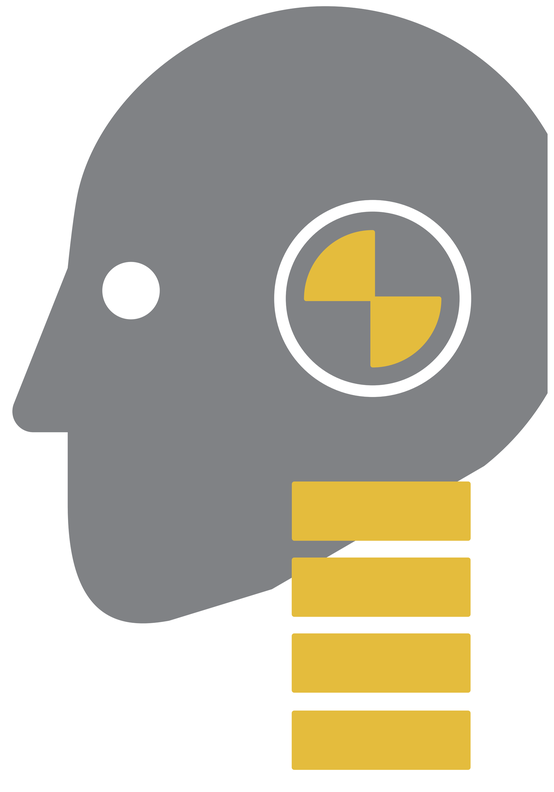
Arbeit darf nicht LUXUS werden



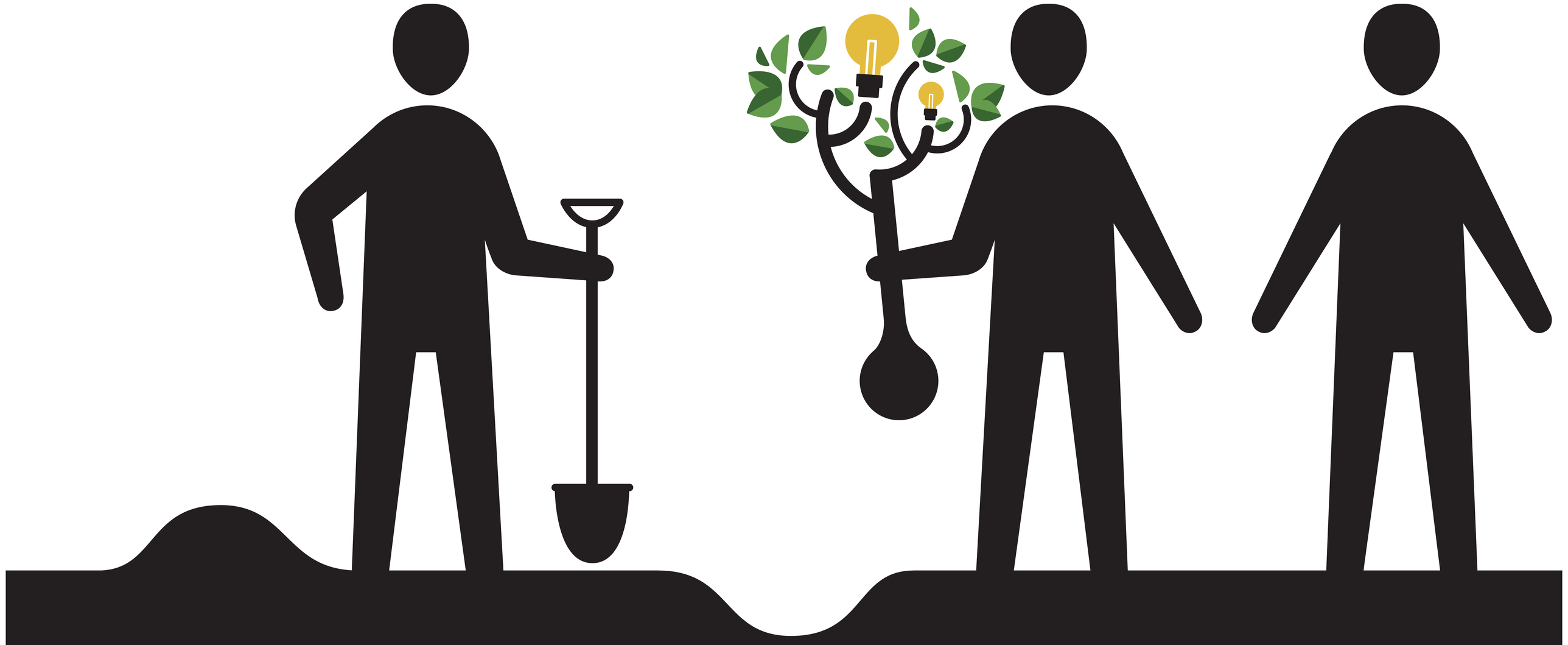
Die Digitale Moderne hat weitreichende Konsequenzen für das Verhältnis von Mensch und Maschine. Dies betrifft besonders menschliche Arbeit, und zwar sowohl manuelle als auch geistige Tätigkeiten. Es ist davon auszugehen, dass in den kommenden Jahrzehnten ein erheblicher Teil manueller und geistiger Routinejobs durch Vollautomatisierung ersetzt wird. Angesichts der enormen Lernfähigkeit digitaler Maschinen sind aber auch Jobs, die bisher nicht als Routine angesehen wurden, zunehmend gefährdet. „Alte“ menschliche Arbeit wird damit zum knappen Gut und muss durch kluge Maßnahmen weiterentwickelt werden, damit sie nicht zum Luxus von Eliten wird. Ein zentraler Ansatz für nachhaltige „neue“ Arbeit ist menschliche Kreativität.

