

## **Lego oder der Wahn vom Social Web**

*Wenn Cluster verfüttert werden, weil der Pitbull nur spielen möchte*

Immer wenn das Wort *social* zu hören ist, besonders wenn es in anglo-amerikanischem Slang daher kommt, denke ich an die alten Recken Marx und Engels und wie Lenin mit ihnen zu Petersburg Schlitten gefahren ist. Liegt es daran, daß ich zu halbwegs Winterszeiten für ein Event, wie neomodisch Veranstaltungen eventuell immer heißen werden, nach München ausgerechnet mit dem ÖPNV anreise? Oder hege ich neuerdings bisher latente masochistische Gelüste? Mit der Regionalbahn zu reisen, legt solchen Verdacht nahe.

Über Abstumpfungsmittel, wie Splitt als Streugut genannt wird, in Morgendämmerung hin zum Haltepunkt der Regionalbahn, auf im Sinne des Wortes „verschlungenen“ Wegen, damit auch Rollstuhlfahrer barrierefrei auf zugige Bahnsteige ohne Wetterschutz zügig gelangen, ganz gleich, um wieviel Meter der Barrieremangel für alle, auch für Rollstuhlfahrer den Weg verlängert. Armmuskeln trainieren die einen, die anderen nehmen die Beine in die Hand, wo sie die auch besser lassen sollten, anstatt den Bahnsteig zu betreten, der so mit Splitt zugekippt ist, daß sich darauf geht wie auf Rollen. Rollsplitt! Eleganteres Schuhwerk erhält sofort den Blattschuß.

Regionalbahnen verwöhnen mit Fahrkartenautomaten, die vor ihrer Inbetriebnahme jede Erklärung zu ihrer Bedienung abgelegt haben, den User, neuer Name für auch ältere Benutzer, in die Knie zwingen , um **a)** das Kleingedruckte zu

inhalieren, **b)** die unteren Tastenfunktionen zu erraten, **c)** falls richtig gewählt/geraten, der Automat den Geldschein oder das Münzgeld ausnahmsweise widerspruchslos akzeptiert hat, das richtige Ticket zu entnehmen, ohne das Wechselgeld zurückzulassen. Wenn jemand eine Reise tut ... ! Vor alle Reiseerlebnisse hat IT Cluster gepflastert. Bestreben, jedwede Fragestellung im Zuge maschineller Abarbeitung durch die Aneinanderreihung von Algorithmen für den Nutzer so unverständlich wie möglich zu machen. Wer denkt schon in Bausteinen statt in Logik und Sprache? Es gibt keine verständliche Sprache, die schriftlich den Weg aus solchem Zivilisationsgestrüpp heraus weist.

Bewaffnet mit einem gültigen Fahrausweis entert zahlungs(un)willige Kundschaft des ÖPNV zur Entfernungsüberwindung todesmutig vom Rand des zugigen Bahnsteigs die wohlige Wärme des schienengebundenen Regionalexpreß. Bahnfahrt in modernen Zeiten, wenn sie einen Sitzplatz für den Reisenden bereit hält, gewährt Muße, moderne Zeiten zu genießen. Bahnfahrt und Genuß? Nun ja, die Zeiten ändern sich. Vom geschlossenen Abteil des Plattformwaggons aus Dampf- und Diesellockbetrieb zu Triebköpfen mit doppelstöckiger Großraumgarnitur elektrifizierter Bahnstrecken. Von erträglichem Platzangebot in beschaulichen Raucher- und Nichtraucherabteilen zu rauchfreier Ölsardinenenge übersichtlicher Großraumabteile. Vom komfortablen Kleiderhaken unterhalb gut erreichbarer Gepäcknetze zu starren Gitterablagen unzureichenden Fassungsvermögens für die Unterbringung eventuellen Gepäcks und möglichst knitterfreier Kleidungsstücke. Von angeregter Unterhaltung zum

gelangweilten Mithören, Mitsehen, Mitreisen. Nur die sanitären Einrichtungen, respektive ihr Zustand, ändern sich nie, erinnern in modernen Zügen moderner Zeiten an alte Zeiten, an Sch...-Häuser. Oder trifft die Bezeichnung eher auf das zivilisierte Publikum zu?

