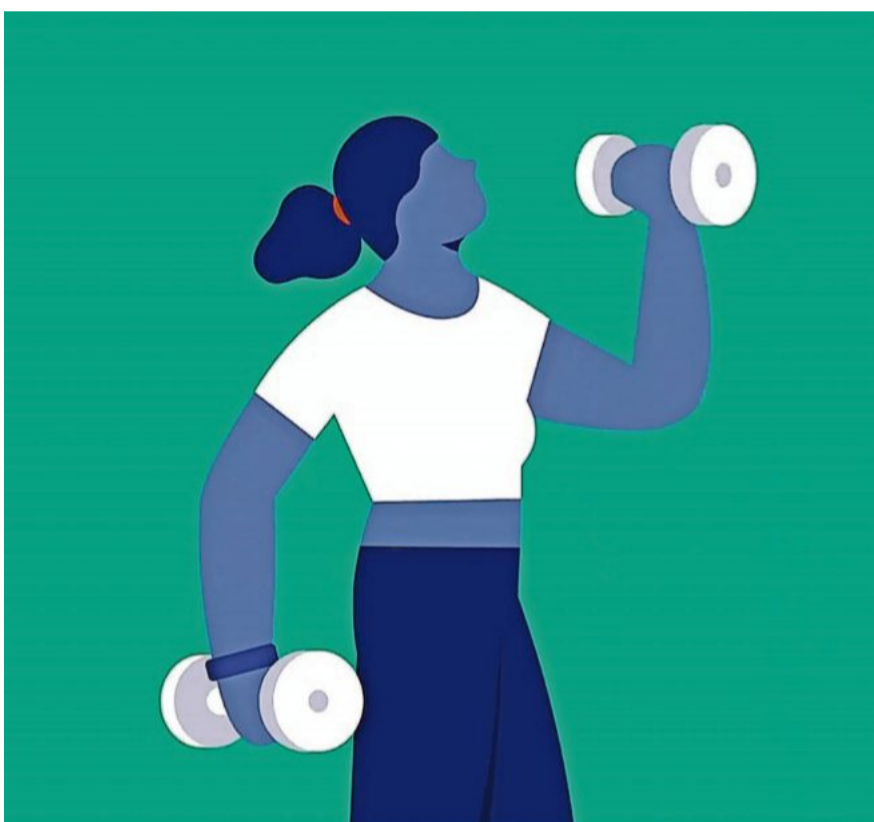
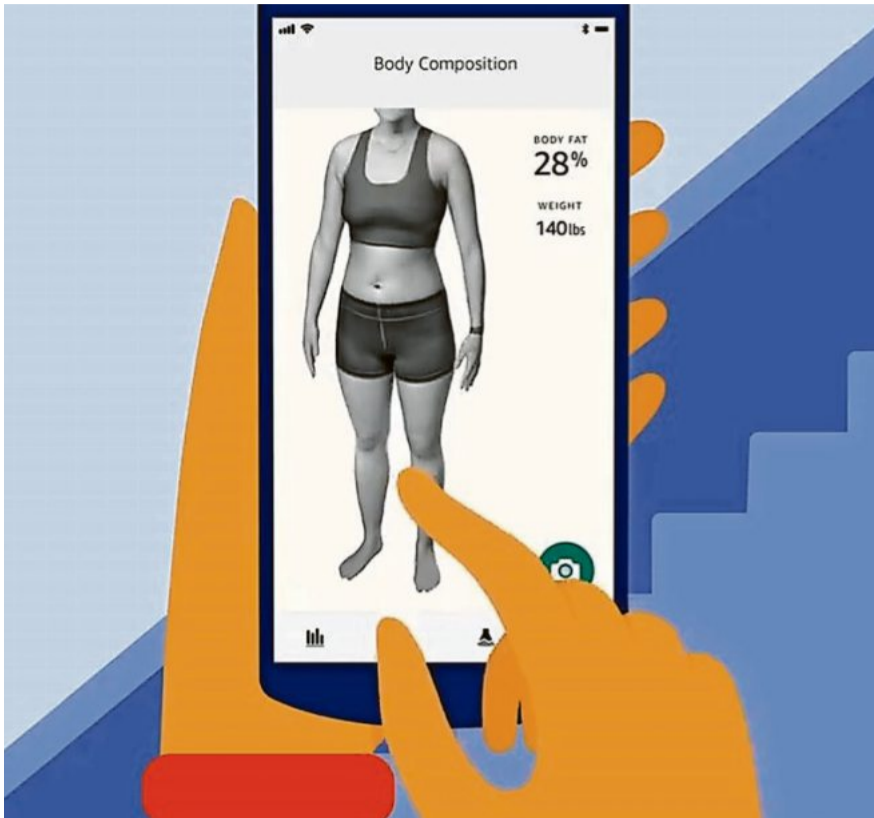