Work must not become a luxury

Digital Modernity has far-reaching consequences for the relationship between people and machines. This is particularly true of human labor, including manual as well as cognitive activities. We must assume that in the coming decades a significant part of routine manual and cognitive jobs will be replaced by automation. However, in light of the enormous learning abilities of digital machines, even jobs that are not yet seen as routine will become increasingly vulnerable. “Old-fashioned” human labor will thus become a scarce resource and must be advanced through intelligent measures so that it does not become a luxury of the elite. A central approach for sustainable “new” work is human creativity.

Wir müssen hart arbeiten, um neue Arbeit zu

ERFINDEN

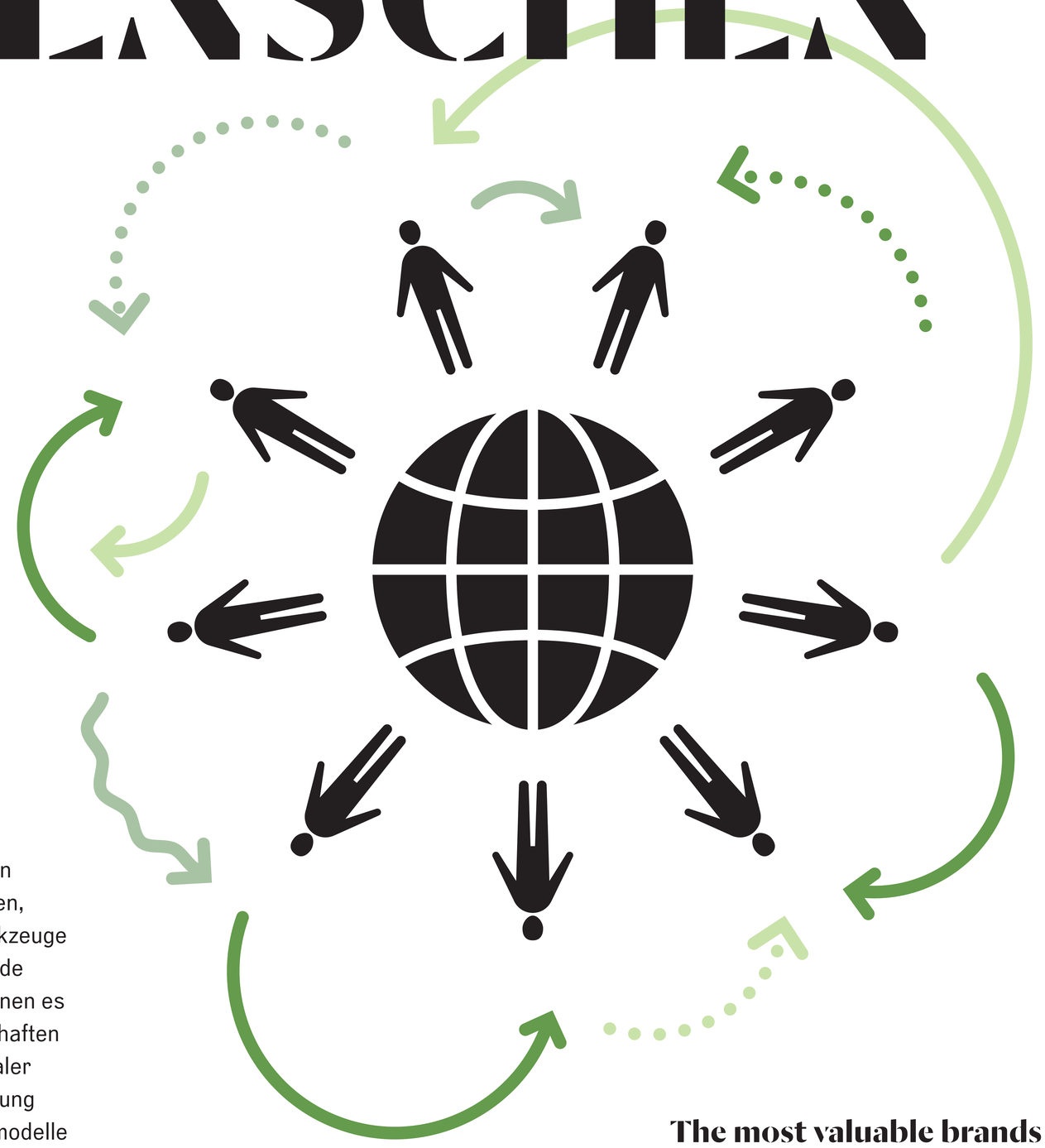


Auf der Suche nach Arbeit: Zwischen Stellenanzeigen, Blindbewerbungen und Bewerbungsgesprächen ist der Kreislauf der Arbeitssuche geschlossen. Er verschließt sich der sozialen Innovation. Zwischen globalisiertem Networking und digitaler Permanentkommunikation steigen Konkurrenzdruck und Isolation. Zwischen Assessment-Center, Head Hunters, Human-Resources-Management und Arbeitsamt bleiben weder Raum noch Zeit, die Suche nach Arbeit als neue Gesellschaftsperspektive zu entwickeln. Was wäre, wenn das Erfinden von Arbeit an die Stelle der Jagd nach Arbeitsplätzen treten würde? Was wäre, wenn geteilte Arbeit an die Stelle von Arbeitsteilung treten würde? Was wäre, wenn Zusammenarbeit an die Stelle der Konkurrenz – alle gegen alle – treten würde? Es wäre den Versuch wert, Arbeit anders zu suchen.

We must work hard to invent new work