Doch, die Zeiten ändern sich! Für beschäftigungslose Reisende, während der Reisedauer beschäftigungslos, ist Multitasking angesagt. Vielfach geteilte Aufmerksamkeit am Geschehen rundherum. Gelangweilt interessierter Blick auf langweilig an eiligen Fenstern vorübergleitende Landschaft fällt dem Multiple-choice-Angebot der IT-Gerätschaften und der darin aufgezwungenen indirekten Kommunikation in Echtzeit zum Opfer. Rechts der Herr in Fahrtrichtung, gepflegtes Business-Outfit, dunkles Haar, trotz Mittelalter nicht der geringste Anflug von Grau, gefärbt?, akkurater Haarschnitt, aufgeklappt auf den Knien ein ausgewachsener Laptop. Seitlich eingeklinkt der weiße USB-Stick. Eifriges Blinken eines kleinen blauen Punktes. Signalement für aktive HSDPA-Verbindung. Auf dem gut entspiegelten Monitor Excel-Tabellen. Im Bereich des Nummernblocks neben der Tastatur ein zweifach gefaltetes Din-A4-Blatt mit Notizen in Maschinenschrift, handschriftlich ergänzt. Hände, mit Fingerformaten, wenig bürokompatibel, noch weniger tastaturkompatibel, bedienen dieselbe eifrig, langen gelegentlich nach den Notizen, übernehmen diese in die Tabellen. Sehr geschäftig. Sehr beschäftigt. Verdammt, es ist 07:32 Uhr, und der Typ schafft wie wild! Ja doch, sein Dienst beginnt erst um 08:00 Uhr, und bis dahin nutzt er die Zeit, arbeitet während der Bahnfahrt, noch ehe die Stechuhr lustvoll stöhnt. So ersparen sich Chefs das Stöhnen über

Arbeitszeitkonten total überlasteter Angestellter im mittleren Management, die mit ihrem Zeitmanagement nicht klar kommen. Wie möchte dieser Business man bitte sein Arbeitspensum schaffen, wenn er die Anfahrt zum Büro nicht den ÖPNV erledigen läßt, sondern selbst dafür aktiv werden muß? Gilt das Credo eines alten REFA-Fritzen nicht mehr, wonach die Arbeit so zu organisieren ist, daß sie während der Betriebsstunden im Betrieb am Arbeitsplatz erledigt werden kann? Ja, die Zeiten ändern sich!

Gegenüber dem Geschäftsmann in zumindest semileitender Position ein eher grobschlächtiger blonder Schopf. Maskulin. Noch hält eine mehr versteckte Jugendlichkeit die Drohung ausufernder Leibesfülle im Zaum. Gekleidet in eine Mischung aus teuer und farblos, passen die sorgfältig manikürten Hände beinahe weiblicher Anmutung nicht zum männlichen Erscheinungsbild. Obwohl, solch weiche Gesichtszüge, nahezu faltenlos, fast alterslos? Auch hier auf den Knien des Herrn der unvermeidliche Laptop. Aufgeklappt. In der linken Hand eine juristische Fachzeitschrift, in der Rechten ein Kugelschreiber, der gelegentlich zwischen die Zeilen fährt. Neben dem Herren der Sitzplatz sorgfältig "blockiert" mit einer aus dem Fachjournal nachlässig herausgetrennten Seite. Rundum die übrigen Fahrgäste beschäftigt mit dem Regulieren von I-Pods, Lesen und Schreiben von SMS. Eine Sitzreihe weiter, sehr unsichtbar, telefoniert ein weibliches Wesen. Mittleren Alters der Stimme nach. Nach gut mithörbarem Gesprächsinhalt wird das Liebesleben der Ameise besprochen, nur der erste Teil, quasi Begattungsakt im Freien. Bis zum Fahrtziel und über das Aussteigen hinaus wird das Telephonat nicht abreißen.

