in der Staatsbürokratie wird Korruption vorkommen, aber nicht als immanenter Zug des Systems.

So wird die Religion als wertrationale Kontrollform des Verhaltens durch die unbestechliche, strikt säkulare Bürokratie abgelöst. Es war früher möglich, in der Kirche zu heiraten, auch verwaltungstechnisch. Jetzt brauchst du das Standesamt. Bürokratie verwaltet durch unpersönliche Organisation mittels Standard-Abläufen. Bürokratie ist, dem Wortsinn nach, die Herrschaft der Amtsstube. Bürokratisierung ist die Herrschaft der Verwaltung. Das Problem ist: Unlängst benötigte ich eine Beglaubigung durch einen spanischen Notar. Um in Europa gültig zu sein, musste sie von einem übergeordneten Notariatsgremium nochmals beglaubigt werden. In Deutschland angekommen, musste die Beglaubigung des Gremiums von einem vereidigten Übersetzer ins Deutsche übertragen werden und danach noch die Unterschrift des Übersetzers notariell beglaubigt werden... Das ganze Manöver nach einem Gesetz von 1930.

Bürokratie gehört zum weiten Feld der Designokratie. Bürokratie funktioniert nach dem Prinzip »Vor dem Tun ein Machen«⁶. Du sitzt im Wartezimmer beim Arzt. Bevor du mit ihm sprechen kannst, musst du ein Formular ausfüllen.

6 van den Boom, *Das Designprinzip*, S. 108.

Man merkt es nicht, wenn man sich selbst bürokratisch verhält, zum Beispiel zu denen gehört, die alles sehr genau haben möchten. Der theoretische Physiker in der Serie *The Big Bang Theory*, Dr. Sheldon Cooper, kann keine Verabredung treffen, ohne sie Paragraf für Paragraf schriftlich aufgesetzt zu haben.

Im Zeitalter der Bürokratisierung gehen die Anordnungen von der Verwaltung aus. Alle Unternehmen sind auch Herrschaftsräume. Eine völlig neue Schicht entstand in der Gesellschaft zu Beginn des 20. Jhs.: der Büroangestellte. Der Büroangestellte steht hierarchisch über dem Fabrikarbeiter, aber er verdient weniger als ein Handwerker. Büroangestellter ist eine Tätigkeit, die anstrebenswert ist. Im sauberen Anzug sitzt man auf seinem Bürosessel, kein Krach, kein scharfer Windzug. Also gibt es in vielen Ländern vom Staat organisierte Bewerbungsverfahren. In Spanien z.B. heißen diese »oposiciones«, jeder Bürger, der zum Staat will, muss ein bürokratisches Verfahren über sich ergehen lassen, dass im Kern aus einem Wettbewerb von deutlich mehr Interessenten als Plätzen besteht. In Buchhandlungen gibt es dicke Bücher zu kaufen, die den Prüfungsinhalt ausbreiten. Es gibt sogar private Schulen, die die Leute dafür vorbereiten. Der neutrale Staat verlangt, dass die Leute sich als »Opponenten« verhalten, jeder ist jedem ein »Gegner«. Dann sucht er sich die »Besten« aus. Das wiederholt sich auf jeder Hierarchiestufe. In Deutschland gibt es das nicht. Hier bewirbt sich der frischgebackene Dr. der Medizin bei einem Krankenhaus und wird, falls er Glück hat, von einem Gremium akzeptiert. Man kommt hoch, in dem man sich hochdient. Ziel ist in jedem Falle, Leiter einer Verwaltung zu werden. Es gibt nichts Besseres als eine gut funktionierende Verwaltung, so Max Weber.

Weber definiert folgende Bürokratiekennzeichen: a) Amt und Person sind strikt zu trennen (das Amt ist gleich, ob es von einem Mann, einer Frau, oder jemand Diversem ausgefüllt wird); b) Regelgebundenheit (Bürokratie hält sich exakt an explizite Regeln – siehe Notariat); c) Neutralität (unpersönliche Gleichbehandlung eines jeden); d) Hierarchie-Prinzip (eine Entscheidung von oben ist ohne Diskussion zu exekutieren); e) Schriftlichkeit und Aktenkundigkeit bei der Verwaltung (alles wird durch Formulare und Akten dokumentiert und eben verwaltet); f) Zuständigkeitsteilung und Professionalität (jedes Amt hat nur einen Teil der kompletten Arbeitskette zu erledigen, damit keine globale Übersicht zustande kommt).

Eiserner Käfig

Weber sah die Kehrseite der Bürokratie, ihre Schwäche, in ihrer Neigung, Hilflosigkeit zu verursachen. Da die Interaktion mit der Bürokratie durch Formulare stattfindet, gibt es kaum Instanzen, an die man sich direkt wenden kann. Wenn es Instanzen gibt, sind die wieder formalisiert (»vorformatiert«, van den Boom). Eine falsche Entscheidung der Bürokratie lässt sich juristisch nur schwer auf dem Klageweg korrigieren – weil der Weg wiederum formalisiert ist. Nach Weber vermin-

dert die weniger flexible Bürokratie die Effizienz – ein Ziel der Rationalisierung. In den Worten von Weber existiert bei der Bürokratie tatsächlich eine Seite, die er als »EISERNEN KÄFIG« beschreibt.

Die Industriegesellschaft bringt Fortschritte in Ökonomie und Technologie. Die Folgen sind oft Kontrolle, Einschränkung individueller Freiheiten, Zerschlagen von Gemeinschaften. Bürokratische Effizienz vernichtet traditionell gewachsene Interaktionen. Wir kommen aus dem entstandenen eisernen Käfig des Rationalismus nicht mehr ohne weiteres heraus. Eine weitere Konsequenz ist die Anonymität. In der Stadt kennen sich die Leute auf der Straße nicht, kaum noch ihre Nachbarn. Es gibt wenig freundschaftliche Verhältnisse, anders als auf dem Land, freilich auch weniger emotionale Konflikte.

Für Weber gilt, eine unflexible Bürokratie vermindert auf längere Sicht die Effizienz. Dieses Problem wurde 2024 als ein Problem der deutschen Wirtschaft gesehen. Wenn das Land zu viel Bürokratie aufbaut, beginnen die Prozesse weniger dynamisch zu werden und drohen zu erlahmen.

Es gibt für Überbürokratisierung viele Beispiele. Die Aussage Webers für unseren Alltag: Wie viel Zeit verbringt heute ein Arzt mit bürokratischen Aktivitäten? Nutzen sie am Ende den Patienten? Wie viel Zeit verliert ein Professor mit bürokratischen Softwareformen in der Lehre und in der Verwaltung der Hochschule? Wie verdrossen ist einer, wenn der Online-Supermarkt eine überbürokratisierte Software hat, die nicht individuell anpassbar ist? Die sich nicht merken kann, welche Produkte du bevorzugst? Und man betrachte die digitalen Smartuhren, die sich melden, so dass der Eigentümer aufsteht, sich bewegt oder tief ein- und ausatmet. Wie unflexibel ist die europäische Bürokratie, die allen Ernstes bestimmt, wie eine Baguette aussehen soll? Das Regelwerk in Europa ist eine kilometerlange Schlange von Aktenordnern.