Looking for work: Between employment ads, unsolicited applications, and job interviews, the cycle of the job search is closed. It does not allow for social innovation. Between globalized networking and constant digital communication, competitive pressures and isolation are increasing. Between assessment centers, head hunters, human resources management, and the employment agency, neither space nor time remain to develop the job search as a new way forward for our society. What if inventing work replaced the job hunt? What if shared work replaced the division of labor? What if collaboration replaced competition—everyone against everyone? It's worth trying a different approach to the job search.

Die wertvollsten Marken stärken die MENSCHEN



Bei aller Begeisterung für die Wunder der digitalen Revolution kann der Mensch kein Interesse haben, überflüssig zu werden. Die erfolgreichsten Firmen von morgen beginnen als Start-ups von heute zu verstehen, dass Menschen durch immer brillantere digitale Werkzeuge nicht erniedrigt, sondern in ihrer Bedeutung und Würde erhöht werden wollen. Gefragt sind Unternehmen, denen es gelingt, digitale Intelligenz mit menschlichen Eigenschaften wie kreativer Neugier, handwerklichem Können, sozialer Kompetenz, Empathie, Feinsinnigkeit und Verantwortung für die Umwelt zu verknüpfen. Die besten Geschäftsmodelle der Zukunft ermöglichen uns, im gekonnten Zusammenspiel mit der Maschine die Welt positiv zu ändern und dabei auch noch Spaß zu haben.

The most valuable brands empower people

Despite all the enthusiasm for the wonders of the digital revolution, human beings have no interest in becoming superfluous. The most successful companies of tomorrow are beginning to understand as startups today that people do not want to be demeaned by increasingly brilliant digital tools, but elevated in their importance and dignity. What we need is companies that succeed in combining digital intelligence with human qualities such as creative curiosity, craftsmanship, social competence, empathy, subtlety, and environmental responsibility. The best business models of the future will make it possible for us to sensibly use machines to change the world for the better and have fun doing so.