Wenigstens kommt der Jurist gegenüber zur Sache, verräumt Fachjournal und Schreibgerät, widmet sich seinem IT-Gerät, bedient die Tasten im Zehn-Finger-Blindsystem. Wieso eigentlich? Hat er keine Kanzlei, keinen Büroraum, keine organisierte Arbeitszeit? Und ich? Multitasking halt. In den Händen Frank Schirrmachers *PAYBACK*. Auf Seite 26 seine Metapher vom Legoturm, Analogie zu Algorithmen. Naiv. Halbzeug. Zeitangemessen. Zeit entlarvend. Alles paßt! Schließlich bin ich unterwegs zum *Social Web Event der Lesercommunity LovelyBooks*. Der Titel der Veranstaltung? "*Social Web: Der direkte Kontakt zum Leser*". Nur hier im Großraumabteil der Regionalbahn, Teilbereich des ÖPNV, ist IT grundsätzliche Kontaktsperre, direkte Kommunikationsbarriere direkter Kommunikation. In Echtzeit wird der direkte Kontakt echt geopfert, oder doch nur schnöde ausgelassen, unterliegt echt der virtuellen Kommunikation. Das fängt ja echt heiter an.

Kompliment an die Regionalbahn! Während der Woche höre und lese ich von ihrer Unpünktlichkeit und Raumnot. Kaum nehme ich das Verkehrssystem in Anspruch, findet ein Dritter genügend Platz, einen freien Platz zu blockieren, während ich mein Fahrziel pünktlich erreiche. Auch wenn Bahnhöfe nie wirtlich sind, gelegentlich bieten sie einen Ausgleich. Sehr selten bieten ihn die Verkehrsdienstleister. Heute hilft der Süddeutsche Verlag durch die Gratisverteilung der tagesaktuellen Zeitungsausgabe aus. Man dankt. Für schlechte Zeiten – die Rückfahrt! – wandert das Exemplar in die Aktentasche, leistet Schirrmachers *PAYBACK* Gesellschaft.

Vom Bahnhof zu Fuß zum Veranstaltungsort. Wegen der frischen Luft. Wegen Abschalten vom Multitasking in Eisenbahngroßraumabteilen. Der Bewegung wegen. Wenn doch sonst der Bewegungsdrang eher gebremst ist. Gebremst wird vor dem Ziel. Ausgebremst! Sicherheitskonferenz. Viel zu gefährlich, einen vorwärtsstrebenden Tagungsteilnehmer den Promenadeplatz überqueren, womöglich vor dem Tagungshotel entlang spazieren, gar ums Eck zum Literaturhaus passieren zu lassen, behaupten Sicherheitskräfte. Bewegung bitte. Umweg, ich komme. Was passiert auf solchem Weg? Nichts, außer daß ich nicht zähle, wieviel der 4000 (viertausend) für eine (1) Sicherheitskonferenz aufbotenen Sicherheitskräfte ich passiere. Jene, die ich passiere, sind Polizisten. Manche bis an die Zähne bewaffnet, damit nichts passiert. Kugelsichere Westen sowieso. Sicherheitskonferenz! Ein Event.

Wer zu einer Tagung als registrierter Besucher geht und rechtzeitig zur Registrierung kommt, kommt zum *“come together“*. In diesem Falle Entgegennahme eines als Eselohrensammler deklarierten Leinenbeutels, befüllt mit Werbematerialien, Übergabe der obligatorischen Erkennungsmarke mit Namen und Funktion und ... ein erträgliches zweites Frühstück mit eventueller Gelegenheit kollegialen Aufeinandertreffens. Letzteres hält sich in äußerst bescheidenen Grenzen. Das Tagungsthema! Im Gegensatz dazu, soviel vorweg, verdient die gesamte Bewirtung der Tagungsteilnehmer während des Events, oder wie das Abenteuer heißt, ein dickes Lob! Dank auch!

