

# Rede über dich selbst, sonst machen es andere

Microblogging-Dienste wie Twitter und Kontaktplattformen à la Facebook verzeichnen immer neue Mitgliederrekorde. Ob das Ganze nur ein Hype ist oder man sein (Web-)Image mithilfe sozialer Netzwerke effizient aufpolieren kann, wurde am FHNW Campus Talk vom 20. Oktober diskutiert. *Julia Nierle*

«Vergessen Sie Privacy, managen Sie Ihre Identität», so lautete die erste Regel für das Verhalten im Netz, die Philippe Surber den Teilnehmenden des Campus Talk zum Thema «Manieren 2.0 – Business und Freundschaft im Internet» präsentierte. Der Leiter der Business Unit Information Design des Webdienstleisters Unic verwies den Glauben, man könne sich von der Indexierung im Internet fernhalten, ins Reich der Mythen: «Niemand kann sich dauerhaft im Netz verstecken.» Informationen aus allen nur erdenklichen Bereichen des privaten und des beruflichen Lebens können im Internet auftauchen. Soll man auf dieser Welle des freiwilligen und unfreiwilligen Zur-Schau-Stellens der eigenen Person überhaupt mitreiten und noch mehr Informationen von sich preisgeben? «Unbedingt», lautete Surbers Antwort. Er glaubt, dass die Web-2.0-Skepsis vieler Menschen vorwiegend daher rührt, dass sie die Chancen der sozialen Netzwerke noch nicht erkannt haben.

## Euphorie ja, Aktionismus nein

Die verschiedenen Internetplattformen sind laut Surber sowohl für Privatpersonen als auch für Unternehmen ein mächtiges Instrument, um deren (Wunsch-)Identität zu kommunizieren. «Man kommt nicht darum herum, soziale Netzwerke zu nutzen. Wenn man nicht selbst über sich redet, machen es

andere», mahnte er. Dass das nicht immer positiv für den Betroffenen ausfallen muss, versteht sich von selbst. Surber brachte in diesem Zusammenhang das Beispiel der Internetplattform Kununu.com, wo Mitarbeiter ihren Arbeitgeber bewerten können. Um auf Negativpropaganda reagieren zu können, sollten gerade auch Unternehmen das Social Web stärker für ihre Kommunikation nutzen.

Wer mit den Möglichkeiten des Web 2.0 das eigene Image verbessern will, sollte aber nicht in Aktionismus verfallen. Schon der Titel von Surbers Impulsreferat «Nur weil wir Freunde sind, heisst das noch lange nicht, dass ich dich mag» spielte darauf an, dass man sich im Internet-«Freundeskreis» nicht automatisch unter Menschen bewegt, die einem wohlgesonnen sind. Der Referent forderte die Anwesenden am Event daher auf, ihre Onlineaktivitäten mit sicheren Passwörtern und Einstellungen zur Privatsphäre zu schützen: «Privatsphäre ist das, was wir daraus machen. Standardeinstellungen zur Privatsphäre zu übernehmen, ist gefährlich.»

## Der «Streisand-Effekt»

Einmal öffentlich im Internet publizierte Beiträge verschwinden nur äusserst schwer aus dem Netz, warnte Surber. Diese Erfahrung habe auch Barbra Streisand im Jahr 2003 machen müssen, als sie eine Luftaufnahme, die

ein Fotograf von ihrem Anwesen gemacht hatte, per Gerichtsentscheid aus dem Web entfernen lassen wollte. Das Ergebnis war, dass das Foto während und schliesslich nach dem verlorenen Prozess nur noch bekannter wurde. Jeder Mensch muss heute ständig damit rechnen, Fotos und Informationen über sich im Internet zu finden. Surber empfahl daher, sich immer über das eigene Tun bewusst zu sein und die Onlinekommunikation ernst zu nehmen. Ein mitten in der Nacht überlegt hingeschriebener Kommentar oder Tweet kann verheerende Folgen haben. Sinnvoll sei gerade auch in solchen Fällen, Suchmaschinenoptimierung in eigener Sache zu betreiben. Wer sich damit auskennt, kann unliebsame Beiträge bei der Google-Suche auf die hinteren Plätze der Liste bringen.

## Kontakte im Stand-by-Modus

In der anschliessenden Diskussion, bei der die Erkenntnisse aus den Gesprächen auf die Papiertischdecken der Stehtische geschrieben wurden, tauschten sich die Teilnehmenden über die Qualität der Kontakte im Internet aus. Martin Dalla Vecchia, Leiter des Verlags BPX, sprach von «Erstkontakten, die man pflegt» und von «Zweitkontakten, die man im Stand-by-Modus hält und bei Bedarf wieder aktiviert». Die Teilnehmenden waren sich einig, dass es wichtig sei, den «modernen Visitenkartenaustausch» im Internet zielgerichtet zu betreiben. Es komme weniger auf die Anzahl der Kontakte als auf deren jeweiligen Nutzen an. Philippe Surber beendete den Abend mit einem Ausblick: «Welche Plattformen in fünf Jahren noch bestehen werden, ist nicht klar, aber dass sie bestehen werden, ist gewiss.»

## FHNW Campus Talk

Der FHNW Campus Talk am Institut für Wirtschaftsinformatik kombiniert Wissensupdate mit Networking. Nach einem kurzen Impulsreferat diskutieren die Teilnehmenden im Campus Talk World-Café untereinander und mit den Referenten.

### Nächste Termine:

17.11.2009 (Basel) **Services im Cloud Computing**

2.12.2009 (Basel) **Enterprise 2.0 – neue Kultur, neue Technologie**

[www.fhnw.ch/iwi/campustalk](http://www.fhnw.ch/iwi/campustalk) (Teilnahme bei Onlineanmeldung mit Vermerk «NW2009» gratis)

### «E-Commerce und Online-Marketing»

Das Thema dieses Campus Talks wird im 15-tägigen Zertifikatskurs (CAS) «E-Commerce und Online-Marketing» der FHNW behandelt. Der CAS lässt sich zu einem Weiterbildungsdiplom (DAS) ausbauen oder als Wahlfach im MAS FHNW in «Information Systems Management» anrechnen. Die nächste Durchführung startet im März 2010. [www.fhnw.ch/iwi/weiterbildung](http://www.fhnw.ch/iwi/weiterbildung)



**Julia Nierle** ist am Institut für Wirtschaftsinformatik der FHNW in Basel im Bereich Kommunikation und Business Services tätig.