Der Zeit ihre

KREATIVITÄT

To every age its creativity

Meeting today's challenges demands new, untested ways of thinking and acting—in short: creativity. Though creativity has long been associated with artistic creation, now it is considered a key issue in social change, which affects all aspects of our lives. Today we know from neuroscience that everyone is creative. We only need to understand how to utilize our creativity. Artists and creative professionals serve as examples in this regard. Let us develop a new understanding of creativity as a means for unleashing our personal potential and creating meaning. In this way, work—manual as well as cognitive—and thus economic activity can become a sustainable way to design our social environment!

Den heutigen Herausforderungen gewachsen zu sein, erfordert neue, unerprobte Denk- und Handlungsweisen – sprich: Kreativität. War diese lange Zeit dem rein künstlerischen Schaffen zugeordnet, wird sie nun zu einem zentralen Faktor im Gesellschaftswandel, der alle Lebensbereiche betrifft. Wir wissen heute aus der Gehirnforschung, dass jeder Mensch kreativ ist. Wir müssen unsere Kreativität nur zu nutzen verstehen. Das leben uns KünstlerInnen und Kreativschaffende vielfach vor. Entwickeln wir ein neues Verständnis von Kreativität als Mittel zur persönlichen Potenzialentfaltung und Sinnstiftung, um Arbeit – manuelle und geistige – und damit wirtschaftliches Handeln als zukunftsfähige Gestaltung unserer sozialen Umgebung zu sehen!

Neue Arbeit braucht neuen KONSUM

Für die Zukunft der Arbeit braucht es Menschen, die den Mut zu neuartigen, bisher kaum erprobten Jobs aufbringen. Zugleich sind wir alle als KonsumentInnen gefordert, Mut zu beweisen, denn die Leistungen neuer Arbeit wollen auch nachgefragt sein. Damit wird jede Konsumentscheidung zur Richtungsentscheidung menschlicher Arbeit. Während der Kauf automatisiert hergestellter globaler Billigware die Mainstream-Ketten bereichert, steigert die Nachfrage lokaler und regionaler Produkte die eigene Lebensqualität. Selbst ein höherer Preis rentiert sich rasch, wenn das Produkt besser und langlebiger ist sowie freudiger benutzt wird! Wir brauchen einen Einstellungswandel: kreative Menschen für neue Arbeit und qualitätsbewussten Konsum!

New work needs new consumption

For the future of work, we need people who can summon the courage to do new, essentially untested jobs. At the same time, we must all show courage as consumers, since the products of this new work require demand. This will make every consumer decision a decision about the direction of human work. Whereas purchasing automatically manufactured, cheap global goods enriches mainstream chains, demand for local and regional products increases our own quality of life. Even the higher prices of these goods quickly pay off when the product is better, more durable, and more enjoyable to use! We need a change of attitude: creative people for a new kind of work and quality-conscious consumption!

Unternehmen produzieren und vertreiben Produkte, für die es eine hinreichend große Nachfrage gibt. Dies war bisher die dominante Logik für viele Wirtschaftstreibende. In Zukunft werden Infrastrukturen und Technologien zur Verfügung stehen, die es Individuen ermöglichen, Produkte nach eigenem Geschmack und Bedarf zu gestalten und herzustellen. Mittels dem Internet der Dinge und 3-D-Druckern erfolgen Entwicklung und Produktion zunehmend zuhause bei den KundInnen, die damit zu „Prosumers“ werden, also das produzieren, was sie konsumieren. Den Einzelnen eröffnen sich damit neue Entfaltungsmöglichkeiten für kreatives Gestalten und Produzieren. Aus dem Individuellen, Lokalen und Besonderen entstehen Impulse für neuartige Formen der Produktion und des Konsums.

Rethinking business

Businesses produce and sell products for which there is sufficient demand. So far this has been the dominant logic for many enterprises. In the future, infrastructures and technologies will become available that will allow individuals to design and manufacture products according to their own tastes and needs. The Internet of Things and 3D printers will increasingly allow production to take place at customers' homes, thus making them "prosumers" who produce what they consume. Individuals will thus gain access to new possibilities for creative design and production. The individual, local, and particular will generate impetuses for new forms of production and consumption.