Niemand wird sich herausreden können, es habe an mangelnder Bewirtung gelegen, daß jene Technik, die hier die Buchwelt bedeuten soll, nur zögerlich ihren Dienst verrichtet, sich jeweils nur mit intensivem und aufwendigem Nachdruck ihre Funktion abringen läßt. Stand der Technik! Und solch Technikstandard ist es, der alle Vorurteilsinhaber immer wieder bestätigt, besonders den Chronisten. Zugleich verursacht unter anderem Stand der Technik, verschuldet zögerliches Funktionieren zögerliche Finanzierung, mangelnde Akzeptanz bis Ablehnung bei den Entscheidern. Ohne Zögern läßt sich eingestehen, selbst wenn die Herren aller Kassen nicht recht haben, sie haben nicht unrecht, was sie selbstredend mit Macht zu nutzen verstehen. Einmal mehr bewahrheitet sich, Softwareingenieure halten Menschen für Trottel. Hingegen der Mensch hält die Hardware Computer für Blechtrottel. Immer ist ein Trottel zuviel und nichts funktioniert, außer Pannen. Stand der Evolution. Aktueller Siegeszug der Computertechnik macht zudem faßt jeden, der vor fünf Minuten noch Spezialist war, im Handumdrehen zum Laien, hält dem Laienstatus die Stange. Kein User, wie Computerbenutzer und Softwareanwender gemeinhin heißen, ist dem anderen wirklich überlegen. Tröstlich! Besonders für Laien.

Nun schlägt sie also zu, die Generation Lego. So eben noch während der Bahnfahrt als schräge Metapher belächelt, versucht sich Leander Wattig, geschmückt mit einem Studium Buchhandel/Verlagswirtschaft und Lehrbeauftragter im gleichen Fach, an einer Definition für den Begriff Social Web und dessen Notwendigkeit für das wo auch immer angesiedelte Buchgeschäft. Cluster - Legosteine - seines Referats hält er mit

dem coolen Bindewort "genau" genau beieinander. Sattsam bekanntes Mantra des MLM / Multi Level Marketing wird heruntergebetet, verwurstet für die Maschinen der Informationstechnologie, bläht sich auf zu CRM / Customer Relationship Management, der Beziehungspflege zwischen Verwandten, Freunden und Bekannten als Ersatz der Mundpropaganda zur Generierung von Umsatz, nur eben jetzt mit nur noch als Avatar identifizierbaren Personen auf Plattformen wie Facebook, StudiVZ, Twitter und andere. Irgendwie erinnert die Rhetorik an Posts und 140-Zeichen-Twitter. Der Referent gibt zu, diese Art der Beziehungspflege kann sich auf den Erfolg auswirken. Größenordnung? Auf- oder abwärts? Zeitraum? Nie sollst du mich befragen! Fragt wer nach bei CRM / Credit Risk Management, fragt das zurück, wozu Kredit für CRM, wenn es doch nicht quantifizierbar ist, keine Bemessungsgrundlage hergibt? Finger weg vom unkalkulierbaren Risiko, lautet der Bescheid.

War er nötig, dieser Exkurs ins Marketingminenfeld als Grundkurs? Oder doch MLM-Ergänzungsseminar? Und was kommt danach? Noch solch ein Beitrag? Wo sind die Fluchtwege? Resignierter Blick schweift nach Notausgängen.

Für die Onlineaktivitäten eines Verlages legte sich Nina Reddemann ins Zeug. Das Verlagshaus Hanser stellt so via Facebook eine direkte Verbindung zum Leser her, obwohl der nicht direkter Geschäftspartner ist. Auch betreibt der Verlag neben seinem eigenen Internetauftritt eine Fanseite mit Ankündigung neuer Bücher, Aktivitäten der Autoren. Ob und wenn ja, was es bringt, bleibt unbeantwortet. Übrig bleibt der

Rat, nicht nachzulassen, zu probieren. Selbst Autoren werden in das Spiel einbezogen, erhalten einen eigenen Blog. Wozu?