Für Weber landet diese bürokratische Effizienz-Verhinderung im eisernen Käfig. Die Anonymität der Systeme, die extreme Spezialisierung, die nur die gegenseitige Abhängigkeit verstärkt, aber nichts global Vernünftiges ins Auge fassen kann, konfrontiert den Bürger mit Kafkas Schloss permanenter Unzuständigkeit. Aber vielleicht bringt ja die künstliche Intelligenz Abhilfe? Immerhin klingt die KI-Stimme am Telefon schon freundlich und ganz natürlich. Was wäre eine Autofahrt durch die Megastädte der Welt ohne GPS, wo du im Übrigen die Stimme auswählen kannst? Man sieht, für das Design warten da draußen noch viele, viele Aufgaben.

McDonaldisierung als Zweckrationalisierung

Die Zweckrationalisierung Webers kehrt heute als McDonaldisierung in unseren Alltag ein, zumindest so von George Ritzer genannt. Ritzer übernimmt den Gedan-

ken der Zweckrationalität Webers und passt das Konzept an die Phänomene unserer heutigen Gesellschaft an.

Ritzer demonstriert die McDonaldisierung als die Konsequenz eines zweckrationalen Designs, dessen Attraktivität sich durch eine Art ›Kulturaneignung‹ ausbreitet und in vielen Feldern schon nicht mehr wegzudenken ist. In der Einkaufsmeile von Köln bietet eine Kirche Vorübergehenden eine Fünf-Minuten-Andacht an. Mit der McDonaldisierung ist eine Lebensform entstanden, die alles in überschaubaren Portionen rationalisiert. Wer mehr will, muss das XXL-Format wählen.

Wie funktioniert McDonald's? Wie verhalten sich die Menschen dort?

Es gibt vier Hauptaspekte in der McDonaldisierung nach George Ritzer: (1) ›Effizienz‹ (optimale Methode zur Aufgabenlösung), (2) ›Kalkulierbarkeit‹ (Ziele sind im Voraus bestimmt durch Quantifizierung wie Umsatzzahlen, und weniger Qualifizierung wie Geschmack), (3) ›Voraussagbarkeit‹ (kontinuierliche, gleichförmige Dienstleistungen), (4) ›Kontrolle‹ (einheitliche Basis für die Mitarbeiter).

Moralische Werte sind durch Design ersetzt. Design gibt Moral vor (›Ronald McDonald Häuser‹), aber im Grunde sind die Werte nur Facetten in einer durchdesignen Welt. Von der OPTIMIERUNG der Bürokratie (Max Weber) zur Optimierung der Lebenswelt (George Ritzer) und zur Optimierung im Self-Design: Smart leben als Lebensinhalt?

Seien wir ehrlich, McDonald's ist ein sehr erfolgreiches Unternehmen, Arm in Arm mit Coca-Cola. Woher kommt der Erfolg von McDonald's? Ganz einfach: McDonald's liefert, was der Kunde erwartet, weil die Company den Kunden trainiert hat, sich das zu wünschen, was der Konzern anbietet. Jeder kann alles vorhersehen. Food design mit vorformatierten, designten Handlungsstrukturen garantieren einen hohen Level an Orientierung. Eine Form von ›Gleichschaltung‹ ist der Preis, den die heutigen Gesellschaften zahlen für das materielle Wohllleben, das diese attraktive Rationalisierung mit sich bringt. Die Zweckrationalität baut die Wertrationalität in sich ein. Wertorientierung ist keine ethische Frage mehr, sondern eine administrative. Die amerikanische McDonaldisierung ist in der ganzen Welt beneidenswert.

McDonald's: Eine bürokratische Institution

McDonald's gibt den Schein einer hohen Benutzerfreundlichkeit vor, zum Beispiel durch Spielplätze für Kinder. Aber die designokratische Ausgestaltung zeigt eine geringe Mitarbeiterfreundlichkeit. Legendär sind die verdeckten Beobachtungen des Enthüllungsjournalisten Günter Wallraff, der sich 1985 mit Pseudonym ›Türke Ali‹ als Mitarbeiter einschlich, die allerdings zu Verbesserungen führten.

McDonald's, so kann man sagen, besteht nur aus Design, aus ›Verpackung‹, die ausgegebenen Lebensmittel sind von daher gesehen Nebensache. Kommunikati-

onsdesign, Grafikdesign, Mediendesign, Werbedesign, Food design, Marktdesign und Verhaltensdesign der Mitarbeiter formen das Produkt und auch die Kunden. Darüber hinaus gibt es Nebenprodukte wie Interior Design für die Restaurants und für Hotels. Bei McDonald's arbeiten Ökonomen, Soziologen, Psychologen, Designer, Informatiker, Ingenieure. In Chicago, Illinois, gibt es seit 1961 eine »Hamburger University«, wo der Managernachwuchs herangezogen wird.

Es gibt viele Käuferlebnisse, die nach dem McDonald's-Prinzip gestaltet sind. Toy R Us, H&M, Body Shop, Ikea..., die Liste wird täglich länger. Sogar kleine Unternehmen sparen am Personal, wenn sie mcdonaldisierte Prozesse im Betrieb einbauen können. Alle großen durchrationalisierten, kundenorientierten Unternehmen haben »das Buch«, wie George Ritzer es nennt. Burger King, Pizza Hut, Kentucky Fried Chicken, Subway. Gehobener Sektor: Outback Steakhouse, Olive Garden, Starbucks usw. Im jeweiligen »Buch« sind z.B. die Rezepte exakt beschrieben, mit Herstellungsverfahren und Produkt-Aussehen! Das »Buch« geht von einzelnen Elementen bis zur Synthese der Speisen. In der Küche herrscht reine Zweckrationalisierung; bei Morton's sollen die verschiedenen Gänge durch Farben differenziert werden, mit dem Ziel einer schnelleren Klassifikation und Handlungsorientierung bei der Produktion.

Consumer Education

Das McDonald's-System verwendet einen erstaunlichen Begriff: »Consumer Education«⁷. Was bedeutet dies?

Tja, bei McDonald's räumt der Kunde seinen Tisch ab. Bei Ikea bauen die Kunden in ihrer Freizeit die Möbel zu ende. Software-Produkte kommen nicht mehr fertig auf den Markt. User finden die Software-Fehler mit. Am Telefon muss der Kunde die Taste 1, 2, 3 drücken, je nach Frage. Fazit: Kunden erbringen stolz eigene Dienstleistungen für das Unternehmen – im Glauben, damit Geld gespart zu haben.

McBildung

Es heißt wahrlich nichts Neues zu sagen, dass die McDonaldisierung in alle Strukturen der Gesellschaft eingesickert ist – auch in die Bildung. In den Hochschulen werden Studierende schneller und effektiver mit mehr oder weniger raffinierten

7 Consumer Education hat zwei Bedeutungen. In diesem Buch wird angenommen, wie Konsumenten ihr Verhalten an die vorgegebenen Konsumformate anpassen müssen. Sie werden »educated«, trainiert, ohne es zu merken. Consumer Education (Verbraucherbildung) wird auch häufig so beschrieben, dass Konsumenten informierter sind, indem sie durch Bildung ein Wissen bekommen, ihre Fähigkeit zu besseren Konsumentenentscheidungen zu stärken. Untersuchungen zeigen, dass die Konsumentenbildung ständig abnimmt.

