

MEDIENKONFERENZ VOM 2. FEBRUAR 2021

Pierre-Yves Maillard, Präsident SGB

Soll alles auf dem Markt verkäuflich sein, sogar die eigene Identität?

Die Antwort der Gewerkschaften ist ein Nein

Als Ende des letzten Jahrhunderts die Gesetze zur Liberalisierung des Post- und Telekommunikationsmarktes in Kraft traten, wurde von den neuen privaten Telekommunikationsbetreibern ein riesiges Werbeplakat in allen Regionen der Schweiz ausgehängt. Es zeigte drei oder vier Bilder der gleichen Autobahn und präsentierte den stolzen Slogan: «Das Ende des Telekommunismus».

Diese Anzeige sagte alles über den grossen intellektuellen Schwindel, den das neoliberale Projekt betrieb, um die eigentliche Idee eines Service public zu beseitigen und der mit diesem Projekt der privatisierten elektronischen Identität weitergeht.

Zuallererst war da natürlich die Gleichsetzung von Service public und Kommunismus. Von der Tatsache, dass unsere öffentlichen Dienste in der Schweiz von bürgerlichen Regierungen in einem demokratischen, sogar direktdemokratischen System entwickelt wurden, liess sich diese Propagandaoperation nicht stören.

Ein Blick auf die Geschichte unseres Landes, das gewiss alles andere als kommunistisch ist, zeigt: dank der Logik des Monopols, das einem öffentlichen Unternehmen anvertraut und unter demokratische Kontrolle gestellt wurde, konnten sich Modernisierung und Chancengleichheit entwickeln. Bildung, Elektrizität, Telefonie, öffentliche Verkehrsmittel, Zugang zur Gesundheitsversorgung, all diese entscheidenden Mittel für Emanzipation und Fortschritt konnten dank dieser Logik überall und für alle angeboten werden, mit kontrollierten und erträglichen Investitions- und Betriebskosten. Dieselbe Logik beinhaltete etwas Unersetzliches, was gerade dem Kommunismus fehlte: Demokratie, also die Freiheit von Öffentlichkeit, Verbänden und Medien, zu sagen, was falsch ist, und das Vorhandensein demokratisch legitimer Behörden, welche die Kontrolle ausüben. Das ist kein geringer Unterschied.

Des Weiteren wollten die Plakate die Idee durchsetzen, dass eine freie Wahl zwischen Betreibern zwangsläufig ein Fortschritt sei und überall durchgesetzt werden müsse, bis hin zur Absurdität. In diesem Sinne war das Plakat eine Karikatur. Indem es die Freiheit der Wahl eines Telefonanbieters mit der Freiheit illustrierte, zwischen vier identischen Autobahnen zu wählen, zeigte es gerade die Lächerlichkeit dieser Wahlfreiheit in allen Bereichen auf. Würde jemand vorschlagen, um die 100 Kilometer zwischen Bern und Zürich zu können, müsse man die Wahl zwischen vier konkurrierenden Autobahnen haben, damit Nacheiferung und Wettbewerb die Qualität des Asphalts und der Strassenschilder verbessern würden, würde dies zu Recht von allen als wahnsinnig bezeichnet.

Doch genau das hat man getan, indem man per Gesetz einen Wettbewerb zwischen den Mobilfunknetzen erzwungen hat. Und genau das führt man weiter, indem man einen profitablen Markt für die Schaffung und den Betrieb einer digitalen elektronischen Identität eröffnet.

Zu Beginn der zwanziger Jahre des dritten Jahrtausends, wo gigantische private, multinationale Monopole intime Daten über jedeN einzelneN von uns anhäufen und vermarkten, erscheinen die alten und bescheidenen, demokratisch kontrollierten öffentlichen Monopole a posteriori als wünschenswerter Horizont der Freiheit und Nüchternheit. Ebenso erweist sich die dem Gesundheitswesen auferlegte Logik des Wettbewerbs und des Profits als recht ineffizient im Falle einer Pandemie, die deutlich macht, welche wichtige Werte Zusammenarbeit, gleichberechtigter Zugang und Freiheit der Forschung sind, auch für eine prosperierende Wirtschaft.

Die Zeit des Service public ist zurückgekehrt. Er zeigt sich in Form einer neuen Idee, die es zu rehabilitieren und neu zu begründen gilt, dies unter Berücksichtigung seiner Grundprinzipien, die auch die einer menschlichen und gerechten Gesellschaft sind.

Das gilt besonders jetzt im sogenannten digitalen oder virtuellen Bereich. Nun haben auch die technikbegeistertsten unserer MitbürgerInnen begriffen, dass die kommerzielle Durchdringung unserer Intimsphäre durch gigantische Unternehmen ungeahnte Gefahren mit sich bringt. Gefahren, die mittlerweile sogar an den Grundfesten unserer Demokratie rütteln. Heute dominieren multinationale Konzerne den Raum für öffentliche Debatten und entscheiden, wer zu Wort kommt und welche Botschaften erlaubt sind, während gleichzeitig anonymer Hass und Rechtsverletzungen im Internet weiterhin massiv vorkommen und von denselben Multis geduldet werden.

Die Privatisierung der amtlichen Identifizierung von Personen ist ein weiterer Schritt in diesem irrsinnigen Treiben. Um sich die Unsinnigkeit dieses Schrittes klarzumachen, muss man sich nur fragen, was die Menschen sagen würden, wenn man ihnen vorschlagen würde, Herausgabe, Herstellung, Handel und Verwaltung unserer Pässe an Aldi oder Amazon zu übergeben.

Am Ende des letzten Jahrhunderts standen die Gewerkschaften bei der Verteidigung des Service public an vorderster Front. Die kantonalen und eidgenössischen Volksabstimmungen, die wir in diesem Kampf herbeiführten, waren fast immer von Erfolg gekrönt. Und diese Siege haben es unserem Land ermöglicht, nicht all die Fehler zu begehen, die heute in vielen Teilen der Welt beklagt werden. Unser Land hat unter dieser guten Verteidigung des Service public nicht gelitten, ganz im Gegenteil. Die Abstimmung vom 7. März über die Privatisierung unserer elektronischen Identität ist eine Gelegenheit für das Schweizer Volk, zu zeigen, dass es daran festhalten will, klare Grenzen dafür zu setzen, was auf dem Markt verkäuflich sein darf und was nicht.