Für Facebook jeden Tag nur fünf Minuten, mehr Zeit habe ich nicht dafür, kann Christian Horvath mit seinem Vortrag über Facebook nicht weis machen. Da ist er wieder, der Spielteufel, der seine Legosteine mit den kurzen Hosen zur Seite gelegt hat, nur spielen will. Womit? Mit in IT-Maschinen verschlüsselten Algorithmen. Und tatsächlich wird live demonstriert, wie man sich ein Benutzerkonto für Facebook anlegt und auf dieser Plattform miteinander, mit Fremden natürlich, die man selbstverständlich Freunde nennt, über eine Tastatur kommuniziert, das Ergebnis am Monitor ablesen kann. Ein enormer Multiplikationsfaktor, der spielerisch unterhalten werden will, muß. Ach nein, mit erwachsenen Menschen sollte das niemand tun. Schmerzengeldansprüche erzeugt das womöglich.

Medienpädagogen sind da natürlich fein raus, zumindest rhetorisch. Ruckzuck ist Twitter erklärt, das System der Kurznachrichten, die 140 Zeichen Mitteilung und ihre Weiterleitung, Verbreitung im Web. Seine angedachte Funktion in der hier offensichtlich angestrebten Marketingstrategie entspricht exakt derjenigen von Facebook und anderen Plattformen, nur etwas kürzer im Text, etwas kruder im Umgang der User untereinander. Nur ein kleiner der Abwärtsschritte vom Brief zum Fax, zur E-Mail, zum Facebook-Post bis zu 140 Zwitscherzeichen. Weil das so ist, muß das Publikum behutsam an diese Art der Kommunikation herangeführt werden. Dazu läßt sich ein gestandener Krimi-Autor vorführen. Das heißt, zunächst

führt der den Referenten vor, beweist, der Fachmann ist mit den tags zuvor übermittelten Zugangsdaten für das Anlegen eines Twitter-Accounts genauso überfordert wie der Urheber von Kriminalgeschichten. Nur Christian Horvaths Rat befolgt, spielerisch gelingt zuletzt doch das Einloggen für den neuen User, wobei zweifelsfrei feststeht, mit Twitter hatte der bisher nichts am Hut. Überzeugt hat ihn das Referat nicht. Mit Twitter wird er auch künftig nichts am Hut haben.

Entschädigt dafür wenigstens der ebenfalls Krimiautor Marcus Rafelsberger? All sein Bemühen, einen Kriminalroman online zu schreiben, waren zuvor abgesichert durch Verlagsunterstützung und Print-Publikationszusage. Einen immensen Aufwand hat Rafelsberger betrieben, seine eigene Webplattform mit Facebook und Twitter vernetzt, gar seinem Romanhelden einen eigenen Blog eingerichtet. Als Werbefachmann weiß Rafelsberger selbstverständlich, wie so etwas geht. Auf die Frage, was es bringt antwortet er: „Nix“. Und was er von „seinem“ Verlag erwartet, lässt sich nicht auf den Punkt bringen. Schließlich räumt er ein, er habe zeitweilig die Absatzzahlen des betreffenden Buches durch Aktivitäten auf seiner Homepage, bei Facebook und Twitter erhöhen können. Allerdings stehe der Aufwand in keinem Verhältnis zum Ergebnis.

Wie geht eine Buchhändlerin mit so einem Ergebnis um? Nicht lange hält sich Susanne Martin, selbständige Buchhändlerin, damit auf. Dennoch verbringt sie täglich mit „Beziehungspflege“ aller möglichen Kontakte über Homepage, Facebook und Twitter 1,5 Stunden. Allerhand lässt sie sich dazu einfallen, interviewt bei Lesungen die Autoren selbst, brennt das Interview auf CD,

verteilt es unter ihren Kunden. Offenbar ist Frau Martin derzeit für Online-Kundenpflege die Buchhandelsfachfrau schlechthin. So gewissenhaft, wie sie vorträgt und so sicher, wie die Beamer-Präsentation an diesem Tag erstmals klaglos funktioniert, so wenig erschließt sich eine Notwendigkeit, Offline-Welt mit derjenigen online zu verknüpfen, außer daß Frau Martin Spaß daran hat und es gerne tut, dabei ihren eigenen Umgangscode entwickelt hat, der ohnehin selbstverständlicher Standard sein sollte.