Wissensprodukten »bedient«; sie werden als Kunden aufgefasst. Sie möchten konkrete Ziele mit bestimmten Erwartungen vorausgesagt bekommen. Dafür wird die Bildung in Form von Ausbildung in kleine, diskrete Lernhappen (unabhängige »Module«) aufgeteilt. Die Portionen werden rascher aufgenommen und regelmäßig abgeprüft (am liebsten mit Multiple Choice). Frage ist, wo bleibt die BILDUNG von Zusammenhängen, wenn man nur isolierte, hübsch eingepackte Häppchen lernt?

Die Soziologin Suzanne S. Hudd prüft in »Character Education in Contemporary America: McMorals?«⁸ die Notwendigkeit, in den amerikanischen Schulen ein Fach »Character Education« (gegen Gewalt und Werteverlust) einzuführen. Also nicht Wissen, sondern Erziehung. Durch die McDonaldisierung würden die Schüler die Moral aber nur für die Prüfung pauken, und nichts davon »verinnerlichen« (»McMorals«).

Es lässt sich allgemeiner fragen, gehen auch unsere europäischen Bildungssysteme in Richtung McDonaldisierung? Das Bildungssystem Deutschlands wurde einst sehr beneidet und gefeiert. Amerikaner wussten, die Deutschen studieren am längsten und am gründlichsten – und dies mache auch, dass sie für Jobs besser vorbereitet sind. Das galt lange Zeit sogar für die Ingenieurausbildung. Amerikanische Unternehmen haben deutsche Uni-Absolventen oft bevorzugt, gerade weil das deutsche Universitäts-System so flexibel war, dass Studierende mindestens 6 Jahre in aller Ruhe studieren konnten. Bis die Bologna-Optimierung Einzug hielt.

Vordem hatte ein Universitätsstudent 2 Vorlesungen zu besuchen, die Pflicht waren (z.B. Lineare Algebra und Analysis), den Rest konnten Studierende sich aussuchen. Vorlesungen hatten keine Prüfung, nur Attestat. Proseminar, Seminar, Oberseminar. Übungen wurden von Hilfskräften, fortgeschrittenen Studierenden, geprüft. Dazu waren zwei bis drei Nebenfächer erforderlich, die mindestens 4 Semester lang in den Fächern anderer Studiengänge zur verbringen waren. Ziel des Studiums war nicht die Vorbereitung für die Berufswelt, sondern die persönliche Bildung um ihre selbst willen, wie im 19. Jh. von dem Bildungsminister und großen Gelehrten Wilhelm von Humboldt dem deutschen Bildungssystem eingepflichtet worden war, durch die Parole: »Studieren in Einsamkeit und Freiheit«. Spätere Bildungsexperten beklagten eine »Verschulung der Universitäten«, als sie die ersten Anfänge von deren McDonaldisierung sahen.

Aus Fachschulen wurden Fachhochschulen (aus Ingenieurschulen, Handelsschulen, Werkkunstschulen). Heute reden Universitäten vorzugsweise nicht über Inhalte, sondern über Credits⁹, vorformatierte Module, die, wenn möglich, unabhängig voneinander sein sollen, aber mit anderen Universitäten austauschbar.

8 *Taboo: The Journal of Culture and Education*, v8 n2 2004, S. 113–124.

9 ECTS: Das European Credit Transfer and Accumulation System dient dazu, Studienleistungen zu quantifizieren für einen schnelleren Vergleich und eine problemlose Übertragbarkeit zwischen Hochschulen.

Leicht konsumierbare Kost. Fast- und Convenience-Bildung. Immer mehr wird den Studierenden ›Vorgekautes‹ vorgesetzt, das Internet lässt grüßen. Mit KI ist der Prüfungs- und Lern-Erfolg Resultat einer kontinuierlichen Messung in Online-Studiengängen. Während die Studierenden noch Aufgaben lösen, stellt der Computer eine erste Bewertung der Lösung und des Lösungswegs an, so dass Studierende sich sofort verbessern können. Eine Studentin erzählte mir, sie könne sich nicht wirklich für die kreative Lösung einer Aufgabe interessieren, sondern nur für den konkreten Weg, welchen die Software als besten Weg erkennt. So fühlte sie sich frustriert. Die Konsumentenrolle bei der Aufgabenlösung bringt kein Denken mit sich, sondern erreicht nur bequem ein Ziel. Dies und der Abbau vieler Studiengänge der Philosophie an den Universitäten bewirken, dass ein Land tatsächlich ärmer an Reflexion werden kann, auch wenn es technisch weit entwickelt ist. Wenn von oben her nicht mehr gedacht wird, wie soll da auf dem unteren Bildungslevel noch nachgedacht werden? Der Aufstieg des rechten Populismus ist eine deutliche Warnung vor dieser Entwicklung.

Häufiger wurden die 4 Aspekte der McDonaldisierung auf die »McBildung« im Klassenzimmer und im Hörsaal übertragen: (1) ›Effizienz‹ (Computerbewertete Prüfungen begrenzen die Zeit für die Benotung. Es entsteht eine Berechenbarkeit, bei der Notendurchschnitte zu Individuen und zum Kurs insgesamt errechnet werden.), (2) ›Berechenbarkeit‹ (Kurse sind an den Universitäten standardisiert. Es wird einfacher, ähnliche Kurse und Inhalte an verschiedenen Standorten zu finden. So kann man jedes akademische Jahr an einer anderen europäischen Universität studieren, das tun aber natürlich nur wenige), (3) ›Vorhersehbarkeit‹ (Die Kurse sind in ihrer Struktur schon sehr spezifiziert), (4) ›Kontrolle‹ (Kurse müssen bestimmte Zielerfordernisse erfüllen, sie werden regelmäßig akkreditiert).

Bewerbungen im Beruf berücksichtigen heute nicht mehr die Abschlussnoten. Noten sind unglaublich geworden. Die Abschlüsse werden nur durch Probezeit zum Beweismittel.

Designokratie

Die McDonaldisierung ist ein Symptom der allgegenwärtigen »Designokratie«¹⁰ im globalen Maßstab. Es sind vier Topoi des modernen Lebens hervorzuheben, d.h. der Postmoderne und ihrer Ursprünge für den Weg von der Rationalisierung zur McDonaldisierung¹¹:

(1) »Optimierung«: Das bedeutet die Unterwerfung aller gesellschaftlichen Aktivitäten unter das Prinzip wettbewerblicher Effizienz. (2) »Bürokratisierung«: Sie

10 van den Boom, *Das Designprinzip*.

11 van den Boom/Romero-Tejedor, »Bürokratisierung«, in: *Das Ikonische. Ein heuristisches Konzept zur Generierung projektiver Handlungsräume im Design*, Grafik 1.1.1, S. 25.

bedeutet die Unterwerfung aller gesellschaftlichen Aktivitäten unter das Prinzip anonym, strategischer Zweckrationalität. (3) »Marketingisierung«: Sie bedeutet die Unterwerfung aller gesellschaftlichen Aktivitäten unter das Prinzip wechselseitiger, strategischer Beeinflussung. (4): »Indirektisierung«: Das bedeutet die Unterwerfung aller gesellschaftlichen Aktivitäten unter das Prinzip durchgehender Medialisierung; die Indirektisierung betrifft den Umstand, dass direkte Kommunikationssituationen face to face aufgrund der Punkte 1, 2, und 3 allmählich »aushuntern«.

