



## Digitale Macht. Der neue Kampf um die Deutungshoheit.

Wissen ist Macht. Und die Aufmerksamkeit, die nötig ist, um Wissen überhaupt vermitteln zu können, war schon immer schwer zu erlangen. Aufmerksamkeit ist ein wertvolles Gut in unserer Wissensgesellschaft. Wie wertvoll Aufmerksamkeit ist, wird spätestens dann klar, wenn man die Anzeigenpreise führender Medien aufruft.



### Industrielle Revolution

Die schleichende Veränderung begann bereits in den 1990ern mit der Erfindung des Browsers: das seit Jahrzehnten vorhandene Internet ist seitdem für alle da. Die ganz still gestartete digitale Revolution wirbelt bis heute sehr viel durcheinander, traditionelle Geschäftsmodelle ändern sich genauso wie Kommunikation. Viele handwerkliche Fähigkeiten verlieren ihren Wert. Das erste große, unüberseh-

bare Zeichen der Veränderung war ein politischer Niemand aus dem Mittelwesten, der US-Präsident werden wollte. Und er gewann tatsächlich gegen alle Eliten. Obamas Wahl 2008 machte schon damals deutlich, wie sehr sich die Ökonomie der Aufmerksamkeit verändert hatte. Rückblickend war es ein erster Sieg der neuen digitalen Elite gegen das Gestern, gegen eine „analoge Hemdsärmeligkeit“.

### Neue Medienökonomie

Wer die Gesetzmäßigkeiten der neuen Medienökonomie erkennt, sie anerkennt und ihnen folgt, hat enorme Vorteile: Digitale Reichweiten übertreffen die Reichweiten analoger Massenmedien oft um ein Vielfaches! Wer gehört, gelesen, gesehen werden möchte, für den gibt es im Prinzip 3 erfolgreiche Wege:

- Es läuft gut, weil die Marke bekannt ist, man Glück hat
- Man wird gut „gefunden“, weil man den Kriterien der Suchmaschinen entspricht
- Oder man wird häufig weiterempfohlen via Soziale Medien, neudeutsch ge-socialt .

Erfolgreich sein kann heute nur, wer auf mehr als Bekannt-

heit und Glück setzt.

### Suchmaschinen

Nur im Internet sein, reicht nicht aus! Die „Türsteher des Wissens im Web“ reagieren am besten auf „gut geölte“ Webseiten. Funktionierende Webseiten sind ein Produkt von Arbeit und Wissen. Um die Notwendigkeit, gefunden zu werden, hat sich schon lange eine Industrie namens Suchmaschinen-Optimierung etabliert.



### Soziale Medien

Mittlerweile aber wird die dritte Komponente immer wichtiger: Soziale Medien. Hier lassen sich durch Netzwerkeffekte Reichweiten erzielen, die bis vor kurzem noch unvorstellbar waren. Früher war es wichtig, den Massenmedien zu gefallen, um Reichweite zu



erlangen. In der Regel hieß das, man musste bei Einzelnen gut ankommen.



Heute kann es durchaus ausreichend sein, in den Sozialen Medien etwas so zu präsentieren, dass es weiterempfohlen wird. Neue Plattformen erreichen auf diese Art bis zu 80% ihrer Besucher. Ein Beispiel aus der Huffington Post: Der Brief einer berufstätigen Mutter an eine nicht berufstätige Mutter wäre mit 7000 Lesern direkt auf der Huffington Post ein Flop gewesen. Aber dieser Artikel rannte via Weiterempfehlung durchs Netz und erreichte dadurch beeindruckende 715.826 Leser. Gut das der Dreifache der FAZ-Druckauflage.

### **Disruption der Politik**

Wir haben uns dran gewöhnt, dass uns junge Menschen in Kapuzenpullis erklären, dass

alles Alte sich verändern, auf neu-deutsch „disrupten“ muss. In der Business-Welt ist Schumpeters kreative Zerstörung das „neue Schwarz“.

Was bei der Obama-Wahl 2008 nur für Polit-Feinschmecker ein Thema war, ist seit der Trump-Wahl für jeden offenkundig: das Spiel um die Deutungshoheit ist ein anderes geworden ist. Trump steht für die Disruption der Politik nach alter Väter Sitte. Mit Hilfe der technischen Moderne kann prinzipiell jeder (dazu noch sehr preiswert) seine Gegner besiegen, wenn diese nur auf die alte Wege setzen

### **Cherno Jobatey erklärt, wie man mitmachen kann**

Konsumentenverhalten veränderte sich durch die Digitalisierung fast aller Lebensbereiche. Lang Gelebtes gilt nicht mehr. Und dieser Wandel bewegt sich weiter, Nicht nur durch die Medienwelt.

Cherno Jobatey, Herausgeber der Huffington Post, die es binnen drei Jahren auf Platz 10 der News-Plattformen in Deutschland geschafft hat,

erklärt diese neuen Spielregeln. Jeder, egal ob DAX-Unternehmen, Mittelständler oder Privatperson, also tatsächlich jeder mit einer E-Mail Adresse und einem Internetanschluss kann diese neuen Möglichkeiten für sich nutzen.



Die Präsentation erläutert die stille Revolution und illustriert anhand von Beispielen aus der deutschen Politik und sogar dem „Lady-Gaga-Phänomen“ detailliert, wie sich Machtverhältnisse im Kampf um die Meinungsführerschaft verschoben haben und wie man die neue Zeit für sich nutzen kann.

Und viel zu oft geht unter: Diese schöne neue Welt ist machbar, simpel zu bedienen und zudem bezahlbar!

Wissen ist Macht, daran wird sich nichts ändern. Und noch nie waren so viele so mächtig.