

Vom ersten Boom zur „Revolution 2.0“

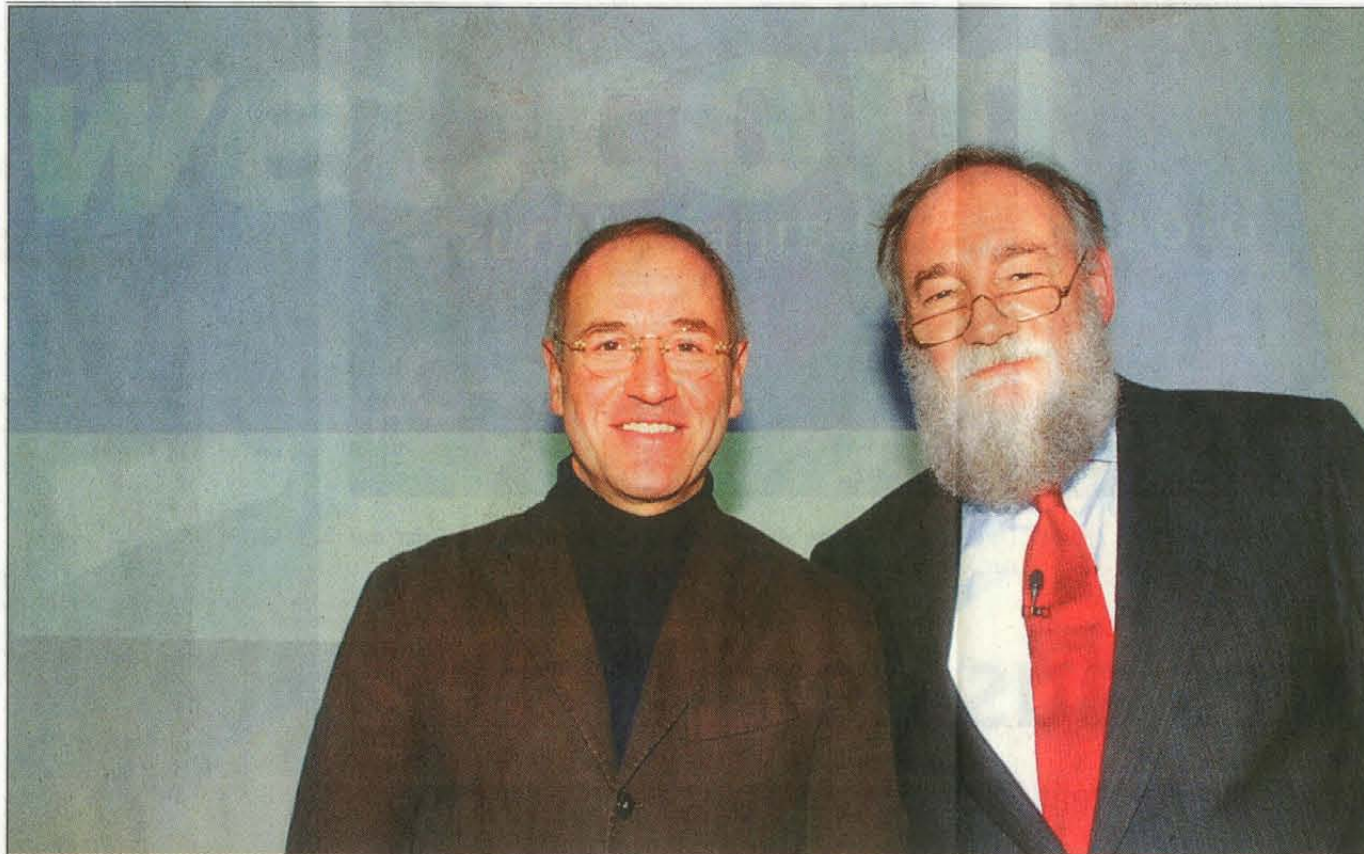
Soziales Internet: Professor Peter Kruse referiert auf der Neujahrsmatinee der Bremer Kommunikations- und Kreativbranche

Von Viviane Strahmann

BREMEN ▪ Facebook, Xing oder Twitter – kaum jemand, der sich der sozialen Welt im Internet verschließen kann. Der Kommunikationsexperte Professor Peter Kruse (Nextpractice) spricht sogar von einer „Revolution 2.0“. Er referierte auf der „wel.come“-Neujahrsmatinee der Kommunikations- und Kreativbranche im Haus Schütting.

Die „Revolution 2.0“ werde unsere Gesellschaft gewaltig auf den Kopf stellen, ist sich Kruse sicher. Noch nie habe etwas so schnell derart viele Menschen aktiviert wie die Social Software. Neu ist das Internet natürlich nicht. Bereits vor elf Jahren staunte Boris Becker: „Ich bin drin!“ Der erste Internet-Boom sei durch die Faszination des einfachen Zugangs zu einer unermesslichen Fülle an Informationen ausgelöst worden. Die wahre „Revolution“ sieht Peter Kruse aber erst jetzt gekommen.

Zahlen machen deutlich, welche Reichweiten bei Social Media möglich sind. Die drei Top-Twitterer kommen beispielsweise auf mehr Follower (Nutzer, die die kurzen Beiträge, genannt



Handelskammer-Vizepräsident Patrick Wendisch (l.) freut sich über den Vortrag von Professor Peter Kruse. Foto: Strahmann

Tweets, verfolgen) als Österreicher Einwohner zählt. Professor Kruse, selbst engagierter Twitterer, versucht zu sensibilisieren: „In einer Welt, die ständig eine Lunte am Glimmen hält, muss man

wissen, wo das trockene Pulver liegt.“ Die geballte Energie der Netzwerkgesellschaft bekämen immer öfter auch verblüffte Unternehmen zu spüren – mit teils drastischen wirtschaftlichen Fol-

gen. „Vorsicht Netzwerke-Resonanz“ – so müsste daher das folgende Beispiel überschrieben werden: Die Aktie der Fluggesellschaft United Airlines brach an der Börse ein, nachdem der Musiker

Dave Carroll mit der Fluglinie musikalisch im Internet abgerechnet hatte. Der Auslöser: Bei der Abfertigung ging seine Gitarre zu Bruch, Carroll beschwerte sich unzählige Male erfolglos.

Kruse macht zudem eine grundlegende Machtverschiebung in den Märkten aus. Ein Drittel aller Beiträge der 200 Millionen Blogger weltweit beschäftigen sich seiner Meinung nach mit Produkten, Marken und Herstellern. Eigentlich könne sich daher niemand mehr leisten, die Macht der Netzwerke zu ignorieren, so der Psychologe. Auch die Politik könne sich da nicht ausnehmen: Schlagkräftig und organisiert, aber ohne aufwendige Lobbyarbeit, setzten Internet-User Themen auf die politische Tagesordnung. Die Resonanz der Inhalte schlägt die Partei-Loyalität – solche Szenarien sieht der Kommunikationsprofi in der Zukunft häufiger auf etablierte Strukturen zukommen.

Stecken wir mitten in einer Revolution oder bleibt die Macht des sozialen Netzwerks im Internet auf einzelne, wenn auch Aufsehen erregende Beispiele beschränkt? Egal, ob ein bisschen sehr zugespitzt oder längst Realität gewordene Einschätzung, der Redner erntete viel Applaus und bildete damit die Basis für tiefergehende Diskussionen beim folgenden – ganz analogen – Netzwerktreffen.