

Document 3

"Im Web ist Schweigen kein Gold"

Von Rebekka Reinhard, "Hohe Luft" Interview mit **Digitalisierungs-Experte Klaus Eck**

Um zu verstehen, warum die sozialen Medien so erfolgreich sind, sollte man wissen, was an ihnen gut funktioniert. Die Philosophiezeitschrift "Hohe Luft" hat ein Gespräch über das Gefühl von Nähe in der digitalen Welt geführt - mit Klaus Eck, Geschäftsführer der Eck Consulting Group, die digitale Business-Strategien entwickelt.

Frage: Herr Eck, lassen Sie uns kurz zurückblicken: Wie sind die sozialen Medien überhaupt entstanden?

Eck: Wer Ende der 90er-Jahre in der digitalen Öffentlichkeit unterwegs war, fand Websites vor, die insgesamt eher anonym waren. Menschen fehlten dort beinahe völlig.

Aber das Bedürfnis nach einer menschlichen Interaktion war groß. Deshalb änderte sich einiges um die Jahrtausendwende durch Blogs und Social Media. Seither haben sich die Menschen daran gewöhnt, mit ihrem Gesicht und Namen Inhalte zu publizieren, damit wirklich in die Öffentlichkeit zu gehen und auch zu dem selbst veröffentlichten Inhalt zu stehen.

Ich habe 2004 angefangen, auf dem [PR-Blogger](#) zu publizieren. Bis heute sind zahlreiche Social Networks hinzugekommen, darunter Xing, Facebook, LinkedIn, Twitter und andere, die es ermöglichen, direkt mit dem eigenen Profil Inhalte zu verknüpfen. Jeder kann auf diesen Plattformen ohne redaktionelle und technologische Hindernisse selbst publizieren. Heute gibt es online keine Einbahnstraßen-Kommunikation mehr, sondern eine, die auf Gegenseitigkeit beruht.

Frage: Wie sinnvoll ist diese Kommunikation?

Eck: Sehr viele Menschen verbringen viel Zeit in den Social-Media-Welten und beziehen von dort ihre Nachrichten und sonstigen Informationen. Bis heute gibt es bei Social Media immer das Vorurteil, dass hier kein hochwertiger Journalismus oder tiefere Texte zu finden seien und dass es nur darum gehe, das Netz voll zuschreiben.

Das Gegenteil ist eher der Fall. Über Social Media findet jeder die für ihn passenden Inhalte. Außerdem lieben es die Menschen, lockerer, online über Messenger oder auf Facebook, miteinander zu kommunizieren. Inzwischen nutzen sie dafür oftmals sogar Video. Allerdings entstehen im Internet schnell Missverständnisse. Deshalb müssen wir unsere kurzen Texte immer in den richtigen Kontext stellen und uns selbst als Person inszenieren. Selfies sind auch deshalb so beliebt, weil wir dadurch unsere Identität ausdrücken können.

Frage: Ist das der einzige Grund?

Eck: Es geht auch um Vertrauen im Digitalen. In der Vergangenheit glaubte man dem Inhalt einer Website oder nicht. Dieser war jedoch oft viel zu abstrakt und wirkte wenig menschlich. Heute haben wir durch Social Media gelernt, dass es darauf ankommt, welche Werte und Normen hinter einer Person, einem Unternehmen stehen.

Organisationen machen sich heute über ihre Mitarbeiter sichtbarer. In Berufsfeldern wie Marketing, PR oder Kundenservice ist es inzwischen völlig normal, dass ich mich im Web mit meinem ganzen Profil zeige, um mich nahbar zu machen und um das Unternehmen nicht so abstrakt wirken zu lassen. Dadurch

entsteht eine gewisse digitale Nähe, die dazu führt, dass Menschen dem Unternehmen und letztlich mir als Person vertrauen. [...]

Frage: Es geht um angstfreie Kommunikation?

