

03.09.2010 - 11:36 Uhr

media coffee von news aktuell: Das Internet ist kein technisches Netz, sondern ein soziales

Hamburg (ots) -

Das Internet ist in erster Linie ein soziales Netzwerk. Technische Faktoren spielen heute und auch in Zukunft eine weniger dominante Rolle. Trotzdem muss Deutschland heute intensiver in die Infrastruktur des Webs investieren, um den Anschluss an die weltweite Entwicklung nicht zu verlieren. So lautete die Kernbotschaft des gestrigen media coffees der dpa-Tochter news aktuell in Köln. Etwa 300 Pressesprecher, PR-Fachleute und Journalisten tauschten sich aus zum Thema "Kommunikation 2020 - Aufbruch in ein neues Informationszeitalter?". Moderiert wurde die Diskussionsrunde von Berater und Blogger ("Indiskretion Ehrensache") Thomas Knüwer.

Dass die Medien- und Kommunikationsbranche derzeit umwälzende Veränderungen durchläuft, unterstrich Thomas Schmidt von der FAZ. "Social Media ist keine Blase. Es ändert sich grundlegend etwas am Kommunikationsverhalten. Das Web entwickelt sich so rasend schnell, wie ich es in meiner aktiven Zeit bisher noch nicht feststellen konnte." Schmidt, der das Blog "Netzökonom" auf dem Portal der Frankfurter Allgemeinen Zeitung betreibt, beschrieb die gewachsene Bedeutung von Social Media für Journalisten. "Mein Leben als Journalist hat sich dramatisch verändert. Es gibt keinen Redaktionsschluss mehr. Das Thema Filterung ist wesentlich wichtiger geworden." Neben den zahlreichen Vorteilen digitaler Dienste, benennt Schmidt aber auch die offensichtlichen Schwierigkeiten der Medien im Netz. "Das Problem von Online ist die Suche nach dem Preismodell. Die Verlage müssen ihre technische Kompetenz erhöhen."

Eine ähnlich ambivalente Haltung nimmt Sevenload-Gründer Ibrahim Evsan ein. Er ist der Meinung, dass sich Social Media immer mehr in Richtung Social Gaming entwickelt. "Auch Twitter ist letztendlich ein Spiel." Der Internet Experte, der heute mit seiner Firma United Prototype in Onlinespiele investiert, ist sich sicher, dass sein Geschäftsfeld eine lukrative Zukunft vor sich hat. Er bedient mit seinen Anwendungen elementare Bedürfnisse der Menschen. "Online-Games sind Freundschaftsbeweis-Tools!" Sein Tipp an die Zeitungshäuser: "Wenn Verlage es schaffen, in ihre Produkte spielerische Elemente zu integrieren, dann haben sie die Büchse der Pandora geöffnet." Andererseits beobachtet Evsan die Entwicklung der Internet-Kultur in Deutschland kritisch und fürchtet, dass die Bundesrepublik derzeit den Anschluss verliert. "In 2020 werden wir fluchen, dass wir nicht in Technik investiert haben. Wir werden verfluchen, dass wir heute Technologie nicht lieben wollen."

Deutlich zuversichtlicher blickt Malte von Trotha in die Zukunft. Der dpa-Chef nimmt die Herausforderungen des digitalen Zeitalters selbstbewusst an und unterstreicht, dass Deutschlands führende Nachrichtenagentur aktiv in technologie-basierte Dienstleistungen investiert: "Der clevere Mix von Inhalten und Technologie wird entscheidend dafür sein, auch 2020 erfolgreich zu arbeiten." Von Trotha ist sich sicher, dass journalistische Inhalte weiterhin einen hohen Wert haben werden und unterstrich, dass Qualitätsmedien sich im Internet allein noch nicht refinanzieren lassen. "Da macht es keinen Sinn, Luftschlösser zu bauen."

Einen umfassenden Blick auf das zukünftige Kommunikationsverhalten und den Umgang mit Technologie warf Trendforscher Peter Wippermann. Er betonte, dass das Netz immer weniger von technischen Faktoren geprägt sein wird. "Das Internet ist kein technisches Netz, sondern ein soziales." Der Gründer des Hamburger Trendbüros kritisierte die

weit verbreitete Zurückhaltung gegenüber dem Internet. "Wir sind in Deutschland Kulturpessimisten, nutzen aber amerikanische Technologie. Wir sind dabei, den Anschluss zu verlieren." Er prognostizierte auch, dass Google seine marktbeherrschende Stellung noch weiter ausbauen werde. "Ortsbezogene Daten gewinnen an Bedeutung. Der Anzeigenbereich wird sich ganz anders organisieren. Google wird in zehn Jahren noch viel stärker sein, als wir uns das heute vorstellen können." Eine Folge der Digitalisierung sei deshalb die Zunahme der so genannten Me-Time. Also der Zeit, die die Menschen erleben, ohne sie mit Hilfe von Social Media mit anderen zu teilen.

Dass Social Media keine Bedrohung für die Geschäftsgrundlage von PR-Agenturen ist, glaubt Astrid von Rudloff. Die CEO von Weber Shandwick erwartet im Gegenteil sogar einen großen Schub für die PR-Branche durch die neuen Kommunikations-Tools. "Wir haben in den letzten Jahrzehnten zum Teil unsere Wurzeln verloren, weil wir uns zu sehr auf die Medien konzentriert haben. Jetzt aber haben wir die Chance, uns Terrain zurückzuholen. Durch Social Media können wir direkter und unmittelbarer kommunizieren."

Pressekontakt:

news aktuell GmbH
Leiter Unternehmenskommunikation
Jens Petersen
Telefon: 040/4113 - 32843
Fax: 040/4113 - 32855
petersen@newsaktuell.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001562/100609713> abgerufen werden.