

Werdet wie die Kinder, nicht wie die KI



Andrea und Sandra aus Ennetmoos im Kanton Nidwalden geniessen die Weihnachtsferien. (KEYSTONE/Urs Flüeler)

Auf der Strasse begegnen mir manchmal diese Instagram-Gesichter: übermässig vergrösserte Lippen, scharf modellierte Wangenknochen, ein klar definiertes Kinn, übervolle Wangen. Auf dem Handybildschirm mag das gut aussehen, weil die Handykamera mit einem Weitwinkel-Objektiv filmt und das Gesicht verzerrt. In der Realität wirkt es nur lächerlich. So verzerrt, wie diese Gesichter aussehen, klingen mittlerweile viele Texte auf LinkedIn und auch so mancher Zeitungstext: voller grossspuriger Floskeln, voller gewichtiger Kürzestsätze ohne viel Inhalt – aber mit vielen Gedankenstrichen. Das ist der ChatGPT-Stil. Verrückt ist dabei, dass das kein zuverlässiges Zeichen mehr dafür ist, dass hier die KI am Werk war. Mittlerweile haben sich Menschen den KI-Stil zu eigen gemacht: Sie schreiben auch ohne KI wie die KI. Das Instagram-Gesicht und die KI-Sprache sind zwei Beispiele dafür, wie wir uns der Technik anpassen, statt umgekehrt auf unserer Menschlichkeit zu

beharren. Mein Aufruf zum Jahresende lautet deshalb: **Werdet wie die Kinder, nicht wie die KI.**

Stellen Sie sich eine Wohnung vor mit gemusterten Vintage-Tapeten, Holzmöbeln und getrockneten Blumen in Porzellanvasen. Es dominieren Salbeigrün, Sandbeige und ein gedämpftes Blau. Die Wohnung strahlt funktionale Gemütlichkeit aus, eine Mischung aus rustikalem Charme und modernem Design. Die Sitzmöbel sind ergonomisch, die Betten komfortabel. Smarte Aufbewahrungssysteme sorgen für Ordnung. Das WLAN ist schnell, im Wohnzimmer steht ein Smart-TV. Wer wohnt hier?

Niemand: Es sind Kennzeichen einer Airbnb-Ästhetik. Typisch sind etwa weisse Wände, Monstera-Pflanzen mit geschlitzten Blättern und Rattan-Stühle. Die Airbnb-Ästhetik hat Wohnungen weltweit angeglichen: Menschen richten ihre Räume nach dem ein, was auf Plattformen gut performt. Der amerikanische Designer Danni Kaplan

schreibt, bei Kurzzeitvermietungen gehe es nicht nur darum, einen Platz zum Schlafen zu bieten, sondern auch darum, Erlebnisse zu schaffen. Er berät deshalb seine Kunden, wie sie ihr Airbnb mit «Instagram-tauglicher Ästhetik und funktionalem Design aufwerten können, von dem Ihre Gäste schwärmen werden».

Wichtig ist, dass es dem Algorithmus gefällt.

Danni Kaplan sagt freimütig, auf was es ankommt: «Der erste Eindruck ist entscheidend», schreibt er und rät: «Investieren Sie in auffällige Einrichtungsgegenstände: Ein farbenfrohes Sofa, eine auffällige Tapete oder ein überdimensionales Kunstwerk können zum Markenzeichen Ihres Raums werden.» Das Design einer Wohnung müsse eine Geschichte erzählen: «Gäste fühlen sich zu Airbnbs mit Persönlichkeit und einem Gefühl für den Ort hingezogen.» Am Meer könne etwa eine Surfbrett-Dekoration, in den Bergen ein rustikales Holzelement eine «tiefere Verbindung zu Reisenden» schaffen. Er warnt aber: «Übertreiben Sie es nicht – Ausgewogenheit ist wichtig.» Die Gäste wünschten sich eine heimelige Atmosphäre, keinen überladenen Raum. «Entscheiden Sie sich für ausgewählte Akzente, die den Standort und das Thema widerspiegeln, ohne zu überwältigen.»

Der Lohn für die Mühe: Viele Sterne in den Reviews und eine gute Performance auf der Plattform. Die Anleitungen machen klar: Wichtig ist, dass die Wohnung dem Algorithmus gefällt. Dem Algorithmus von Airbnb. Die Airbnb-Ästhetik ist damit ein gutes Beispiel für die Konvergenz des Menschen zur Maschine hin: unsere Gesichter, unsere Sprache, unsere Wohnungen gleichen sich dem an, was der Algorithmus, die KI und damit die Maschine gut findet.

TikTok-Gesten, Podcast-Ton, YouTube-Stil

TikTok hat einen erkennbaren Gestenstil hervorgebracht: diese übertriebenen Reaktionen, das synchrone Kopfnicken, die choreografierten Handbewegungen. Menschen

lernen nicht voneinander, sondern vom Algorithmus, der bestimmte Bewegungsmuster belohnt. Der «Podcast-Bro»-Ton ist inzwischen so uniform, dass man die Sprecher kaum mehr voneinander unterscheiden kann. Und zwar nicht nur in den Podcasts, sondern auch im Pub und im Freundeskreis. Ähnlich der aufgesetzte Enthusiasmus von YouTube-Intros: Zu laut, zu superlativ, zu selbstbewusst. Und längst nicht mehr nur auf YouTube zu hören: Die Plattform formt die Art, wie die Menschen sprechen.