Eck: Wir wollen unter Kontrolle haben, was wir kommunizieren und publizieren. Wer online einen Beitrag veröffentlicht, möchte nicht unbedingt mit negativem Feedback oder hate speech konfrontiert werden. In Deutschland gibt es eine digitale Angst. Wir wollen keine Fehler öffentlich begehen und die Kontrolle über unseren Content haben - etwas, das es vermutlich nie geben wird. Dadurch wollen wir verhindern, dass unsere Publikationen in den sozialen Medien gegen uns genutzt werden können.

Gleichzeitig stellen wir aber immer mehr Content online. Wer heute aus dem Urlaub kommt, hat manchmal einige Tausend Fotos gemacht und diese ins Netz gestellt. Das zeigt eigentlich schon, welchen Stellenwert visuelle Kommunikation in unserem Leben hat. Wir versuchen für uns selbst einen Moment zu erfassen und dann andere daran teilhaben zu lassen. Diese persönliche Inszenierung geht natürlich mit Bilderwelten viel einfacher als mit Text, den man mühsam verfassen muss.

[...]

Frage: Ist das authentisch?

Eck: Nehmen wir die Politiker, die auch auf Twitter vertreten sind und das Medium in einer ganz eigenen Art und Weise nutzen. Die kommunizieren nur miteinander, greifen sich an, diskutieren sehr hart - aber es führt eigentlich nicht zu viel. Sie inszenieren sich. Und darum geht es auch bei vielen YouTubern, bei noch mehr Instagrammern, die nichts anderes machen, als sich auf eine Art und Weise darzustellen, die ich nicht unbedingt als authentisch bezeichnen würde. [...]

Frage: Worum geht es dann?

Eck: Wahrhaftig rüberzukommen - das ist, glaube ich, viel wichtiger. Und leidenschaftlich. Wenn ich mich identifiziere mit meinem Tun und das entsprechend über den Social-Media-Kanal meiner Wahl abbilde, dann ist das völlig in Ordnung und führt dazu, dass ich auch eine gewisse street credibility erhalte. Es geht darum, dass ich die digitale Grammatik nicht nur für mich definiere, sondern auch im Common Sense mit meinen Zielgruppen. Ob das inszeniert oder authentisch ist, sei dahingestellt. Aber wenn ich das gut mache, kommt es an.

Frage: Sie haben in Bezug auf Social Media von einer "emotionalen Heimat" geschrieben.

Eck: Vor allem die jungen Menschen suchen sich kleine digitale Dörfer wie Snapchat aus, wo sie nur mit ihren Freunden und nicht mit ihren Eltern und Lehrern verbunden sind. Statt in der großen digitalen Öffentlichkeit auf ihrem Facebook-Profil etwas zu teilen, versenden sie ihren Content per Messenger an überschaubare Freundeskreise und behalten den Überblick über die Empfänger. [...]

[Frage: Aber es geht doch nicht nur um Nähe, sondern auch um Selbstvermarktung?

Eck: Ich finde den englischen Begriff personal branding sehr viel schöner als Selbstvermarktung, weil der besagt, dass ich als eine Personenmarke erkennbar bin. Und das schafft Identität - und Abgrenzung von anderen.

Wer sich im digitalen Raum nicht verortet¹, existiert dort nicht und kann auch nicht von den Vorteilen profitieren. In Deutschland neigt man leider dazu, sich unsichtbar zu machen, statt online erkennbar zu sein. Etwas weniger Perfektionismus wäre da angebracht. Und mehr Innovationsfreude, Neugier und Experimentiergeist. Im Web ist Schweigen kein Gold.

Wer darauf verzichten will, kann das tun, muss dafür aber einen hohen Preis entrichten². Denn er wird in einer digitalisierten Gesellschaft keine große gesellschaftliche Rolle mehr spielen.]

Manager Magazin 12.Januar 2017

Aufgabe:

Lesen Sie bitte den Text und beantworten Sie folgende Fragen: (mindestens 100 Wörter pro Frage)

1. Wie sinnvoll ist die Kommunikation über soziale Medien?
 - a) für Privatpersonen
 - b) für Unternehmen
2. Was meint der Autor mit dem Satz: "Im Web ist Schweigen kein Gold"
3. Wie nutzen Sie persönlich die sozialen Medien?
4. Übersetzen Sie den letzten Abschnitt in [...]

¹ Lokalisieren

² Zahlen

