

„Mitkriegen was sich die Leute zurufen“

Prof. Dr. Ewald Wessling fokussiert seine Arbeit ausschließlich auf den digitalen Umbruch von Märkten. Er berät Vorstände und Geschäftsführer und hilft Medienunternehmen, ihre Stärken in die neuen digitalen Märkte zu übertragen. Zu diesen Themen ist der ehemalige Konzernmanager bei Gruner + Jahr und langjährige Geschäftsführer eines mittelständischen Verlages ein gefragter Keynote-Speaker. Als Professor für Medien- und Veränderungsmanagement lehrt Ewald Wessling in Calw und Hamburg.

www.ewald-wessling.de

Was bedeutet Twitter für Journalisten?

Jeder gute Journalist lebt davon, dass er mitkriegt, was los ist in der Welt, und sich anhört, was die Leute denken. Ein Tweet, also ein Posting bei Twitter, ist – ähnlich wie Instant Messaging – ein Zuruf zwischen Menschen. Diese Zurufe werden so organisiert, dass jeder auf einmal die Zurufe aus der ganzen Welt hören kann. Von dem ganzen Gezwitscher würde man natürlich taub, und deshalb muss ich es gut filtern, um nur das zu hören, was mich interessiert.

Heißt das, jeder gute Journalist muss sich in Zukunft bei Twitter einbringen?

Ob er sich einbringen muss, weiß ich nicht. Aber ich würde als Journalist auf jeden Fall hinhören. Twitter ist eine Möglichkeit mitzukriegen, was draußen los ist, und auch wenn nicht jeder Journalist die gleichen Aufgaben hat, denke ich schon, dass er zuhören sollte, was sich die Leute so zurufen.

Der Hype wird halten?

Es ist nicht entscheidend, ob nun Twitter sich dauerhaft durchsetzt. Was sich nicht ändern wird, ist, dass man jetzt Zurufe aus dem analogen Leben im Internet digital organisiert. Schon allein deshalb, weil es sich als enorm erfolgreich erweist.

Inwiefern erfolgreich?

Das meine ich direkt bezogen auf den Journalismus. Sie haben die Möglichkeit, über Twitter Dinge viel schneller mitzukriegen, weil Sie plötzlich Kontakt haben zu Leuten, mit denen Sie

sonst nicht so schnell ins Gespräch kommen würden. Sie können Impulse für Themen und Geschichten bekommen.

Das geht also weiter als das, was vorher Blogs geboten haben?

Definitiv. Der Kern von Twitter ist meines Erachtens die Organisation der Inhalte. Plötzlich kann ich die Zurufe zwischen Hunderttausenden von Menschen organisieren. Das funktioniert übrigens nicht nur auf Twitter, sondern auch auf sozialen Netzwerken wie beispielsweise Xing. Wenn dort einer meiner Kontakte einen neuen Kontakt hinzugefügt hat, eine Statusmeldung verfasst oder einen neuen Job hat, dann bekomme ich das auf meiner Startseite angezeigt. Auch das sind organisierte Zurufe. Ich sehe gar keinen Grund, warum diese neue Art der Kommunikation aufhören sollte. Wenn Journalisten über Twitter schneller an Geschichten kommen, wie zum Beispiel bei den Anschlägen in Bombay, dann wäre es doch fahrlässig, diese Quelle nicht zu nutzen.

Gibt es noch etwas so innovatives wie Twitter?

Spannend finde ich die Möglichkeiten der computerunterstützten Recherche. Für Journalisten besteht eine große Chance darin, öffentlich zugängliche Datenbanken mal systematisch zu durchforsten, denn in jeder Datenbank steckt irgendwo eine Geschichte. So konnte die New York Times im letzten September aus einer öffentlichen Datenbank ermitteln, dass 97 % der Rentner bei der Long Island Rail Road eine Erwerbsunfähigkeitsrente beantragen und erhalten, was seit dem Jahr 2000 ungefähr 250 Millionen Dollar kostet. Da lohnt sich doch eine weitere Recherche. Das ist etwas, das noch viel zu wenig im journalistischen Alltag stattfindet...

Außerdem gibt es vielfache Möglichkeiten, sich über Communities mit Leuten zu vernetzen, und darüber Ideen und Unterstützung für Themen und Geschichten zu generieren. Man kann in der digitalen Welt so viel mitbekommen von dem, was Leute denken und meinen – und zwar live, denn da spiegelt sich ja das reale Leben. Ich habe den Eindruck, viele Journalisten nutzen das noch nicht.

Woran liegt das?

Zum einen sind die meisten von uns Immigranten in den neuen Technologien. Uns fällt der Umgang viel schwerer als denen, die jetzt damit aufwachsen. Und zum anderen war es bisher nicht Teil des Berufsbildes eines Journalisten oder Medienmachers, sich mit Technologien anfreunden zu müssen.

Müssen sich Medienmacher eigentlich vor Google fürchten?

Fürchten ist vielleicht das falsche Wort, weil es den Kaninchenblick auf die Schlange bezeichnet. Aber selbstverständlich ist Google eine Bedrohung, denn Google zerstört die etablierten Geschäftsmodelle der Medien. Medienunternehmen machen ja nicht nur gute Inhalte, sondern programmieren diese auch in Sendungen, Zeitschriften oder Websites. Google hilft nun den Menschen, diese Programme zu zerlegen und neu zu organisieren. So werden zwar noch die Inhalte gebraucht, aber immer weniger diejenigen, die diese Inhalte programmieren. Das ist das, was Google angreift und nachhaltig zerstört. Die Folgen dieser digitalen Atomisierung für alle Medien kann man sich übrigens sehr gut am Beispiel der programmierten Musikalben und deren Neuprogrammierung durch beispielsweise iTunes anschaulich machen.

Wie sollen Medienunternehmen darauf reagieren?

Sie müssen lernen, wie Google zu denken. Sie müssen nicht wie Verlage oder TV-Sender auf das Internet gucken, sondern müssen mal aus Sicht des Internets auf ihre Situation gucken. Das Kaninchen muss die Sicht der Schlange verstehen, wenn es eine Chance haben will.

Das, was heute in Form von Suchmaschinenoptimierung bei vielen Medien angewendet wird?

Genau, das ist ein Beispiel. Im Internet gilt: „The link is more than the thing.“ Das haben Medien lange nicht begriffen. Natürlich brauche ich auch ordentliche Inhalte, aber ohne Verlinkungen helfen die mir nichts. Wer als Medienunternehmen online Erfolg haben will, der muss sich den Regeln des Internets fügen, auch wenn es schmerzt.

Nutzen sie Twitter eigentlich auch selber?

Ich lausche dem Gezwitscher einiger Leute. Eigene Tweets sende ich nur, wenn ich Twitter in meinen Vorträgen demonstriere, ansonsten nicht.

Wieso nicht?

Meine digitalen Zurufe organisiere ich über Skype, ICQ und XING. Ansonsten fällt mir in aller Bescheidenheit nichts ein, was ich der Welt mit 140 Zeichen zurufen sollte.