Das vermessene Selbst

Amazon kennt längst unsere Konsumvorlieben, Alexa ist bei uns eingezogen, nun soll der neue Fitnessstracker Halo sich auch um unsere Gesundheit und unser psychosoziales Wohlbefinden kümmern



Wie man schlanker, ausgeglichener, stärker und sorgloser wird, will uns Amazon mit seinen neuesten Aktivitäten im Gesundheitssektor zeigen. Wir können es kaum erwarten.

Fotos Amazon

Die Konzerne Apple, Google und andere haben schon vor Corona die Art und Weise verändert, wie wir kommunizieren, konsumieren, studieren und arbeiten – wie wir leben. In Zeiten allgemeiner Kontaktlosigkeit werden die Plattformen immer mehr zu kritischen Infrastrukturen, die alltägliche Abläufe aufrechterhalten oder sogar ermöglichen. Ihre Dienste basieren stets auf der Logistik sozialer Distanzierung, sie ließen uns das Ferne nah erscheinen oder in Echtzeit „telegieren“, wie es Paul Virilio einmal nannte. Und heute sind genau solche Services und Tools weniger begehrt als unerlässlich.

Anschaulich wird diese Attraktivität beziehungsweise Notwendigkeit digitaler Simulakren vor allem an der Börse. Denn mit den Infektionszahlen stiegen auch die Aktienkurse in unerhörte Höhen. Apple hat den Wert von zwei Billionen erreicht, Alphabets Aktie hat sich um 25 Prozent, Amazons sogar um fast 70 Prozent verteuert. In diesen Fieberkurven des Alltags zeigt sich nicht allein der Erfolg der herkömmlichen Geschäftsmodelle der IT-Giganten. Es wird immer klarer, dass die Pandemie auch als ein Beschleuniger von Wandlungsprozessen wirkt, die zwar vor ihr einsetzen, nun aber immer konzentrierter verfolgt werden. So drängt Big Tech überall auf neue Märkte, diversifiziert unaufhörlich und forciert dabei Innovationen, die Abläufe nicht nur aufrechterhalten, sondern neue Abläufe schaffen. Besonderes Augenmerk scheint

derzeit wenig verwunderlich, auf dem Sektor Gesundheit zu liegen. Zwar drängte eine Reihe von IT-Konzernen, allen voran Apple und Alphabet, schon in den letzten Jahren mit allerlei Subunternehmen und Wearables, also Computertechnologien, die man am Körper oder am Kopf trägt, in den Markt und konnte sich auch durch zahlreiche Forschungsprogramme als smarter Heilsbringer profilieren. Doch während der Corona-Krise kam ein neuer Player hinzu, der weniger tastend oder forschend, aber umso geschäftstüchtiger agiert: Amazon, das selbsternannte „kundenorientierteste Unternehmen der Welt“.

Der Konzern, der vor allem als „Allverkäufer“, Cloud-Dienstleister oder Streaming-Anbieter von der Krise profitierte und seinen CEO Jeff Bezos zum reichsten Menschen der Welt machte (sein Vermögen beträgt knapp 182 Milliarden Dollar), verkündete im November, dass er mit „Amazon Pharmacy“ nun auch – nachdem man 2018 bereits die Online-Apotheke Pillpack übernommen hatte – im Handel mit verschreibungspflichtigen Medikamenten aktiv geworden sei. Das Unternehmen will in dem gerade stark nachgefragten und fast eine Billion schweren Markt (allein in den Vereinigten Staaten) Expertise und Geschäft ausweiten und zögerte nicht, sich vorsorglich auch die Markenrechte für die gesamte EU zu sichern. Dieser Kundendienst ist Teil einer Strategie, die sich sukzessive entfalten soll. Denn der polyvalente Marktplatz, dessen hauseigener Sprachas-

sistent Alexa in programmatischer Prophylaxe schon jetzt bei einem Husten der Nutzer Medikamente empfiehlt, erweitert gerade sein Angebot, arbeitet an Services, die in Zeiten von Corona sinnvoll erscheinen, aber auch darüber hinaus wirken sollen. So führte man im September 2020 „Amazon Care“ ein, eine telemedizi-

