

# Wer kann sich leisten, nicht dabei zu sein?

## Soziale Netzwerke und Sicherheit

Sie sind Leser der «civitas» und – sagen wir mal – über 35 Jahre alt. Alles, was Sie auf den kommenden zwei Seiten lesen, werden sie zwar verstehen, aber doch nie begreifen. Sagt nicht der Schreiberling, sondern ein Gelehrter. Es geht um soziale Netzwerke, ja überhaupt den Gebrauch von Internettechnologie im Alltag. Sie gehören zu den sogenannten «Digital Immigrants», geboren vor dem digitalen Zeitalter, interessiert an Technologie, sogar begeistert. Aber eben, so ganz richtig gehts nicht auf: Typisch sei es, dass die «Digital Immigrants» die E-Mails ausdrucken, um sie zu lesen, oder Leute vor den Bildschirm schleppen, um ihnen eine Internetseite zu zeigen oder sie rufen andere an und fragen: «Hast du meine E-Mail bekommen?»

Ihnen gegenüber stehen die «Digital Natives». Nach 1992 geboren ist ihnen buchstäblich die digitale Welt bereits in die Wiege gelegt worden. Computer, Handy, MP3-Player und Digitalkameras schafften ein rund um die Uhr verfügbares Netzwerk, das die zwischenmenschlichen Beziehungen radikal veränderte. Sie unterschieden gar nicht mehr zwischen on- und offline. Fazit der Fachleute: Mit den beiden Gruppen trafen immer häufiger völlig unterschiedliche Welten und Auffassungen aufeinander.

Ausdruck dieser unterschiedlichen Weltsicht sind die sozialen Netzwerke, welche insbesondere die Raumbegriffe neu definieren. England oder Australien? Spielt grundsätzlich keine Rolle mehr. Hauptsache, die Interessen stimmen. Facebook oder MySpace, xing oder StudiVZ, Twitter oder Linkedln, die digitale Welt wird immer wichtiger im Hausgebrauch. Mehr als eine Million Schweizer sind bereits bei Marktleader Facebook dabei und nutzen die vielfältigen Möglichkeiten. Tendenz weiterhin steigend. Bereits heute werden laut Schätzungen mehr E-Mails über diese Netzwerke verschickt als

auf dem «normalen» Weg. Fachleute glauben, dass sich bei diesem Run auf die sozialen Netzwerke nicht um ein vorübergehendes, sondern dauerndes Phänomen handelt, das die Gesellschaft nachhaltig prägen wird oder bereits prägt. Das zeigt sich beispielsweise in der Politik: Kein Wunder, nutzen gerade die Parteipräsidenten der grossen Schweizer Parteien diese Möglichkeit, um an ihre Leute heranzukommen. Zurzeit nutzen vor allem Romands und Sozialdemokraten diese neue Kommunikation.

Im digitalen Land der unbegrenzten Möglichkeiten ist aber nicht nur Licht, sondern auch Schatten. Wie im echten Leben gibt es in der Cyber-World eine Kehrseite der Medaille. Ausspionieren, unerwünschte Werbung per Spam-Mails, Data-Mining und anderes mehr bilden die sogenannte «Malware». Noch ist nicht ganz klar, wie die Sicherheitslage für den einzelnen Kunden ist. Die Anbieter von Abwehrprogrammen malen den Teufel an die Wand oder den Virus auf den Bildschirm und prophezeien, dass gerade die sozialen Netzwerke immer mehr Opfer von Angriffen werden. Andere sorgen sich mehr um den unkorrekten Umgang mit persönlichen Daten und warnen davor, zuviel von sich preiszugeben. Dabei zeigt sich die Nutzerwelt einerseits tatsächlich sehr sensibel: Als Facebook die Rechte von Fotos sichern wollte, erhob sich ein Proteststurm und der Anbieter musste zurückkriechen. Andererseits wird immer

wieder vergessen und verdrängt, dass beispielsweise auch Google Software mitliefert, die das Nutzerverhalten analysiert.

Auch für Betriebe ergeben sich Schwierigkeiten. So fürchten sie Sicherheitsprobleme und müssen feststellen, dass die Angestellten zu viel Zeit für dieses Networking verwenden. Viele Firmen und auch diverse Bundesstellen haben deshalb den Zugang für ihre Leute eingeschränkt.

Alles klar: Der dunkle Bildschirm löst alle Probleme, Facebook brauchts nicht. Nur ganz so einfach ist es nicht. Je nach Umfeld kommt man heute fast nicht mehr darum herum, dabei zu sein, auch wirtschaftlich. Die junge Generation ist sehr viel einfacher und nachhaltiger über diese neuen Medienformen zu erreichen als über die traditionellen Wege wie Zeitung, Flyer oder Plakate. Einladungen zu Anlässen erfolgen vielfach über diese sozialen Netzwerke und «Social



**Die junge Generation ist sehr viel einfacher und nachhaltiger über diese neuen Medienformen zu erreichen als über die traditionellen Wege wie Zeitung, Flyer oder Plakate.**

Media Marketing» hat eine weit nachhaltige Wirkung. Die Frage lautet also: «Wer kann es sich leisten, nicht dabei zu sein?» **bw**