Dann aber, und ehe die Veranstaltung endet, schließt sich scheinbar der Kreis. Willkommen zurück im MLM. Hallo, hier sind wir wieder bei CRM / Customer Relationship Management. Alle Verwandten, Freunde, Bekannten hat die alte Tante MLM längst abgegrast. Nun machen wir uns all die Avatarbesitzer zu Bezugspersonen, übertragen ihnen die Rolle als Multiplikatoren. Nichts davon nimmt die Ungewißheit, weshalb Karla Paul dazu rät, es auszuprobieren und immer wieder zu probieren. Wozu? Damit sich nach 10 Jahren Buchmarketing im Web vielleicht doch die Tür auftut, das Heureka hervorstolpert. Planen läßt sich aber besonders im Internet das Wenigste, am wenigsten das so ersehnte Heureka. Neben sehr, sehr viel Probieren muß man es also unbedingt wollen. Zum besten Weg für das jeweilige Unternehmen hilft der beste Wille alleine allerdings nicht, nicht einmal zu einem geradlinigen. Damit gerät der willige User der Informationstechnologie für CRM mit seiner Zeitplanung ins Schwimmen, weshalb ihm dann die Budgetplanung so verwässert, daß das Budget baden geht.

Jetzt mal Hand aufs Herz: Wer würde nach diesem ereignisreichen Tag noch auf computergesteuerte Kundenpflege per Internet setzen? Vermeintlich genaue Zahlen über Seitenaufruf, heruntergeladene Inhalte, Klicks, Follower, Anhänger und Ranglisten spiegeln virtuell etwas, was sich real nicht nur nicht verifizieren läßt, sondern gaukeln Bilder über Erfolg oder Nichterfolg vor. Zur Zeit liegt das Gewicht dabei bleischwer auf Nichterfolg. Fester Wille, dennoch auf dem eingeschlagenen Weg voranzuschreiten, alle erreichbaren Werkzeuge dafür zu nutzen, hält bestenfalls die Möglichkeit offen, die erhobenen Daten eines webbasierten CRM könnten positive Auswirkung auf die Gesamtpositionierung im Markt haben. Dafür aber kann der User nichts.

Alle Anspannung fällt ab, auch die Erwartung eines branchenübergreifenden Events. Hier waren ausschließlich Buchleute der On- und Offline-Buchszene beieinander. Nachteil war das nicht. Einerseits eine absolut kollegiale Atmosphäre. Bekannte Gesichter. Pflege sozialer Kontakte in Echtzeit und live. Wann hat man das schon?! Angenehmer Gedankenaustausch in den Pausen. Kalkulierbare Begegnungen aus der vorab online veröffentlichten Teilnehmerliste, womit manch Avatar endlich ein Gesicht, auch Sprache erhält. Wo doch so oft vom Social Web die Rede war! Wie die "Fachbesucher" auf die während der gesamten Veranstaltungen großflächig eingeblendeten Twitter-Wall reagierten? Die Unentwegten ließen ihrem Gezwitscher freien Lauf, alle anderen haben überlebt. Eine recht bescheidene Moderation hat kaum Schäden hinterlassen. Im Detail ungeschickte Organisation ist verzeihbar.