Auch wenn einige Autoren das Wort »Designokratie« in positiver Aufwertung interpretieren, bedeutet Designokratie letzten Endes, dass wir von den VORFORMATIERUNGEN des Designs beherrscht werden. Wir werden unser Leben in Zukunft vollständig abgekapselt in einer Designkulisse verbringen, ohne Kontakt zu dem, was wir früher einmal die Realität genannt hätten, die Realität, in der es Atome und Galaxien gibt. Wir erinnern uns an den Film *Die Truman Show* (1998), in der ein Mann (Jim Carrey) sein ganzes Leben in einer Fernsehkulisse verbringt ...

Effizienz der Technik

Eine solche Kulisse scheint heute bereits technisch möglich. Ja, leben wir nicht längst in ihr? Was gibt uns die Sicherheit, ein in Design eingepacktes Leben von der Realität zu unterscheiden?

Technische Effizienz bedeutet die Integration getrennter Funktionen. Durch sie kommt hochgradige Vernetzung ins System. Und als digitale Kulmination haben wir Big Data, verbunden mit KI. Die Produkteffizienz macht, dass die Produktzyklen immer kürzer sind. Dafür haben die Produkte eine eingebaute Verfallszeit (obsolescence). Für die digitale Welt repräsentiert dies die ständige Aktualisierung von Versionen. Ein drittes ist die Effizienz beim Konsumenten, will heißen, dass der Konsument zum edukativen Bestandteil der Produktion bzw. des Produktionszyklus wird, der Konsument ist ein Baustein im System.

Man begreift schnell, dass das Effizienz-Konzept letztlich ein Umweltproblem darstellt, wenn in die Produkte nämlich ein immer kürzeres Leben eingeplant wird und der Konsument einen Gratisbeitrag zur Ausreifung des Produkts liefert – auf jeden Fall durch seine Daten. Ob die globale Vernetzung der Daten einen Lösungsweg in der Umweltproblematik bringen kann, ist noch nicht klar. Aber denkbar sind schon KI-Szenarien, wo die KI unserem Auto ungefragt mitteilt, es solle sich sofort in Sicherheit bringen, da ein großes Unwetter bevorsteht. Solche Science-Fiction Kulissen sind bereits auf dem Weg zur Realität, zur Realität in einer Designkulisse.

Symptome der Designokratie

Wenn sich Design wie eine Sparte der Bürokratie aufführt, ist Designokratie ins Spiel gekommen. Design könnte dann versuchen wollen, die Herrschaft der Bürokratie hinter »Ablenkungsmanövern« zu verbergen¹². Als Putin die Ukraine angreifen wollte, ließ er wochenlang an der Grenze Panzer auf und ab fahren, ein buchstäbliches Ablenkungsmanöver – es sei doch nur ein Manöver geplant.

Designokratie zeigt weitere negative Folgen: sie bringt Inflexibilität in die Systeme. Design zerlegt dann die Handlung in rationale Einzelschritte, Design verplant so und überbestimmt den Nutzer. Sequenzielle Strukturen erfordern Lernaufwand. Der Mensch denkt aber nicht sequenziell, sondern projektiv, vom Ziel her. Das System verhält sich starr, wenn der Nutzer sich nicht wie geplant verhält. Konsequenz: Dem Nutzer gelingt keine Entfaltung eigener Projekte.¹³ Ein Beispiel von Designokratie steckt in der Gamification. Sie gibt sich als heiter, um die Bürokratie des Systems zu verstecken.

Zeitalter der Digitalisierung: ein Zeitalter der Bürokratisierung

Heute haben wir ein weitgehendes »Menüdenken« entwickelt. Wir lösen Probleme in Form vorgegebener Alternativen. Handlungen, wie z.B. einen Reisepass zu beantragen, wird vom Design her als einfach und quasi kinderfreundlich dargestellt. Die Wahrheit ist, wenn man in seiner Stadt einen im Internet vergebenen Passtermin haben möchte, muss man ca. 6 Wochen warten. Die Reise kann nicht warten. Geht man spontan zum Bürgerservice der Stadt, bekommt man den ersten Termin am selben Tag! Diese wichtige Information steht jedoch nicht auf der Website. Die Müllabholung wird angeblich vereinfacht durch Terminmitteilung per E-Mail. Wäre es nicht besser, man stellte nicht vier verschiedene Trennmüll-Tonnen vor jedes Haus, die alle zwei Wochen geleert werden, sondern dafür größere Sammeltonnen auf dafür vorgesehene Plätze, die für alle Nachbarn da sind und täglich geleert werden.

Alltägliche Dinge werden jetzt in Applikationen eingepackt (Kochen, Krankenversicherung, Bankverbindung, Telefonanbieter, Zahlungen ...). Während der Coronazeit wurde älteren Menschen empfohlen, sich von Nachbarn oder Familienmitgliedern im Netz einen Impftermin buchen zu lassen!

Ich habe einen Tipp: Wir sollten uns nicht von der künstlichen Intelligenz inspirieren lassen, vielmehr umgekehrt, wir sollten die künstliche Intelligenz inspirie-

12 van den Boom/Romero-Tejedor, »Bürokratisierung«, in: *Das Ikonische. Ein heuristisches Konzept zur Generierung projektiver Handlungsräume im Design*, Grafik 1.1.2:6, S. 45.

13 Ebd., S. 39.

ren, so intelligent wie möglich für uns zu arbeiten. Darüber wird später noch ausführlicher die Rede sein.

2.3. Arbeitswelt: McJobs

»Weißt du? Ich habe Geld verdient!«. Das ist die vielzitierte Aussage einer Dreizehnjährigen. Und zwar mit Spaß hat sie Geld verdient. Man müsse nur etwas spielen, und danach ein Formular ausfüllen, um aufzuschreiben, was gut ist oder nicht so gut ist. Die Zahlung ist geringfügig. Das Mädchen hatte 80 Cent in einer Woche verdient; wenn fünf oder zehn Euro zusammenkommen, erhält sie einen Gutschein, für ein Produkt des Unternehmens – Software, versteht sich ...

Durch die Digitalisierung sind neue Arbeitsformen entstanden, die aber auf lange Sicht wohl kaum eine Verbesserung der Bedingungen der Arbeiter bedeuten würden. Immer wieder wurde von Soziologen untersucht, wie und wo die prekären Bedingungen in der digitalen Welt anwachsen; der Lohn reicht nicht zum Leben. Clickworker werden mit den Regeln der McDonaldisierung bis zur Perfektion ausgebeutet.

»Der neue Chef«

Clickworker, so rühmen deren Arbeitgeber, haben keine Chefs und arbeiten, wann sie wollen und soviel sie wollen. Scheinbar ideale Bedingungen? Die Arbeitswelt der Zukunft?

In der Vergangenheit gab es immer Chefs. *Der neue Chef* ist der Titel eines einflussreichen Aufsatzes des Soziologen Niklas Luhmann. Der neue Chef kommt! Alle in Vorfreude? Luhmann beschrieb, wie wichtig der Chef für die Arbeiter ist. Wenn ein Personalwechsel in den höheren Ebenen stattfindet, kann dies soziale Unruhe verursachen. Neue Chefs wecken Erwartungen. Luhmann studiert den Unterschied zwischen Rollenzusammenhängen in ursprünglichen und in komplexeren Gesellschaften, die eine Verwaltung benötigen. Die Komplexität einer Gesellschaft beeinflusst auch die Rollenzusammenhänge.