Das Muster: Überall dort, wo ein algorithmisches System zählbar Feedback gibt, passen sich die Menschen dem System an. Beim Feedback kann es sich um Likes, Herzchen und Sterne handeln, oder schlicht um harte Zahlen: Views, Klicks, Reichweite. Auf jeder Plattform bilden sich Muster für erfolgreiche Inhalte. Die Menschen merken schnell, was die Algorithmen belohnen, und passen ihre Inhalte daran an.

Algorithmen formen die Musik

Spotify zum Beispiel belohnt Songs, die in den ersten Sekunden packen und kurz sind. Hip-Hop-Songs werden sich deshalb immer ähnlicher. Studien zeigen, dass die Musik auf der Streamingplattform homogener und generischer geworden ist. Nun ist es nicht neu, dass die Technik einen Einfluss auf den Inhalt hat. Der Masstab für Musikstücke war lange die Schallplatte: Die Technik hat begrenzt, wie lange ein Lied sein darf und wie viele Stücke ein Album enthält. Der Einfluss des Algorithmus geht weit darüber hinaus: Er belohnt eine bestimmte Musik-Ästhetik.

So, wie Instagram ein bestimmte Bildästhetik belohnt. Es sind Bilder, die auf einem kleinen Handybildschirm gut funktionieren. Die Farben sind klar, das Motiv gestochen scharf, meist nach simplen Gestaltungsregeln wie dem goldenen Schnitt komponiert. Oft zieht sich eine Farbe über mehrere Bilder hinweg. Vor allem müssen die Bilder im Briefmarkenformat schnell lesbar sein und zwar auch für Menschen mit der Aufmerksamkeitsspanne eines erkälteten Goldfischs.

**Unterstützen Sie
unabhängiges Denken**



Mit einem einmaligen oder monatlichen Beitrag.

Ästhetik der Algorithmen in der Realität

Der Algorithmus von Instagram belohnt diese Bilder. Die logische Folge: Wer auf Instagram performen will, richtet sich nach dem Algorithmus. Doch dabei bleibt es nicht: So, wie die Sprechweise von YouTubern sich über die Videos hinaus auf die Realität ausbreitet, macht sich die Instagram-Ästhetik in unserer Realität breit. Auf Fotos und Bildern, aber auch in Hotels und Museen. Sie richten sich so ein, dass sie möglichst instagrammable sind: Visuell ansprechend, fotogen, aber auch etwas simpel und knallig.

Als Merkmale für Instagrammability gelten kräftige Farben, interessante Muster und stimmungsvolles Licht, einzigartige Dekorationen, ungewöhnliche Perspektiven und «Elemente, die Emotionen wecken». Was immer das heisst. Deshalb ist der Cocktail bunt, das Dessert aufwändig dekoriert und der Kaffee trägt ein Schaumherzchen. Sorry: der Matcha Latte natürlich. In den Museen verkommen Ausstellungen zur Event-Kulisse, man kleidet sich in klare Farben und meidet Fischgräte-Muster, das kommt nicht gut im Clip.

Buzzword-Bingo in der Sprache

Ähnliche Beobachtungen mache ich in der Sprache. ChatGPT und Konsorten haben zu einem Botox-Deutsch geführt, das immer etwas aufgespritzt wirkt. Das kann auch daran liegen, dass die KI ursprünglich auf Englisch ausgerichtet ist. Es wimmelt von Wörtern wie «revolutionieren» oder «optimieren». Man könnte Buzzword-Bingo spielen. Die Texte klingen auf den ersten Blick fantastisch, sind aber voller Floskeln und bedeuten oft rein gar nichts. Sie zerfallen in kurze Absätze und die Sätze darin in Gegensätze mit Gedankenstrichen. ChatGPT würde wohl sagen: Optimiert – aber ein Echo der Daten.

Verrückt ist, dass immer mehr Menschen genau so schreiben und manchmal sogar sprechen. Es ist für mich das schmerzhafteste Beispiel dafür, wie sich der Mensch der Maschine angleicht. Statt den Algorithmen unsere Menschlichkeit zwischen die Beine zu schleudern, verwandeln wir uns alle in Automaten. Wir schreiben wie ChatGPT, sprechen wie YouTuber, kochen für Instagram und wohnen in Airbnb-optimierten Wohnungen. Yikes!

Die Römer machten Seeschlachten zu Landkämpfen

Beim Nachdenken darüber, wie die Menschen sich den Maschinen angleichen, sind mir die Römer eingefallen. Die alten Römer. Genauer: Ihre Taktik im Krieg gegen Karthago. 264 vor Christus war Karthago die starke Seemacht im Mittelmeer. Die Römer dagegen waren unerfahren auf See: Sie waren Landratten. Im Seekampf gegen

Karthago hatten sie wenig zu melden. Aber an Land waren die Heere Roms unschlagbar. Also erfanden sie die Enterbrücke «Corvus» und verwandelten die Seegefechte in Landschlachten.