ANZEIGE



nische Anwendung zunächst nur für die Amazon-Mitarbeiter im Großraum Seattle, die eine umfassende, wengleich kontaktarme medizinische Versorgung ermöglicht. Via Chat oder Videocall können sich die User hier von Experten auf Bestellung medizinischen Rat in Echtzeit holen, bei ernstesten Erkrankungen Hausbesuche ausmachen oder sich direkt beim (oder in gewisser Weise vom) Arbeitgeber versorgen lassen. Terminschwierigkeiten, Wartezimmer und andere Kontaktflächen sollen vermieden, Medikamente direkt nach Hause geliefert werden. Der „Allverkäufer“ will so eine umfassende, immer erreichbare und bequemere Gesundheitsfürsorge anbieten, schon während Covid-19. Das Motto: „Healthcare built around you.“

Ein weiteres Puzzleteil zur umfänglichen Pflege soll die jüngste Innovation sein. Kurz vor Weihnachten erschien nach einer kurzen Probierphase für ausgewählte Kunden das Amazon Halo (deutsch: Heiligenschein) auf der amerikanischen Website des Online-Händlers, ein Fitnessstracker, der den Wearables von Apple und anderen in Form und Inhalt vor allem auf den postpandemischen Gesundheitsmärkten Konkurrenz machen soll. Anders als ein Smartwatch hat Halo keinen Screen, ist ein stiller Begleiter, dafür mit allerlei KI bestückt. Verschiedene Sensoren erfassen nicht allein Puls, Herzschlag oder die Hauttemperatur. Halo richtet den Fokus auch auf die Intensität der körperlichen Aktivitäten – vom Sprint zum Bus bis zur Güte des Schlafs

–, das heißt, auf zu messende Qualitäten. Blich die Stärke, Dauer und Dynamik einer Bewegung bislang meist unbemerkt, sollen nun auch die graduellen Unterschiede getrackt, analysiert und mit einem Punktwert belegt werden, so dass, wie es heißt, ein „komplexeres Bild der eigenen Gesundheit“ entsteht.

Zwar versteht Amazon das Wearable, ähnlich wie Apple seine Smartwatch, vor allem als Marktplatz und Plattform externer Gesundheitservices – von der American Heart Association bis zu Weight Watchers. Doch zugleich setzt man auf futuristische Features – im monatlichen Abo für knapp vier Dollar erhältlich – und damit auf ein quantifiziertes Selbst in ganz neuer Dimension. Plastisch wird das besonders im „Body Composition“-Programm, bei dem der Nutzer zur Analyse des Körperperfs einen dreidimensionalen Body-Scan, eine Art Hologramm seiner selbst, erstellen lässt.

Hatte Norbert Elias Fortschritt noch mit der Etablierung von Peinlichkeitsgrenzen erklärt, geht es bei Halo darum, die falsche Scham der Zivilisation abzulegen. So kann der User, nachdem er sich in Unterwäsche abfotografiert und seine Bilder in die Cloud geladen hat, von der KI errechnen lassen, was Muskel und bloß Masse ist. Die Simulation des halbnackten Menschen soll, so das Imagevideo, doppelt so genau wie die weniger voyeuristischen Methoden zur Gewichtsmessung sein – besser als Waage oder BMI. Fast nebenbei geht die indiskrete Projektion aber noch einen Schritt wei-

ter. Als besonderer Service des maschinellen Lernens kann man komplett in eine Welt zwischen Wille und Vorstellung eintreten, sich ein Ideal-Ich modellieren lassen, um zu schauen, wie die digitale Doublette mit weniger lästigen Pfunden aussähe, oder ob das dicke Ich häufiger ins Schwitzen gebracht werden sollte. Amazon Halo macht mit der simulativen Ich-Gestaltung marktfähig, wober die Medientheoretiker der neunziger Jahre nur spekulierten. Es übersetzt den Körper in Code, in ein symbolisches Netz, in dem Realität und Imagination austauschbar, fast ununterscheidbar werden. „Die Realität ist heute selbst hyperrealistisch“, schrieb Jean Baudrillard damals.