Wie funktioniert ein »neuer Chef« in den ursprünglichen Gesellschaften? Je ursprünglicher die Gesellschaften sind, desto weniger Differenzierung im sozialen System enthalten sie. Rollen bleiben, Personen sind austauschbar. Häufig ist es eine Person der nächsten Generation, der in die Rolle eintritt. Der Häuptling eines Stammes figuriert in mehreren entscheidenden Rollen wie Familie, Krieger, Vortänzer, Riten-Kontrolleur, Ratgeber etc.

Von »personaler« zu »sachlicher« Rolle

Die »personale« Rolle ursprünglicher Gesellschaften wird nach Luhmann in eine »sachliche« Rolle komplexer Gesellschaften umgeformt. Was bedeutet dies? Rollen sind das Konstante, sie können von verschiedenen Personen ausgefüllt werden. In Luhmanns Sinne war 2025 zu beobachten, wie die katholische Kirche zu einem neuen Chef, dem Papst, kam. Hinsichtlich der Nachfolge in das höchste Amt ist die katholische Kirche eine »ursprüngliche« Gesellschaft. Es bedarf daher eines umständlichen Rituals (»Konklave«), um den neuen Papst quasi-demokratisch unter den Kurienerkardinalen zu wählen. Von einem »modernen« Papst werden andere Dinge erwartet als von einem traditionellen. Der neue Papst steckt gleichsam bis zum Hals in einer alten Rolle, der Kopf aber ragt in eine neue Zeit.

In komplexen, ausdifferenzierten Gesellschaften wird die »personale« Rolle durch eine »sachliche« Rollenkombination ersetzt. Komplexere Gesellschaften haben eine stärkere Trennbarkeit der Rollen: im Heim, in der Arbeit, in der Politik, in der Erholung. Menschen benötigen in komplexeren Gesellschaften personale Beweglichkeit. Karrieren zeigen zufällig erscheinende Rollenanhäufungen in jeder Person. Das Zusammentreffen von Rollen in einer Person folgt keinen sozialen Regeln mehr, so Luhmann.

Ein Konzernchef kann verheiratet sein oder nicht, Tänzer oder Nichttänzer sein, religiös oder agnostisch, Jäger oder Tierschützer. Für Rollenkonflikte in den differenzierten komplexeren Gesellschaften gibt es keine sozial akzeptierten Lösungen. Jeder Nachfolger in einer Rolle bringt neue Kombinationen mit neuen Problemen. Durch die Ausdifferenzierung der Rollen ergeben sich immer neue Kombinationen, die mit struktureller Umstellung in der nächstunteren Ebene verbunden sind.

Verwaltung muss sich den Entscheidungen des neuen Chefs anpassen, ebenso wie auch an den Wechsel sozialer Zusammenhänge, der durch die neue Person veranlasst wird. Stabilität im sozialen Leben wird erreicht, wenn das Verhalten anderer Personen voraussehbar ist, das heißt zuverlässige wechselseitige Verhaltenserwartungen erfüllt.

Digitale App als neuer Chef

Wir deuteten schon an, dass junge Leute einen kleinen Job zu haben glauben, weil sie Tests im Internet durchführen und Geld dafür bekommen. Sie würden ohnehin mit der Software spielen, und eine Bewertung erbringt jetzt etwas. In einem Monat 5 oder 10 Euro. Besser als nichts ...

Heute stellt sich die Frage: Was passiert, wenn der »neue Chef« eine App ist? Welche Pros und Contras ergeben sich? Auf den ersten Blick scheint es ein Pro zu geben: App-Worker können immer und in jeder Situation arbeiten. Ein digitaler Chef ist auf Algorithmen gegründet und scheint rationaler zu sein als der menschliche Chef.

Aber die Realität ist nicht so rosig. Durch die weltweite Verbreitung der Arbeiter, die im Internet zur Verfügung stehen, gibt es keine Gesetze. Die schlechte Bezahlung ist relativ zu sehen: Einem jugendlichen Klickarbeiter in Europa stehen hundert Klickarbeiter in Indien gegenüber, die mit dem Geld ihre Familie zu ernähren träumen. Klickarbeiter haben keine Sozialversicherung, keine Krankenversicherung. Arbeitsanbieter präsentieren den Job als ein willkommenes Nebeneinkommen, so dass die Erwartungen des Arbeiters nicht zu hoch liegen. Da es eine nicht ernsthaft verdienende Arbeit ist, wird sie häufig von Hausfrauen, alleinstehenden Müttern etc. ausgeübt! Die Prekarität trifft wieder die vulnerablen Schichten der Gesellschaft.

Sarah Abdelnour und Dominique Méda erklären in ihrem Buch vom 2019 *Les nouveaux travailleurs des applis* (frei übersetzt: »Die neuen App-Worker«) wie App-Work als Mikro-Aufgaben angeboten wird. Die Leute müssen viele verschiedene Beschäftigungen zugleich wahrnehmen, um über die Runde zu kommen.

Jobber gesucht

Hier erinnern wir uns an die Disneyfizierung. Die Plattformen präsentieren sich in einem Marketing von »Happykratie«¹⁴ und von »Demokratisierung der Arbeit«. Alle formulieren mehr oder weniger immer die gleichen Versprechungen. Sie verkaufen sich als Community, die Gutes tut (im Sozialen, der Umwelt etc.). Jeder kann überall auf der Welt arbeiten. Nur Tüchtigkeiten zählen und keine sozialen Merkmale. Jeder kann sein eigener Chef sein mit geringen Investitionen. Die Arbeit wird sofort bezahlt. Keine Hierarchie. Keine vorgegebenen Arbeitszeiten. Kein Stress durch Karriere-Aufstieg. Soweit die Plattformen.

Jourdain und Gaulin gehen tiefer einer weiteren Realität nach¹⁵. Die Teilung des Gewinns in den sozialen Medien ist klar, 90 % gelangt in nur 10 % der Hände in den Plattformen und der Hersteller – also doch eine sehr hierarchische Struktur. Das Einkommen des Workers reicht nicht zum Leben. Kulinarik-Bloggerinnen verdienen in Frankreich ca. 50 € monatlich. 50 % der Verkäuferinnen bei Etsy sogar nur 10 €. Die Verkäufer von Kunsthandwerk müssen »gratis« alles für das Internet vorbereiten: Computer, Anschluss, Fotografien, Texte ... Die meisten Käufer suchen »Verkäufer« in der Nähe. Offline arbeiten an handwerklicher Ware 50 % Frauen, online 88 % (Etsy). Männer bei Etsy verdienen durchschnittlich ca. 150 €, während Frauen nur 84 € einnehmen. Wiederum zeigen Jourdain und Gaulin, dass der vulnerable Teil der Gesellschaft stärker ausgebeutet wird.

