



Roland Köhler Verleger

Foto: Benedetto

CONNECTED: VOM HÖHLEN- ZUM NETZWERKMENSCHEN

Eigentlich sind soziale Netzwerke nichts Neues. Wir wissen von Freud, dass soziale Beziehungen zu den «Human Assets» gehören und die Voraussetzung unserer Individualität sind, weil der Mensch qua Geburt im Schnittpunkt sozialer Kreise steht. Wir haben gelernt, dass schon die Höhlenmensch Gemeinschaften bildeten, Zugehörigkeit suchten und soziale

Interaktion pflegten. Und viele von uns erinnern sich noch daran, dass es in den 50er und 60er Jahren nicht unüblich war, neben der realen Identität ein virtuelles Leben mit Brieffreunden in Hyderabad oder Burkina Faso zu führen.

Trotzdem ist das, was wir heute im Internet mit Facebook, Twitter & Co. erleben, der grösste Hype seit der Einführung des Fernsehens. Die sozialen Netzwerke stehen als Megatrend im Zentrum der Gesellschaft. In ist nur, wer sich im «Online Popularity Contest» mit einem Profil selbst inszeniert: Texte hierhin, persönliche Bilder dorthin – von da an erfährt man via Facebook, wer sich im Augenblick einen Tee macht und welcher Freund gerade den Zug verpasst hat. Und es sieht so aus, als ob demnächst selbst Abstimmungen im Parlament per «XY gefällt das» durchgeführt werden.

Kein Wunder, dass die User auch die Unternehmen ins Netz treiben. Adidas kommt auf 3,2 Millionen Markenfans auf Facebook, der Autobauer BMW auf mehr als 635 000. Und bei Unternehmen wie McDonald's gibt es bereits einen «Head of Social Media» in der Geschäftsleitung. Denn obwohl in den Netzwerken nichts verkauft wird, lassen sich Reputation und Kundenbindung durch geschickte Social Media Relations gewaltig steigern.

Und die Zukunft? Einerseits ist absehbar, dass Social Media weiterhin Treibsatz des Wandels bleiben. Forrester Research spricht bereits von einer Ära des sozialen Kontextes und von Meta Social Networks, die in der Lage sind, die digitalen Identitäten ihrer Nutzer zu erkennen. Andererseits formieren sich auch Gegenbewegungen und bekommen immer mehr Zulauf. Man diskutiert wieder ernsthaft über die Qualität von Zeit; Über die Poesie der Langsamkeit; Über Beziehungen, die wieder im Alltag geknüpft werden; Über Slowfood statt Fastfood; Essen mit Stäbchen; Schreiben mit dem Füllfederhalter; Bücher mit Patina.

Wahrscheinlich ist das die Logik des Fortschritts. Nachzulesen bei Marshall McLuhan, der uns die Einsicht überliefert hat, dass mit jedem neuen Medium nicht nur neue Möglichkeiten und Nutzungsformen in die Welt kommen, sondern gleichzeitig auch alte, zum Teil längst vergessene Eigenschaften und Vorzüge wiederbelebt werden. Das spricht für die Koexistenz von Langsamkeit und Schnelligkeit, von realer und virtueller Welt. Und legitimiert Lebensformen und Interaktionsketten innerhalb und ausserhalb von Facebook.