Weg mit der Pseudoarbeit

Fachkräftemangel ist heute das dominierende Thema. Als Lösung die alten Rezepte, Arbeitszeitverlängerung, höhere Produktivität, bessere Anstellungsbedingungen, mehr Lohn. Wie steht es aber damit, nach dem persönlichen Sinn zu suchen?

David Graeber hat in seinem Buch „Bullshit Jobs“, oder auf Deutsch „Pseudoarbeit“ untersucht, darin auch, welche Art Arbeit Sinn stiftend ist. Eine kurze Definition: Pseudoarbeit ist eine sinnlose oder unnötige Lohnarbeit, die ein Arbeiter vorgeben muss, um einen Zweck zu präsentieren. Der Nutzen; Menschen sind beschäftigt. Doch wir verschwenden leider viele Ressourcen dafür.

Günter Faltn spricht in diesem Zusammenhang vom Marketing Monster. Was bedeutet, dass unnütze Dinge mit grossem Werbeaufwand verkauft werden. In diesem Fall eine ungeheure Verschwendung an Kreativität. Diese Kreativität könnte für ein besseres Leben eingesetzt werden. Gerade jetzt, wo überall Mitarbeitende fehlen.

Maynard Keynes hat eine Wochenarbeitszeit von 20 Stunden für möglich gehalten. Sein Tempo hat dem Menschen zu einer gesteigerten Produktivität und schliesslich zu mehr Wohlstand verholfen, doch nicht zur Freiheit den Tag selbst bestimmt gestalten zu können.

Wer den Tourismus betrachtet, denkt an eine Dienstleistung, welche Menschen sinnvolle Tätigkeiten schenkt. Doch kritisch betrachtet; ein Rohrkrepierer. Zwar kann der Tourismus Begegnungen ermöglichen und Vorurteile abbauen, doch dahinter steckt vorwiegend Leistungsdruck und ein starker Fokus auf Produktivität.

Im internationalen Tourismus betreffen die meisten Fragen oft als erstes Flüge, dann die Hotels. Raffinierte Systeme helfen Mitarbeitenden im Reisebüro die “beste” Verbindung zu finden.

Das Thema Jetlag hingegen ist bekannt. Dennoch wird nichts unternommen, um die Akklimatisierung zu verbessern und Aufenthaltsdauern zu verlängern. Überdies, um die in der Branche arbeitenden Kunden dennoch optimal zu beraten, offeriert man FAM-Trips, um mit Reisezielen vertraut zu machen. Dies bedeutet Hotels – und Sehenswürdigkeiten abzuklappern und sich über den Branchenalltag auszutauschen. Aber Bevölkerung und Land verstehen zu lernen, Fehlanzeige!

Nach Covid freut sich die Branche auf eine Rückkehr auf dem Niveau früherer Zeiten. Auch den Mangel an Arbeitskräften möchte man ausgleichen, indem sich Mitarbeitende zu Influencern entwickeln sollten. Nur, hinsichtlich der ohnehin schon geringen Löhne die Arbeitszeit zu kürzen gleicht einer Illusion. Denn Reisende können sich dank Internet immer besser informieren und suchen die günstigsten Preise, „Geiz ist geil,“ zeichnet sich als Tourismus der Zukunft ab.

Wo vermitteln wir Werte? Ideen, wie Reisende in mehreren Sitzungen zu coachen, damit diese die schönste Zeit in ihrem Leben mit weitmöglichst bereichernden Eindrücken, Begegnungen und Abbau von Spannungen erleben, interessieren kaum. Der Tourismus zielt darauf ab, Umsatz zu breittern; doch soziale und ökologische Ziele sind tendenziell Lippenbekenntnisse. Für den CO² Ausstoß Ablasshandel zu betreiben, genügt den meisten Verantwortlichen in der Branche.

Das Thema Pseudoarbeit wird nirgendwo im Tourismussektor untersucht. Auch Diskussionen, um die Produktivität zu erhöhen, sehen lediglich noch mehr Digitalisierung vor – daher noch mehr Entfremdung gegenüber Reisenden und noch mehr Industrialisierung der Touristik. Der Profit daraus wandert zu den Konzernen und aufgrund des hohen Wettbewerbs zu den Reisenden.

Doch wer kann sich in Zukunft Reisen leisten? Es sollte jeder sein, natürlich mit nachhaltigen Ferien und ab und zu weitgehend nachhaltigen Reisen, da Erholung ungeheuer wichtig

ist. Mehr auf Balkonien, Verkürzung der Arbeitszeit und sinnvolle Tätigkeiten schaffen, also das Motto? Ein Grundeinkommen könnte bewirken, dass Reiseführung, gemütliche Pensionen sowie neue und für *alle* nachhaltige Angebote entstehen.