Auf diesen Plattformen müssen die Arbeiter so gut wie immer online sein. Beispiel: Ich las einen Kommentar eines Englischlehrers von AmazingTalker. Wenn der

14 Edgar Cabanas und Eva Illouz, *Manufacturing Happy Citizens*, 2018.

15 Anne Jourdain und Sidonie Gaulin, in: S. Abdelnour und D. Méda: *Les nouveaux travailleurs des applis*.

Anbieter (der Lehrer) nicht sofort antwortet, sind andere schon mit dem Job davongegangen. Wenn man nicht immer zur Verfügung steht, stellt die Plattform durch Algorithmen die Person nach ›unten‹, dann wird sie auch weniger sichtbar. Nach dem Unterricht muss der Schüler am besten direkt benoten. Dies hat auch Konsequenzen, wenn es einmal nicht gut ablief. Alles läuft natürlich rational ab – durch Algorithmen bestimmt. Bei AmazingTalker gibt es ›Trial Lessons‹ für 1/3 des Normalpreises. Nach Lektüre der Kommentare von Schülern und Lehrern kommt man rasch dahinter, dass das 1/3-Angebot von der Plattform selbst angekündigt wird; manche Lehrende weigern sich oder erscheinen nicht zum Date, klar. Der ahnungslose Schüler glaubt, er habe es mit Lehrpersonal von AmazingTalker zu tun, aber der Lehrende handelt in Wirklichkeit als Selbstständiger.

Diese 100 %ige Präsenz der Lehrer und sofort reagieren zu müssen kann also Konsequenzen haben. Ich hatte eine Lehrerin, die während meines Unterrichts potenziellen Kunden antwortete. Der Stress war ihr anzumerken. Diese Lehrerin tat mir kund, ihr Geld auf ein Konto in London zu bekommen, aber in Paris zu leben und dort Arbeitslosengeld zu beziehen.

Mein liebster Lehrer bei AmazingTalker war anders, der Algorithmus hatte ihn ganz ›oben‹. Kein Wunder, er hat sich für jeden Schüler extra vorbereitet. Als ich ihn diesbezüglich fragte, sagte er, er habe mehr als 10 Schüler täglich auf der ganzen Welt. Er ließ mich einen Blick auf seinen Desktop werfen. Dort hatte er mit der Information, die er von mir besaß, in Chat GPT den Unterricht vorbereitet. Wir redeten über Design, über Kunst, über Picasso, über Barcelona, über Deutschland. Er erklärte mir, wie schlimm es für englische Ohren klingt, wenn Deutsche ihr Mobile als »Handy« bezeichnen ...

Neu schlechter als Alt

Es gibt zwei Arten von Leuten in den sozialen Medien: die Professionellen, die damit Geld, manchmal viel Geld, verdienen, und die Steckenpferd-Reiter, die kein ökonomisches Ziel verfolgen, einen festen Job haben, und in den sozialen Medien ihrem Hobby nachgehen. Man findet auf Instagram Comics von jemandem gepostet, der sein Geld hauptsächlich in einem festen Beruf verdient, aber in Konkurrenz mit Kunststudierenden steht, die versuchen, einen Platz in dieser unübersichtlichen Welt zu ergattern. Und nur sehr wenige Leute können dann doch davon leben.

Die Situation der Clickworker bringt uns tatsächlich zu der Frage nach der frühen Industriegesellschaft. In der zweiten Hälfte des 18. Jhs. begann, hauptsächlich in England, die industrielle Revolution. Es war ein Wechsel vom Paradigma der Agrargesellschaft hin zum Paradigma der Industriegesellschaft. Die Industriegesellschaft teilte sich grob auf in die Klasse der kapitalistischen Unternehmer und die Klasse des Proletariats. Die Landbevölkerung strömte in die Stadt. Es gab keine hinreichenden Unterkünfte für Fabrikarbeiter. Die Landbevölkerung

und die Fabrikarbeiter hatten wenig Sicherheit. Es dauerte unendlich lange, bis der einsetzende Kampf für ARBEITERRECHTE zu dauerhaften Erfolgen führte. Die Situation wiederholt sich im 21. Jh. Die Monopolkapitalisten sind heute die digitalen Plattformen; und das Proletariat sind heute die ahnungslosen, rechtlosen »Workers«.

Nach Karl Marx gab es seinerzeit zwei Klassen der modernen Gesellschaft, die Bourgeoisie und das Proletariat. Die Bourgeoisie kontrollierte die Produktionsmittel. Der Eigennutz minderte die Solidarität in der Bourgeoisie. Das Proletariat verkaufte seine Arbeitskraft und wurde ausgebeutet. Es wuchs allmählich ein Bewusstsein, das gemeinsame Wohl zu etablieren (»Arbeit bildet«, Hegel¹⁶). Ein Fall der Bourgeoisie durch Unsolidarität und ein Sieg des Proletariats durch Bildung waren nicht zu vermeiden – dachte Marx.

Marx stellte fünf historische Epochen dar. Jede Epoche entspricht einer Ära, in der die Menschen durch ihre Arbeit, ihre Produktionsformen, definiert sind. Die Frühgeschichte hat eine klassenlose Gesellschaft (primitiver Kommunismus). In der Antike gibt es die gesellschaftliche Elite und die Sklaven. Der Feudalismus teilt zwischen aristokratischer Gesellschaft und Bauern ein. Der Kapitalismus bringt die Bourgeoisie und das Proletariat. Marx sah das Ende der Geschichte in einer neuen Form klassenloser Gesellschaft, mit einem kollektiven (»vergesellschafteten«), staatlichen Eigentum an den Produktionsmitteln.

Aber etwas hat sich außerdem geändert, was Karl Marx nicht vorhersehen konnte, eine radikal neue Epoche wird durch die digitale Technologie definiert. Im Postkapitalismus entsteht eine digitale Elite gegenüber dem vereinzelt, »atomisierten« Individuum. Jeder ist auf sich allein angewiesen, keiner kann sich im Dschungel der digitalen Welt mehr organisieren. Die vielen interaktiven Plattformen der digitalen Elite bieten Jobs an, in denen dieselben Strukturen wie bei der McDonaldisierung zutage treten, auch für die Jobs auf den untersten Hierarchiestufen der Konzerne selbst. Sie verhalten sich wie die Verwaltung eines Landes, und sie zielen auf Profit hauptsächlich durch Optimierung und Effizienz. Die Plattformen sind indes nur Schein, sie versprechen dem vereinzelt Arbeiter Selbstständigkeit, keinen Chef, und Arbeitsflexibilität – man arbeitet wo und wann man möchte. Die Bezahlung ist international ausgerichtet, das heißt, dass ein Amerikaner mit einer Person eines Drittweltlandes, wo die Lebenskosten sehr niedrig sind, in Konkurrenz treten muss. Die Internationalisierung der Plattformen erlaubt keine Organisation der Arbeiter, sie sind allein, anonym und vereinzelt. Die von ihnen selbst bereit gestellten Werkzeuge ihrer Arbeit werden bei der Honorierung nicht eingerechnet (Jaron Lanier).

16 »Arbeit bildet« gilt als Zusammenfassung eines der Hauptgedanken von Georg Wilhelm Friedrich Hegel (1770–1831) in *Phänomenologie des Geistes* (1807), und zwar Kapitel: »Selbstständigkeit und Unselbstständigkeit des Selbstbewusstseins; Herrschaft und Knechtschaft«.

Angenommen, wir geben unserer Bank Daten, die geprüft werden. Automatisiert. Und in Wirklichkeit, am anderen Ende der Welt sitzt ein Clickworker, der dies bestätigt. Die Person prüft, ob Unterschrift und Ausweis übereinstimmen. Dafür bekommt diese Person sehr wenig Geld, auch wenn die Überprüfung nur ein bis drei Minuten pro Person dauert, und zwanzig solcher Verfahren pro Stunde erledigt würden, kann die Person nicht davon leben. Sie bekommen Sklaven-Konditionen. Immer und überall zur Verfügung zu stehen, um keinen Klein-Job zu verlieren.