Beim „*get together*“, also kurz vor dem Auseinandergehen ein Getränk im Café des Literaturhauses, geht noch einiges durch Windungen grauer Zellen: Reflexhafte Zurückweisung von Vorbehalten gegenüber der Webbindung mit dem Hinweis, solche Einwände habe schon das Fernsehen erfahren. Als ob gegen die Flimmerkiste nicht schon und noch immer reine Zeitkonsumeinwände bestünden, völlig abgesehen von der Frage, wie TV und IT nebeneinander und parallel am Zeitkonto nagen. Ungeklärt auch die Frage, wie ohnehin schreibende Autoren neben ihrer Textarbeit die unterschiedlichsten Plattformen und ihre eigene Homepage bedienen, ihre Korrespondenz per E-Mail erledigen, Bankgeschäfte online abwickeln, selbst Fahrkarten, Flug- und Veranstaltungstickets per Web ordern, gelegentlich gar Briefmarken online kaufen, mit den Buchkunden kommunizieren sollen, obwohl sie noch nicht bei Ebay waren, einen Fernsehapparat zu Hause haben, gelegentlich auch Gattin, Kinder, Schwiegermutter. Wegen mehr Platz im Bücherbord ist der Kindle ohnehin bestellt, bietet Sony seinen Reader an, und der Optiker schleift die Kontaktlinsen im Bildschirmformat, mindestens 19 Zoll in der Diagonale. Schöne neue Technikwelt! In dieser IT-Community räumt selbst der preisgekrönte Säulenheilige der Bücher- und Buchmarktkommunikation Wolfgang Tischer ein, seine Plattform, „*Das Literatur-Cafe/ Der literarische Treffpunkt im Internet – seit 1996*“, sei keineswegs ein kommerziell erfolgreiches Geschäftsmodell. Sofort drängt sich die Frage nach der Vor- und Anlaufzeit für solcherlei Projekte auf, neben der nicht weniger interessanten Frage nach dem Warum, vor allem für so langes Durchhalten.

Auf dem Fußweg zum Bahnhof, wieviel Polizisten waren das noch gleich?, die Gretchenfrage: Hat es etwas gebracht, an dem Event teilgenommen zu haben? Fachlich und inhaltlich ganz klar ein Nein. Pflege sozialer Kontakte? Aber ja doch, und bis hin in persönliche Vernetzung! Social reality. Lohnt bei Fortsetzung der Veranstaltungsreihe erneuter Besuch? Eher nicht. Es sei denn, die Tagesordnung liefert Inhalt, Content. Andererseits: die sozialen Kontakte lassen sich persönlich am besten pflegen. Ja dann ... !

Die Bahnfahrt: Dreißig Minuten im Regionalexpreß. Viele junge Menschen. Sie vereinnahmen das Großraumabteil. Angeregt unterhalten sie sich. Nebenbei spielen sie. Nein, nicht Lego! Mit ihrem Handy spielen sie, während sie sich unterhalten, versenden SMS. Nur eine andere Form von Algorithmen. Ob sie Handicap für die Mütze der kleinen Apparate halten? Was weiß man schon?! Gegenüber der junge Mann, Business-man-AZUBI, übt Multitasking, telefoniert wie E.T.: nach Hause. Das Handy zwischen Schulter und Ohr geklemmt, beharkt er gleichzeitig die Tastatur seines Laptop. Jetzt wäre Zeit, wieder einen Blick in *PAYBACK* zu werfen. Wo war ich auf der Hinfahrt stehen geblieben? Seite 29: *“Fünfjährige verstecken Blackberrys oder spülen sie die Toilette hinunter, damit ihre Eltern mit ihnen reden“*. Social Web!? Nein, nach so einem Tag bitte ein anderes Thema! Ah, richtig, da ist ja noch die Süddeutsche. Nein, Politikerunsinn und bebilderte Katastrophen bitte jetzt nicht! Klasse, Freitag ist, da gibt's das SZ-Magazin!