Wirtschaft ANDERS denken

Arbeit liegt auf der HAND

Handwerk ist kein Trend, sondern Zukunft! Die Wiederentdeckung und Wertschätzung bewährter Materialien und Techniken beinhaltet die Chance, lokal und ressourcenschonend zu wirtschaften. Handwerk ist nicht Luxus für einige wenige, sondern eine notwendige Strategie für die gesamte Gesellschaft. Durch die Qualität und Langlebigkeit handwerklicher Produkte ist Nachhaltigkeit garantiert – sie sind es wert, repariert und an die nächste Generation weitergegeben zu werden. Damit sind sie auf längere Sicht günstiger als billige Massenprodukte, die unter nicht nachvollziehbaren Umständen hergestellt und erst mittels Werbung mit einer künstlichen Biografie aufgeladen werden. Welches Potenzial Handwerk birgt, zeigen neue Formen von „shared communities“ – wie gemeinschaftlich genutzte Werkstätten und Repair-Cafés.

Taking work into our own hands

Craftsmanship is not a trend; it is the future! The rediscovery and appreciation of proven materials and techniques offer the chance to produce locally and conserve resources. Craftsmanship is not a luxury for the few, but a necessary strategy for our entire society. The quality and durability of artisanal products guarantee sustainability: such products are worth repairing and passing on to the next generation. Thus, over the longer term they are more cost-effective than cheap mass-produced goods that are manufactured under unimaginable conditions and only gain their artificial biography through advertising. The potential that lies in craftsmanship can be seen in new forms of “shared communities” such as communal workshops and repair cafes.

BILDUNG
produziert Arbeit

Mit der zunehmenden Digitalisierung und Automatisierung von Produktions- und Geschäftsprozessen geht sowohl der Verlust traditioneller Jobs als auch die Entstehung neuer Jobprofile einher. Dabei ist ein Trend zu immer komplexeren Jobs zu beobachten. Neue Dienstleistungen sowie neue Geschäftsformen und -modelle sind gefragt. Um diese Möglichkeiten zu nutzen, braucht es spezialisiertes Wissen und neue Fähigkeiten, die das traditionelle Bildungssystem noch nicht vermittelt. Kreativität und Offenheit im Umgang mit neuen Technologien, Arbeitsformen und Geschäftsmöglichkeiten sind dabei wesentlich. Für die Zukunft der Arbeit sind sowohl das Bildungssystem als auch die Menschen selbst gefordert, sich an neuen Anforderungen auszurichten und sich weiterzuentwickeln.

Education produces work

The increasing digitalization and automation of production and business processes are accompanied by the loss of traditional jobs and the emergence of new job profiles. At the same time, a trend toward increasingly complex jobs has developed. We need new services as well as new forms and models of business. In order to utilize these possibilities, we need specialized knowledge and new skills that the traditional system of education does not yet convey. Creativity and openness to dealing with new technologies, ways of working, and business opportunities are essential to this end. For the future of work, the education system and individuals will need to gear themselves toward new demands and continue to develop.

TEILEN

schafft Arbeit

Wettbewerb belebt das Geschäft, heißt es. Welche Geschäfte aber bereichern unser Leben? Wenn wir Sinn vor Gewinn und Kooperation vor Konkurrenz stellen, können wir wirtschaftliches Handeln neu gestalten. Dafür gibt es bereits Beispiele: von der Gemeinwohlökonomie über die „sharing economy“ – teilen statt besitzen – bis zur Open-Source-Wissensweitergabe. Teilen heißt aufteilen und gemeinsam nutzen. Das schafft Arbeit und spart Ressourcen. Teilen wir unsere Ideen, unseren Arbeitsplatz, unsere Werkzeuge, unsere Kontakte! Bilden wir Netzwerke statt starre Strukturen! Das hilft nicht nur den großen, sondern vor allem den kleinsten Unternehmen. Kooperation liegt uns, aber sie muss entwickelt werden.

Sharing creates work

It is said that competition energizes business. But what kind of businesses enrich our lives? If we place meaning ahead of profit and cooperation ahead of competition, we can redesign economic activity. Examples of this already exist, ranging from the economy for the common good to the sharing economy—sharing instead of owning—and the open-source transfer of knowledge. Sharing means dividing up and using something together. This creates work and saves resources. Let us share our ideas, jobs, tools, and contacts! Let us build networks instead of rigid structures! This will help not only large companies, but especially the smallest companies. Cooperation comes naturally to us, but it must be developed.