Viele von uns arbeiten gratis für KI, wenn wir angeben, keine Roboter zu sein und wählen die Fotos, auf denen ein Bus, eine Ampel, eine Brücke oder ein Hund zu sehen ist. Damit werden die Ergebnisse weltweit gespeichert und die KI lernt aus Abermillionen Antworten darauf, wie eine Ampel aussieht. Dies macht auf Dauer die Appworker überflüssiger, die Konditionen werden sich noch verschlechtern.

McDonadisierung, Zweckrationalisierung macht sich in der Arbeitswelt bemerkbarer als je zuvor. Narrative und Wirklichkeit divergieren so stark, dass es schwer ist, das Problem auf den Punkt zu bringen.

Die alltägliche Arbeitswelt ist längst nicht frei von Robotisierung, digitaler Ökonomie, Big Data, oder KI. In dieser geschönten, scheinhaften Arbeitswelt der Clickworker gibt es aber nur einen Verdienner, die Plattformentwickler. Manchmal ist aber doch in dieser scheinbar positiven Welt etwas Gutes versteckt. Eine kollaborative Ökonomie, in der man im Internet Dienstleistungen und Konsumgüter austauscht, stellt sich auf der Plattform als ein reines Medium dar. Aber die Plattformen bestimmen die Nutzung, und verdienen Millionen damit, wie Diane Rodet sagt.

2.4. Gamification: Ein Entertainment?

Im Laufe der Entwicklung von McDonadisierung und Disneyfizierung hat der Homo ludens auch die GAMIFICATION entdeckt. In unserer Beschäftigung mit der Spaßgesellschaft kam die Gamification bereits zur Sprache. Die Gefahr einer LOLLIPOP-GESELLSCHAFT, über die seit den 70er Jahren des vorigen Jahrhunderts gesprochen wird, erreicht durch Gamification eine ernsthafte Wahrscheinlichkeit: Zehn Prozent der Bevölkerung, hochintelligent und hochmotiviert, reichen aus, ein Land zu steuern; die restlichen 90 % bekommen Lollipops. Die heutige Gesellschaft wird von Eliten gesteuert, die Mehrheit bekommt Lutschstangen gratis, um still zu halten. Lollipops bedeuten eine ›Versüßlichung‹ für die Mehrheitsgesellschaft aus einer Mischung von McDonadisierung, Disneyfizierung und Gamifizierung. Vorn im Jet sitzt der smarte Flugkapitän, er fliegt zweihundertfünfzig Touristen zum Urlaub nach Mallorca, die sich dort etwas gönnen, nämlich Lollipops.

Die Lollipop-Gesellschaft ist jung, aber jeder kennt auch den Vater, der im Park mit seinem Sohn Skateboard fährt. Der Großvater sitzt daneben in einer Fitnessmaschine und müht sich nach Kräften ab. Wie süß das ganze Bild!

Der kleine Fritz sitzt allein zuhause in seinem verdunkelten Zimmer, um sich Computerspielen hinzugeben. Er hat inzwischen unbemerkt eine Sucht entwickelt. Dieser Hang zur Sucht wird nicht nur von Computerspielen ausgebeutet, sondern von einer Gamifizierung der Gesamtgesellschaft. Wir arbeiten nicht gern, also verwandeln wir die Arbeit in Spiel, dann macht sie Spaß.

Gamification im Alltag

Gamification verspricht, langweilige Alltagspflichten, wie Zimmer aufräumen, zu einem Spiel zu machen. Der Trick ist einfach: Die Geschwister konkurrieren untereinander um Punkte, die sich in Lollipops umwandeln lassen.

Der Papi macht mit. An seinem Arbeitsplatz. Am Ende möchte jeder mehr davon machen dürfen, um mit anderen zu konkurrieren. Häufig werden solche Pflichten in Sport umgedeutet, mit anderen in einem Wettbewerb, dargestellt als ›Sieger der Woche‹. Als Mann des Monats, als Mann des Jahres.

Gamification bedeutet letzten Endes, alles Alltägliche in der digitalen Welt zu reflektieren. Und dies soll natürlich mehr Spaß bringen. Da gibt es eine App, die mich motiviert, mit anderen Hundehaltern im Winter um fünf Uhr morgens einen Spaziergang zu verabreden. Das Treffen findet selbstverständlich koordiniert über das Internet statt. Alle werden Bilder davon posten, die besten Locations für Hundegassi teilen, Orte, wo einer sich sicher fühlen kann usw. Wer mehr postet und mitteilt, kann Punkte sammeln. Wer viele gesammelt hat, kommt durch Likes, Bewertung etc. immer höher in der Punkteskala. Es geht um Anerkennung, es geht um den Preis, oben auf der Punkteliste zu sein. So gamifizieren Leute ihr Tun, die lieber im Bett geblieben wären.

Bei der ›ernsten‹ Gamification geht es, wie in allen Spielen, um Verlierer und Gewinner, durch Konkurrenz und Punktesysteme – und das natürlich in einem Game-Kontext, einer App. Gamification des Alltags, organisiert in der digitalen Welt, rationalisiert unsere Aufgaben und gibt ihnen eine Spielkomponente, so dass man sie einerseits mit Spaß erledigt, andererseits seinen Alltag auch optimiert.

Ich kann mir vorstellen, dass diese App auch einen anderen Hundehalter belohnen kann, wenn er fünf vor fünf Uhr morgens meinen Hund Brownie mitnimmt. Dann muss ich selbst nicht jeden Tag raus, und derjenige bekommt an dem Tag meine Punkte dazu ... Wieso nicht?

Natürlich muss Gamification im Alltag austariert sein; wie viel Gamification ist gut, und wann wird es zu viel. Wenn ich eine App habe, die meine Pflichten genau wie ein Buchhalter protokolliert, kann es sein, dass ich gerne den Abwasch erledige, um danach einen Spaziergang zu machen – oder noch besser, mir einen Kaffee zu gönnen ... Diese Form der Gamification ist schon eine rationalisierte Form der Handlung, wo alles wie in der McDonaldisierung einen Buchhaltungscharakter annimmt.

Gamification im Job

Gamification in der Arbeit? Wer profitiert davon? Wer hat mehr davon, dass ich mich anstrengte, Mitarbeiter des Monats zu werden? Ich, oder das Unternehmen, das jede Woche feststellt, wer hat mehr als in der vorigen Woche gemacht. Und ja, ich bekomme eine Belohnung, vielleicht sogar eine ökonomische. Und nächsten Monat, wenn ich es nicht schaffe, bedeutet es, dass jemand anderer besser war, sich mehr angestrengt hat, oder ich mich weniger als vorigen Monat. Wird das nach einem halben Jahr Konsequenzen haben? Ja, sicher.

Sicherlich haben wir alle schon erlebt, dass wir bei einer Einkaufskette sind, und der Mitarbeiter, der uns betreut hat, uns geschickt fragt, ob wir mit der Betreuung zufrieden sind. Sagen wir ja, werden wir noch netter gefragt, ob wir das auf einem Formular bestätigen würden. Klar, doch.