Das Fitnessband synthetisiert aber nicht allein die physische Hülle im Zeichen der Gesundheit, es soll auch psychodynamisch wirksam sein und für „social wellbeing“ sorgen. So ermöglicht Halos KI auch eine Tonanalyse der eigenen Stimme und eine auditive Emotionserkennung. Sie soll dem Nutzer helfen, eigene emotionale Unpässlichkeiten genauso zu erklären wie seine Wirkung auf Fremde, sozialpsychologisch gesprochen: seine „Halo-Effekte“. Klingt man glücklich, gelangweilt, angestrengt, verwirrt oder gar depressiv? Amazon Halo will es wissen, zumindest in Prozentzahlen, will von der Stimme auf die Stimmungen schließen, Ephemerer in zahlenhaft Konkretes gießen. Damit scheinen mit dem Fitnessband nicht nur altbekannte Körper-Geist-Dualismen überwindbar, sondern auch die eigene (Fremd-)Wahrnehmung beherrschbar. Denn wer möchte, kann in Halos vermessener Welt auch am eigenen Heiligenschein arbeiten und seine Tonlagen engelsgleich schulen. Kalkulierte Nächstenliebe ist hier kein Oxymoron, sondern ein Versprechen.

So phantastisch oder, je nach Temperament, gruselig solche invasiven Anwendungen klingen mögen, so sehr scheinen sie eine Tendenz zu markieren. Amazon kennt bereits unsere Konsumvorlieben und -gewohnheiten, ist mit allerlei Echos bei uns eingezogen und will nun sukzessive auch Körper und Geist erfassen. Obgleich beteuert wird, dass die sensiblen, teils intimen Daten des Halo-Bandes nicht in den hauseigenen Clouds gespeichert werden, ist abzusehen, dass es mit dem Eintritt in den Gesundheitsmarkt zu einer Erweiterung des Aktionsradius kommen wird, damit zu einer konsequenteren Durchdringung des Lebens mit plattformökonomischen Mitteln. So scheint es nur noch ein kleiner Schritt zu sein, bis Amazon mit gewichts- oder stimmungsbahngigen Angeboten aufwartet, oder sich sämtliche Gesundheits-Services übers Handgelenk buchen und mit Amazon Prime frei Haus liefern lassen – von den benötigten Medikamenten bis zum dystopischen Roman aus der Vergangenheit.

Konzerne wie Amazon und Google waren schon immer weniger Unternehmen als vielmehr „proprietäre Märkte“ (Phillip Staab), die auf systematische Alternativlosigkeit zielten. Inzwischen entwickeln sie sich mehr und mehr zu engangierenden Ökosystemen, die ihre Kunden umfassend um- beziehungsweise versorgen. Längst sind sie keine bloßen Suchmaschinen, Hardwarehersteller oder Online-Händler mehr, sondern bilden einschichtige, vieldimensionale Infrastrukturen, die immer nachhaltiger formen, wie wir der Welt begegnen – und sie uns. Wenn die Lebenswelt dann ganz System geworden ist, so scheint das Versprechen zu lauten, müssen wir es kaum noch verlassen. Wir werden immer mehr zu totalen Kunden. Vor diesem Hintergrund gilt für die IT-Konzerne in Zeiten von Corona wohl, was Gilles Deleuze und Félix Guattari ganz generell für die kapitalistische „Gesellschaftsmaschine“ bemerkten: „Je mehr alles aus dem Leim geht, desto besser läuft es.“

FELIX MASCHESKI
ANNA-VERENA NOSTHOFF

Von den Autoren erschien zuletzt „Die Gesellschaft der Wearables“ (Nicolai).

■ DIE LIEBEN KOLLEGEN

Man will, am Anfang dieses neuen Jahres, ja nur nach vorne schauen, es kann ja wieder mal nur besser werden. Wie lange die Pandemie noch anhält, ist schwer zu sagen, aber wenigstens das Ende der Präsidentschaft Trumps ist absehbar. Im „New Yorker“ hat die Trump-Korrespondentin Susan B. Glasser die letzten Tage dieser Präsidentschaft nun mit einer donnernden Wortneuschöpfung eingeleitet: Die „Trümperdämmerung“ sei endlich da, schreibt sie, weniger in Vorfreude als in Sorge über die „rücksichtslose Verachtung“, mit welcher der Präsident seine letzten Tage im Amt durchziehen wird. Am liebsten, schreibt sie, würde sie sich an dieses Jahr gar nicht erinnern, schon aus Protest gegen den Mann, der nicht wahrhaben will, dass seine Zeit vorbei ist. Und

warnet am Ende doch vor dem Vergessen: Bevor es keine vollständige Aufarbeitung der Zeit mit Trump gegeben habe, sei 2020 nicht vorbei: „Ich will mich immer noch nicht erinnern, aber ich weiß, dass auch das Vergessen keine Option ist.“ Nietzsche sah das bekanntlich etwas anders: „Selig sind die Vergesslichen“, schrieb er in „Jenseits von Gut und Böse“, „denn sie werden auch mit ihren Dummheiten „fertig.“

