



2010/12 Inland

<https://jungle.world/artikel/2010/12/das-internet-ist-kein-ponyhof>

Das Internet ist kein Ponyhof

Von **Jörn Schulz**

<none>

Wer eine Brauerei besitzt, wünscht sich, dass die Menschen mehr Bier trinken. Wer eine IT-Firma besitzt, wünscht sich, dass die Menschen ständig neue Geräte und Software erwerben, und wer im Internet etwas zum Verkauf anbietet, wünscht sich, dass die potentielle Kundschaft möglichst lange im Netz hängt. Es ist daher nicht verwunderlich, dass die Interessierten ein »Netzwerk von 200 Mitgliedsunternehmen und -organisationen« nebst »politischen Partnern« bilden, das sich Initiative D21 nennt. Doch im Gegensatz zu den Brauereibesitzern verstehen es die Verkäufer von Informations- und Kommunikationstechnologien, ihren Interessen eine höhere Weihe zu geben.

Allzu viele Menschen haben nämlich bislang gedacht, das Internet sei zu ihrem Vergnügen da oder dazu, dass sie schnell eine Information finden und eine Nachricht verschicken können. Manche gehen so weit, die Werbung im Internet zu ignorieren. Es gibt sogar Menschen, die hin und wieder zu einem Buch greifen, obwohl sie doch auch online etwas lesen könnten. Solche leistungs- und wirtschaftsfeindlichen Wesen sind schuld an der »digitalen Spaltung«. Das sollte man nicht auf die leichte Schulter nehmen, schließlich sprechen wir hier nicht einfach nur von Informations- und Kommunikationstechnologien, sondern von »einer entscheidenden Basis für die Zukunft Deutschlands«. Da kann nicht jeder machen, was er will. Doch »die meisten Deutschen sind noch nicht in der digitalen Gesellschaft angekommen«, stellte Ulrich Hermann, Vorstandmitglied der Initiative D21, jüngst fest. Wie kommt man an in der digitalen Gesellschaft? Man soll zum Beispiel im Internet die »Preise informieren«, damit sie endlich wissen, was sie kosten, und man darf nicht analog seine Zeit verplempern: »Bei der Möglichkeit, etwas digital zu erledigen, bevorzuge ich das.« In Zukunft muss das Motto lauten: Frage nicht, was das Internet für dich tun kann, sondern was du für das Internet tun kannst. Die Nutzer sind jedoch unzuverlässige und pflichtvergessene Geschöpfe, deshalb müssen sie mit »gezielten Maßnahmen« erzogen werden, damit sie endlich anfangen, »ihre ›digitalen Merkmale‹ mit entsprechenden Konsequenzen für Bildung, Kultur, Ethik, Konsum und Arbeit auszuprägen«. »Notwendig ist ein Bewusstseinswandel«, meint auch Frank Patalong bei Spiegel online. Denn zu viele Nutzer huldigen einer »aberwitzigen Haltung«, für sie ist »ein Ausblenden von Werbung eine legitime Form der Notwehr gegen eine vermeintliche Belästigung«. Diese Internetbolschewisten fordern gar, »dass Angebote im Web sowohl werbefrei als auch kostenlos sein sollten«. Mit einem solchen digitalen Sozialismus, in dem Freiheit immer die Freiheit des Andersklickenden ist, soll nun Schluss gemacht werden.