Wie viele Leute kennen Sie, die in der Freizeit vom Chef für eine Frage des Jobs angerufen werden? Kann das nicht warten? Nein, es muss jetzt sofort sein. Nehmen wir an, ein Softwarekonzern möchte, dass die Mitarbeiter während der Arbeitszeit Spiele spielen. Wozu? Mehr Teamfähigkeit und mehr Motivation. Außerdem ging es in den Spielen darum, Wissen über Sicherheitsfragen oder andere IT-Themen zu trainieren. Da das Spiel nicht anonym stattfand, durfte man auch, wenn man dazu Lust hatte, von zuhause aus spielen. Tja, Gamification dient freudig dem Unternehmen.

Gamification in der Bildung

Gamification dient nicht dem, der spielt, sondern dem, der vorgibt, das Spiel zur Freude des Spielers zu veranstalten. Auch KI ist ein solches Spiel. KI stellt Hilfe in so vielen Bereichen zur Verfügung, dass die Leute nicht mehr merken, wie viele ihrer Fähigkeiten gerade dabei verloren gehen.

Über *Digitale Demenz* hat schon der Hirnforscher Manfred Spitzer 2014 warnend geschrieben. Nur Bildung könne diesen Trend umkehren. Aber kann eine nichtspassige Vermittlung von Bildungsstoff überhaupt Erfolg haben? Welche Didaktiken sind zu finden, wo der Inhalt (Bildung) über die Form (Spielstruktur) siegt. Kann Design Bildungs-Social-Media kreieren, bei denen die Account-Inhaber soviel Zeit und Neigung wie in Instagram, oder in TikTok investieren? Es gibt schon social Media für Literatur, aber was wird da gelesen? Wie können neue Medien das kritische Denken verstärken? Kann man soziale Medien mit bildender Entwicklung verbinden?

Die Maxime der Aufklärung lautet nach Kant: »Sich seines Verstandes ohne Anleitung eines Anderen bedienen«, kurz: Selber denken! Autoritäre Regime versuchen das Denken zu ersticken, indem das kritische Denken als feindliches Agententum per Gesetz verboten wird.

Alle haben Handys. Und damit Zugang zu allen möglichen Angeboten im Internet. Mehr Stimulation geht nicht. Werden die Leute gebildeter? McBildung scheint das Gegenteil zu versprechen. Was ist überhaupt Bildung? Klar, Bildung ist nicht bloß Wissen. Sondern: ZUSAMMENHÄNGE VERSTEHEN. Der Bildungstheoretiker Dietrich Schwanitz¹⁷ beschreibt, er habe einen Schüler wiedergetroffen, der nach sechs Jahren Universität derselbe war wie vorher – und eine Schülerin, die nach sechs Jahren Universität ein anderer Mensch geworden war.

Zusammenhänge verstehen; das heißt, Dinge einordnen zu können. Kant nannte diese Fähigkeit »URTEILSKRAFT«. Es gibt Leute, die vielerlei Wissen haben, aber über keine Urteilskraft verfügen. Wenn dazu noch eine ungehörige Portion Selbstbewusstsein kommt, erhalten wir Menschen wie Donald Trump. Nein, Gebildetheit hat mit Bescheidenheit zu tun. Der englische Wissenschaftler und Romancier Charles Percy Snow schreibt in seinem Buch *Die zwei Kulturen* (1963), ein Gebildeter müsse wissen, was der Zweite Hauptsatz der Thermodynamik bedeute (das Chaos wächst immer!). Das also ist Bildung: Formung des Menschen, Fähigkeit zu einem gesunden Urteil, Vermeidung von Einseitigkeit des Wissens.

Wie können diese Bildungsanforderungen von einer McBildung erfüllt werden? Wie kann Reflexion, Selbstdenken und vor allem Rationalität gedeihen bei der Orientierung in einer komplexen Welt – wenn wir nur mit Maschinen spielen, die uns durch Spaß festhalten wollen? Wie kann die digitale Welt vermeiden, dass Menschen sich nur in ihrer eigenen Welt bewegen, wo sie nur Bestätigung ihrer Gedanken finden, ohne sich andere Perspektiven anzuhören? Wie kann durch digitale Medien ein Korrektiv stattfinden, welches nicht manipulativ, sondern aufklärend ist?

Junge Leute stellen sich auch selbst solche Fragen, aber sie können sich im Dschungel Internet schlechter als Erwachsene orientieren, weil sie zu früh und zu unreif beginnen. Zugang zur kompletten Information ist gut, wenn man sie im Zusammenhang verstehen kann. Die Leute glauben oft, dass die Information, die aus dem Algorithmus kommt, eine rationale, kontrollierte und demokratische Information ist, weil sie mit Statistiken arbeitet. Was passiert aber, wenn die Desinformation im Internet der Fakes überwiegt, womit werden die statistischen Antworten generiert? Wir sahen schon, wie leicht es Elon Musk fiel, die politischen Parteien, die ihn interessierten, in X stärker zu verbreiten. Aus einer algorithmischen Nachhilfe wird eine virale Botschaft, die das Fake in ein neues Narrativ verwandeln kann.

Bildung mit dem Computer ist möglich. Der südafrikanische theoretische Physiker Neil Turok ist in diesem Sinne in Südafrika tätig geworden, dort, wo die ökonomischen Ressourcen knapp sind, jedoch die Intelligenz-Ressourcen wie überall verteilt sind. Turok hat ein Programm mit der Regierung auf die Beine gestellt, welches

17 Dietrich Schwanitz, *Bildung*, 1999.

die besten Studierenden erkennt und fördert. Turok hat die Mathematik-Olympiade in Afrika etabliert. Alles mit großem Erfolg. Dies ist übertragbar und übertragen worden auf andere Kompetenzen wie Musik, Bildende Kunst. Der Computer ist unverzichtbar und für die Welt ein Gewinn.

Wichtige Autoren des Kapitels 2

MAX WEBER (1864–1920). Werk: *Wirtschaft und Gesellschaft*, 1922. Weber beschreibt und benennt die Rationalisierung in der modernen Gesellschaft mit dem Höhepunkt im Kapitalismus. Dafür erfindet er den Begriff der »Zweckrationalität«.

GEORGE RITZER (1940). Werk: *The McDonaldization of Society*, 1993. Ritzer überträgt den Begriff der Zweckrationalität Webers auf das Phänomen der »McDonaldisierung«, wo strikte Ökonomisierung, Bürokratisierung und Effizienz hinter einer attraktiven Fassade stattfindet.

JEAN BAUDRILLARD (1929–2007). Werk: »Die Präzession der Simulakra«, in: *Simulacres et Simulation*, 1981. Baudrillard stellt den Infantilismus der modernen Gesellschaft am Beispiel von Las Vegas und Disney dar.

ALAN BRYMAN (1947–2017). Werk: *The Disneyization of Society*, 2004. Bryman stellt der McDonaldisierung ein spezifisch amerikanisches Beispiel an die Seite. Disney-mechanismen werden in viele gesellschaftliche Felder übertragen, die den Konsumismus der Spaßgesellschaft forcieren.

NIKLAS LUHMANN (1927–1998). Werk: *Der neue Chef* (2016, posthum). Der soziologische Systemtheoretiker Luhmann beschreibt die administrativen Hierarchien und die Rolle des Chefs. Rückblickend tritt dabei der Unterschied zwischen niederkomplexen und komplexen Gesellschaften hervor beim Wechsel von personalisierten Rollen zu sachbezogenen Rollen.