

Facebook ade? - Masse und Ohnmacht der Social Media

14.07.2010 | 12:09 | Gastkommentar DI Clemens Widhalm
(wirtschaftsblatt.at)



Zwischenmenschliche Beziehungen im Dschungel von Facebook & Co: Sind Social Media unsozial? Was sie bringen und was wirklich zählt.

50 Millionen Facebook-User in nur 2 Jahren - das ist tatsächlich eine erstaunliche Wachstumsgeschichte. Wodurch wurde diese möglich? Was treibt die User an? Ist es die Sehnsucht nach Kontakt zu anderen Individuen? Schließlich erscheinen die Kontakte real - jedenfalls transparenter als in Chatrooms, wo von Usern vorerst nur Nicknames bekannt sind.

Natürlich ist die Sehnsucht nach Beziehung - dritte Bedürfnisseebene nach Maslow - ein enorm starker Treiber. Die darunter liegende Ebene, nämlich Sicherheit, ist in unserem Kulturkreis ja zum Glück meist kein Thema mehr. Oder doch? Denn echte Beziehungen sind ja auch mit Risiko verbunden. Sie können lästig werden, mühsam, vielleicht sogar zu Verpflichtungen führen. Quasi nach dem Motto: „Wasche mich, aber mach' mich nicht nass“. Vor allem dann, wenn wir sie selbst ernst nehmen. Also gehen wir lieber auf Nummer sicher und bleiben wir virtuell, wo wir jederzeit den Aus-Knopf betätigen könnten. Ist das eine Frage der Sicherheit? Wohl kaum. Eher nur der Bequemlichkeit.

Hypothese: Social Media ist ein Weg, möglichst bequem möglichst viele „Beziehungen“ zu haben? Nur zu gut erinnere ich mich an die stolze Aussage eines Einzelunternehmers: „Ich habe weit über 1.000 Kontakte in Xing!“. Da stellt sich die Frage ...

Was sind Kontakte wert?

Das [Referral Institute](#), Spezialist für strategisches Networking, beschreibt hier die Entwicklungsstufen von Kontakten: von Visibility, über Credibility, bis hin zu Profitability. Lediglich gesehen zu werden (Visibility), dazu genügt es oft, hie und da mit einer mehr oder weniger intelligenten Statusmeldung aufzupoppen. Wenn es aber darum geht, von Glaubwürdigkeit und Vertrauen (eben Credibility) gekennzeichnete Beziehungen aufzubauen, erfordert das ein deutlich intensiveres Engagement für Andere. Ohne den persönlichen Kontakt werden wir hier nicht weit kommen. Interessant, dass das Referral Institute meint, dass Menschen mit bis zu sieben Personen eine Beziehung pflegen können, die derart stark ist, dass diese Personen gerne, regelmäßig, gegenseitig und vor allem provisionsfrei Empfehlungen für eben diese ihre Partner aussprechen, die damit zu deutlich mehr Geschäft führen (Profitability). Was bedeutet das für die über 1.000 Xing-Kontakte?

Wodurch entsteht Beziehung?

Empathisches Interesse an Anderen ist sicherlich ein Schlüssel. Die bewährten Prinzipien für den Aufbau von Vertrauensbeziehungen hat Dale Carnegie bereits in den 30er Jahren in seinem Klassiker „Wie man Freunde gewinnt“ beschrieben. Drei Erkenntnisse daraus:

- Ehrliche und aufrichtige Anerkennung fördert Beziehung. Denn damit zeigen wir, dass wir andere Person aufmerksam beobachten. Hier sind nicht Oberflächlichkeiten wie das neue Auto oder das schöne Büro gemeint, sondern zum Beispiel Leistungen, die durch den Einsatz einer persönlichen Stärke erzielt wurden. Im passenden Moment vermittelt, stärken wir damit die andere Person und verstärken das Vertrauen. (ein Klick auf „Gefällt mir“ ist zwar nett, hat aber mit Anerkennung nichts zu tun.)
- Wer sich für andere interessiert, gewinnt in zwei Monaten mehr Freunde als jemand, der immer nur versucht, andere für sich zu interessieren, in zwei Jahren. Dass ehrliches Interesse nur schwer über hunderte Online-Kontakte gezeigt werden kann, ist nachvollziehbar. Da benötigen wir nämlich so richtig face-to-face time. Oder wie hat man doch gleich früher dazu gesagt? (Der rührige Versuch im Chat, mit Emoticons zwischen den Zeilen zu kommunizieren, kommt da nicht mit).
- Gut hinhören, und andere dazu ermuntern, von sich zu sprechen. Eine der Möglichkeiten, tatsächlich Interesse zu zeigen. In persönlichen Gesprächen kann das auf vielen Ebenen sichtbar werden. Durch Nachfragen, Augenkontakt, von Zuhören geprägten Pausen, dadurch, dass der Gesprächspartner wirklich wichtig genommen wird. Kommunikation findet hier auf vielen Kanälen gleichzeitig statt - verbal und nonverbal.

Sind Social Media unsozial?

Sicherlich nicht. Sozialkompetenz ist eine Sache der Menschen, die Social Media mehr oder weniger verantwortungsvoll und wirkungsvoll nutzen. Um nach einem persönlichen Kontakt „in touch“ zu bleiben und weitere Begegnungen von Mensch zu Mensch zu planen, sind solche Plattformen bestens geeignet.

Was wirklich zählt in Beziehungen hat mit Vertrauen zu tun - das gehört nicht auf irgendeinem Server abgespeichert oder gar breit publiziert, sondern in Herzen eingebrannt. Bewahren wir ausreichend unserer persönlichen Ressourcen für Gespräche, wo auch das Handy abgedreht ist. Es wird an der Zeit, wieder menschlich zu werden.

Link zum Thema.

Führungsprinzipien nach Dale Carnegie als Video
<http://www.dale-carnegie.at/imap/csc.asp?ID=5>