Bezahle Arbeit FAIR

Arbeit macht Arbeit. Die Körper, die arbeiten gehen, müssen für die Arbeit immer wieder hergestellt werden. Dies nennt man reproduktive Arbeit, die historisch meist von schlecht bis gar nicht bezahlten Frauen geleistet wurde. Heute sind in diesem Sektor Tausende von Frauen mit Migrationshintergrund tätig. Wenn etwa aus Asien kommende Krankenschwestern in österreichischen Spitälern oder aus Nachbarländern kommende Akademikerinnen in österreichischen Haushalten arbeiten, dann müssen deren Familien in den Herkunftsländern die Erziehungs- und Pflegearbeit neu organisieren. Diese transnationalen Versorgungsketten machen die globale Fürsorgekrise sichtbar. Vor diesem Hintergrund muss die Frage des in Geld ausgedrückten Werts von reproduktiver Arbeit gesellschaftlich und politisch neu verhandelt werden.

Fair pay for work

Work begets work. The bodies that go to work must be continually replenished for work. This is called reproductive work, which has historically mostly been done by poorly paid or unpaid women. Today thousands of women with migrant backgrounds work in this sector. When nurses from Asia work in Austrian hospitals or academics from neighboring countries work in Austrian homes, their families in their home countries must reorganize their child rearing and caregiving. These transnational care chains make the global crisis in caregiving visible. Against this background, the question of the value of reproductive work expressed in monetary terms must be socially and politically renegotiated.

Erarbeite dir die STADT

Stadtluft macht frei! Diesem Versprechen folgten Millionen von Menschen weltweit, und die Anziehungskraft der Städte wird weiter zunehmen. Im Unterschied zu Unternehmen wird eine Stadt produktiver und kreativer, je größer sie ist. Städte sind Knotenpunkte für Innovation. Zufällige Begegnungen, vielseitige Netzwerke und der Zwang zur Improvisation machen das Arbeiten in der Stadt kreativ. Gerade die europäischen Städte mit ihrer Idee der Durchmischung von Funktionen und Menschen verschiedenster Herkunft bieten Reibungsflächen, die den Einfallsreichtum ihrer Bewohnerinnen und Bewohner erhöhen. Das Städtische ist nicht nur gebaute Form, sondern eine Lebensweise. In der Digitalen Moderne finden wir die Stadt zunehmend auch auf dem Land – überall dort, wo Menschen vernetzt und erfinderisch arbeiten.

Create your place in the city

The city will set you free! Millions of people around the world have followed this promise, and the attraction of cities will continue to grow. Unlike companies, cities become more productive and creative the larger they are. Cities are hubs of innovation. Chance encounters, multifaceted networks, and the pressure to improvise make working in the city creative. European cities in particular, with their idea of mixing functions and people of various origins, offer areas of interaction that increase the ingenuity of their inhabitants. The city is not merely a built form, but a way of life. In Digital Modernity, we will increasingly find urbanity in the countryside—wherever people are connected and work inventively.

ARBEITSWELT
gestalten

Durch die fortschreitende Digitalisierung dehnt sich Arbeit zusehends mehr in das Privatleben und die Freizeit aus und durchdringt auch Erziehung und Ausbildung. Vor allem immaterielle Arbeit lässt sich nicht mehr räumlich abgrenzen. Daher müssen der städtische Raum neu gedacht und organisiert sowie das unmittelbare Arbeitsumfeld neu gestaltet werden. Architektur, Design und Kunst spielen eine Schlüsselrolle für die Zukunft der Arbeitswelt. Sie sind gefordert, uns Lösungen für die Arbeitsqualität des Einzelnen, aber auch Möglichkeiten, wie mit der neuen Arbeit und ihrer Gestaltung umzugehen ist, aufzuzeigen – sie wirken daher nicht nur funktional, sondern auch identitätsstiftend und politisch.

Designing the work environment

With the advance of digitalization, work is increasingly expanding into our personal lives and leisure and permeating child rearing and education. Immaterial work in particular can no longer be spatially delineated. Therefore, the urban area must be rethought and reorganized, just as our immediate work environment must be redesigned. Architecture, design, and art play a key role in the future of the work environment. They must offer us solutions for high-quality work for individuals as well as possibilities of dealing with and designing new forms of work. Thus, they not only serve a functional purpose, but also play a role in establishing identity and politics.