Schwer tun sie sich inzwischen, die Printmedien, Sie tun sich schwer, ihre Werbeetats zu erwirtschaften. Noch schwerer tun sie sich, diese gezielt einzusetzen, meßbare Ergebnisse vorzuweisen. Besonders schwer tun sie sich, weil ihr Budget ständig schrumpft. Web-Präsenz kostet Geld. Das Internetportal auch. Kundenbeziehung online für CRM / Customer Relationship Management kostet auch. Nur einen Werbeetat gibt es, einen der geteilt werden muß zwischen klassischer Werbung und Webauftritt bei sinkendem Anzeigenaufkommen. Zeitung in der Zeitung ist so ein klassisches Werbemedium. So etwas liefert der Süddeutsche Verlag immer wieder Freitags. Kostenlos. Magazin nennen sie die Beilage. Andere Papierqualität. Anderes Format.

*Süddeutsche Zeitung Magazin* trägt an diesem Freitag auf dem Titel die Zeichnung einer offensichtlich moslemischen Frau. Leicht zurückgenommen der Shador. Darunter ein Name und ein Fragezeichen. *NEDA?* Geschildert wird das Schicksal einer selbstbewußten iranischen Frau, Akademikerin, 32 Jahre alt. Aktiv hatte Neda Soltani im Iran mit sozialer Kompetenz am Social Web teilgenommen, auf einer Plattform ein Konto angelegt, als Avatar ihr Photo eingestellt. Bei Unruhen im Iran war eine andere junge Frau ums Leben gekommen, war vereinnahmt worden als "Engel des Iran", okkupiert von einer Interessengruppe. Neda Agha-Soltan, 25 Jahre, Studentin, ist die neue Heilige iranischer "Opposition". Unvollständige Recherche, eine gewisse äußere Ähnlichkeit der beiden Frauen und der Leichtsinn im Umgang mit dem persönlichen Photo durch Neda Soltani und die an Neda Agha-Soltan interessierte Gruppe machen die echte Photographie der Neda Soltani zum

falschen Bild der Neda Agah-Soltan, und niemand bemerkt es zunächst. Um die Welt geht das falsche Photo, geistert durch alle Medien und Fernsehanstalten, besonders durch die angelsächsisch-amerikanischen Sender und Printmedien. Verzweifelt versucht Neda Soltani den Irrtum, den Fehler aufzuklären, das Recht an ihrem Bild zu reklamieren. Vergeblich. Ungehört. Verlacht. So vergeblich, daß ihr nichts anderes bleibt, als ihre Heimat zu verlassen, aus dem Iran zu fliehen. Neda Soltani ist angekommen. In Deutschland. Als Asylbewerberin. Verloren hat sie mit dem Avatar, ein Legosteine auf einer Internetplattform. Algorithmus eines fehlerhaften Legoturms, dessen Fehler Öffentlichkeit nicht wahrnehmen kann. Verloren hat Neda Soltani ihre Heimat, ihre Familie, ihre Existenz. Als Asylbewerberin mit allen sozialen Einschnitten wartet sie auf den Entscheid deutscher Behörden über ihren Asylantrag. Sie hatte dem Social Web ihr Photo anvertraut und hat mit dem Bild als Avatar ihre Persönlichkeit verloren an die Social Community. Social Web?

Erst hier schließt sich der Kreis nach eines langen Tages kurzer Reise. Und mein Avatar? Wen interessiert schon dieser Legobaustein. Nur ein persönliches Photo. Symbol für einen Algorithmus. *Bitte austauschen! Sofort? Ja! Warum? Weil ich nicht möchte, daß andere mit den von mir ins Social Web gestellten Algorithmen spielen. Aber Du spielst doch selbst auf den verschiedenen Plattformen!? Ja und? Gelegentlich verhält sich das Social Web wie ein domestizierter Pitbull, der völlig ungefährlich scheint, seine Streicheleinheiten verlangt. Dann wieder gebärdet es sich wie ein Pitbull, der nur spielen möchte, nur mit mir. Weder der Pitbull noch ich wissen, will der Pitbull*

*nur spielen, fletscht er im Spielreflex die Zähne, wann wird aus  
Spiel Ernst. Social Web! Was ihm fehlt? Das Soziale! Dieses  
Mal ist nicht Lenin der Entführer.*

© tb-book / 10.02.2010