Auch für die Medien war 2020 ein schwieriges Jahr, eine Pandemie ist ja nicht unbedingt hilfreich, inmitten einer strukturellen Krise. Und während überall selbstkritische Jahresrückblicke erschienen, in denen sich die Kollegen gegenseitig erklärten, wie Corona den Journalismus verändert hat oder er sich verändern muss, vermeldete die Organi-

sation Reporter ohne Grenzen eine traurige Konstante. Wie jedes Jahr bilanzierte sie, wie viele Journalisten und Journalistinnen in direktem Zusammenhang mit ihrer Arbeit getötet wurden. 50 waren es dieses Jahr, einer mehr als im Vorjahr. Auch die Zahl der inhaftierten Journalistinnen und Journalisten lag etwas über dem Vorjahresniveau: Zum Jahresende saßen mindestens 387 Medienschaffende wegen ihrer Arbeit im Gefängnis, so die Organisation. Offensichtlich bot auch die Covid-19-Pandemie einen guten Vorwand, kritische Journalisten ins Gefängnis zu werfen: Mindestens 130 Festnahmen erfolgten dem Bericht zufolge wegen der Corona-Berichterstattung. Vielleicht sollte man also froh sein, in einem Land zu leben, in dem man sich nur als Systempresse beschimpfen lassen

muss, wenn man über das ganze Ausmaß der Pandemie berichtet.

* * *

Trotzdem darf man natürlich die Nebeneffekte der Corona-Berichterstattung nicht verschweigen. Die Zahl der Blitztoten in den Vereinigten Staaten, beklagt das National Lightning Safety Council, sei 2020 um vier auf 17 gefallen. Ursache sei aber keine meteorologische, sondern eine mediale: Hauptquelle für Informationen über die Todesfälle seien Berichte in Rundfunk und Zeitungen, sagte ein Sprecher und mutmaßte: „Da sich die Berichterstattung in diesem Jahr vor allem auf die Covid-19-Pandemie, die Wahlen, soziale Ungerechtigkeit und Unruhen (...) konzentrierte, erhielten Blitztote und -verletzte nicht die übliche Berichterstattung.“

VON HARALD STAUN

Auktionen, Kunsthandel, Galerien	
Ankauf von Bibliotheken - deutschlandweit - Antiquariat Tautenhahn - Lübeck 0451/47 99 580	Kunst & Auktionshaus Yves Siebers Auf Nachfrage und Sammlungen spezialisiert. Moderne Kunst & Design gesucht Für unsere Spezialauktionen in Stuttgart suchen wir Gemälde, Skulpturen, Plastiken, Grafik, Einrichtungs- kultur vom Bauhaus bis Memphis, dänische Möbel, Klassiker, modernes Glas, Keramik und Porzellan. www.siebers-auktionen.de Stuttgart, Telefon (0711) 38 08 481 Yves Siebers, öffentlich bestellter u. vereidigter Auktionator
Expressionisten Suche von Privat Aquarelle und Gemälde von Heckel, Kirchner, Pechstein, Schmidt- Rottluff und Münter. Bitte rufen Sie mich an unter 0171-6881200, dann komme ich vorbei und zahle sofort in bar.	Bücher kauft bundesweit wissenschaftlich oder bibliophil Antiquariat Bulang 06466/8996108
Paul Sträter (1904 - 1945) Bilder gesucht: 07152397689	Deko im Antik-Stil www.aubaho.de
Altmeister-Gemälde - 17. Jahrhundert Rentner trennt sich umstehendhalber von seinen hochwertigen Niederländer und Flamen. Bitte rufen Sie mich an unter 0160-1201211	UHRMACHERMEISTER BUSE KAUF ALTE ROLEX - MILITÄR- u. FLIEGERUHREN D-55116 Mainz - Heidelbergerlaßgasse 8 0 61 31 - 23 40 15 - www.uhren-buse.de www.faz.media