«Corvus» heisst Rabe. Ein Corvus war eine Holzbrücke mit einem Eisensporn am Ende, der an einen Rabenschnabel erinnerte. Wenn eine römische Galeere nahe genug an ein Karthagisches Schlachtschiff herankam, liessen die Römer die Brücke auf das Deck des feindlichen Schiffs krachen. Der Rabenschnabel bohrte sich in die Holzplanken der karthagischen Schiffe, so waren sie fest miteinander verbunden. Römische Legionäre stürmten über die Brücke und kämpften auf den Schiffen mit Schwert und Schild wie an Land.

Wir legen den Römern die Brücke selbst

Die Römer wussten, dass sie gegen die Karthager zur See keine Chance hatten. Mit der Enterbrücke waren sie in der Lage, die Seeschlachten in Landkämpfe zu verwandeln. Daran erinnert mich die Art und Weise, wie wir Menschen heute mit der KI umgehen. Nur sind wir so dumm, unsere Waffen freiwillig zu strecken: Wir legen den Römern gleich selbst eine Brücke und begeben uns freiwillig auf das Terrain der Rechner und der KI.

Ganz neu ist das nicht: Excel beherrscht die Welt seit Jahren. Wir haben so viele Sinne, mit denen wir die Welt wahrnehmen könnten, und haben doch aufgehört, an sie zu glauben. Stattdessen überlassen wir die Wahrheit dem, was sich zählen und messen lässt. Es ist ein Kampf, den wir nur verlieren können, wie die Karthager die Landschlacht gegen die römischen Legionäre auf ihren Schiffen. Und jetzt also auch noch die Angleichung an die Algorithmen. TikTok-Gesten, Podcast-Ton, YouTube-Stil. Haben wir uns schon aufgegeben?

Kinder sind das Gegenteil von Algorithmen

Das Gegenteil eines Algorithmus, der die Welt kalt berechnend in stählerne Vorhersehbarkeit packt, ist ein unbefangenes Kind: direkt, naiv, emotional. Anders gesagt: ein purer Mensch. Mein Aufruf zum Jahresende lautet deshalb: Werden Sie wie die Kinder! Lernen Sie die Welt wieder fühlen, staunen Sie, reden Sie, wie Ihr Herz schlägt, auch wenn es manchmal stolpert. Setzen Sie die Segel und lassen Sie sich vom Wind davontragen, weit weg von den Landebrücken der Römer, über die kalt kalkulierende Algorithmen in unsere Herzen und unsere Gehirne eindringen. Wir Menschen haben im Rechnen und Kalkulieren so wenig Chancen gegen die Maschine wie die Karthager im Landkampf gegen die Römer. Machen wir

also das Gegenteil: Feiern wir das, was uns als Menschen ausmacht. Empfindung und Empathie. Zeigen Sie dem Algorithmus die kalte Schulter. Stolpern Sie. Auch schief ist schön. Verzichten Sie auf das Optimieren.

Das heisst konkret: Achten Sie auf die Spuren der Algorithmen im Alltag. Werden Sie sich der Landebrücken der Rechner bewusst. Fragen Sie nicht immer zuerst ChatGPT: Denken und schreiben Sie ohne Stützräder. Freuen Sie sich über die Falten in Ihrem Gesicht und die Fehler im Foto. Nehmen Sie Kontakt auf mit anderen Menschen. Analog, mit ihren eigenen Augen und Ohren und Händen. Und verzichten Sie auf Buzzwords. Kinder merken sofort, ob wir echt sind. Wetten?

26. Dezember 2025, Matthias Zehnder
mz@matthiaszehnder.ch

Quellen

Kullick, Paul Niklas; Petry, Johannes (2025): From Adorno to 50 Cent: Financialized platform capitalism, Spotify, and the culture industry in the twenty-first century, in: Finance and Society, 2025, S. 1–25, https://www.cambridge.org/core/product/identifier/S2059599925100150/type/journal_article [24.12.2025].

The Airbnb Aesthetic: Designing Spaces That Earn 5-Star Reviews, in: Everything Creative Designs | Luxury Home Staging & Interior Design, 2025, <https://www.everything-creativedesigns.com/ecd-news/2025/1/22/the-airbnb-aesthetic-designing-spaces-that-earn-5-star-reviews> [24.12.2025].

Studie zu Hip-Hop und Spotify - Streaming macht Musik immer mehr zu Einheitsbrei, in: Schweizer Radio und Fernsehen (SRF), 2025, <https://www.srf.ch/radio-srf-3/musik/studie-zu-hip-hop-und-spotify-streaming-macht-musik-immer-mehr-zu-einheitsbrei> [24.12.2025].

**Unterstützen Sie
unabhängiges Denken**
Mit einem einmaligen oder monatlichen Beitrag.

