



MARTINA PIEL

Dipl. Kommunikationswissenschaftlerin

Agentur für Werbung und Kommunikation • Scheitenskamp 12 • 44329 Dortmund
Fon +49 (0) 231 / 20 61 745 • Fax +49 (0) 231 / 20 61 796 • Mobil +49 (0) 174 / 540 66 27
martina.piel@w-kommunikation.de • www.w-kommunikation.de

Trend 2012_1

DIE **DIGITALEN** KOMMEN

DIE DIGITALEN KOMMEN

Wir machen immer mehr im Netz: Kommunizieren und arbeiten, forschen und wirtschaften, denken und shoppen. Wir verbringen einen Teil unseres Lebens damit. Die Entwicklung ist nicht aufzuhalten, und sie verändert unsere Gesellschaft. Aber das ist keine schlechte Nachricht.

Wer sind diese Digitalen? Sie sind keine Generation oder Jugendbewegung. Sie müssen auch nicht zu den sogenannten „Digital Natives“ gehören, die eine Welt ohne Internet nicht kennen. Die Digitalen leben, kommunizieren, arbeiten, wirtschaften, denken, forschen und shoppen im Netz. Sie haben ein bisher unbekanntes Land erobert, das auf keiner Landkarte verzeichnet ist. Sie breiten sich unaufhaltsam aus, gründen Unternehmen, Städte, ja ganze Staaten. Und es werden täglich immer mehr. Wenn wir ganz genau hinhören, stellt uns das Netz Fragen. In jeder Sekunde unseres Lebens. Weil es inzwischen mobil geworden ist.

Im digitalen Zeitalter ist immer alles sofort machbar. Für alles gibt es ein App. Wir tragen unsere ganze Welt in der Tasche. Alles ist möglich alles ist jetzt. Willkommen im fantastischen Zeitalter der unendlichen Möglichkeiten.

DIE DIGITALEN KOMMEN

Für viele Menschen klingt das wie eine Drohung. Man hat sich eingerichtet, lebt bequem. Oft nach dem Motto: „ Wenn diese komischen Leute etwas tun was ich nicht verstehe, muss die Kultur vor dem Zusammenbruch stehen. Kann ja gar nicht sein...“ Warum etwas ändern? **Die Antwort ist einfach: Weil wir das Internet mit seinen Umwälzungen gar nicht mehr stoppen können.** Die digitale Revolution entfaltet sich unaufhaltsam. Das Internet erfüllt alle Kriterien eines Systems, das durch Rückkopplungseffekte dynamisch wächst. Nirgendwo gibt es einen Stecker, den wir herausziehen können.

Aber das müssen wir auch gar nicht. Wir sollten nur wissen, was auf uns zukommt, und diese Entwicklung wach, kritisch und ohne Angst begleiten.

Wirtschaft

Was hat ein einzelner Kunde schon zu sagen? Die einfache Antwort ist: Alles!

Jeder Einzelne hat in der digitalen Gesellschaft die Macht, ein Produkt zu einem Erfolg oder zu einem wirtschaftlichen Desaster zu machen. Unternehmen aus dem Nichts aufzubauen oder in den Ruin zu stürzen. Bereits legendär ist der Fall einer kanadischen Rockband.

Aus dem Flugzeugfenster konnten Sie beobachten, wie Mitarbeiter bei der Gepäckverladung einer ihrer geliebten Gitarren zerstörte. Beschwerden brachten nichts.

DIE DIGITALEN KOMMEN

Wirtschaft

Was hat ein einzelner Kunde schon zu sagen? Die einfache Antwort ist: Alles!

Jeder Einzelne hat in der digitalen Gesellschaft die Macht, ein Produkt zu einem Erfolg oder zu einem wirtschaftlichen Desaster zu machen. Unternehmen aus dem Nichts aufzubauen oder in den Ruin zu stürzen. Bereits legendär ist der Fall einer kanadischen Rockband.

Aus dem Flugzeugfenster konnten Sie beobachten, wie Mitarbeiter bei der Gepäckverladung einer ihrer geliebten Gitarren zerstörte. Beschwerden brachten nichts. Erst als die Musiker ihren Song „United breaks guitars“ auf YouTube ins Netz stellten, reagierte die Fluglinie und versprach prompt eine Entschädigung, weil der öffentliche Druck plötzlich zu groß wurde. Dieser Mechanismus hat sich seitdem unzählige Male wiederholt.

Der Kunde ist die neue Macht.

Wirtschaftsunternehmen müssen deshalb dramatisch umdenken. Der Kunde ist nicht länger das abstrakte Wesen da draußen, das nur dann im Büroalltag vorkommt, wenn die Charts der Marktforschung an die Wand des Konferenzraumes geworfen wird. Es gibt ihn wirklich. Und alles können seine Stimme hören. Geben Sie den Namen ihrer Firma oder Ihres Produktes als Suchbegriff im Mikroblog-Netzwerk Twitter ein. Sie werden erstaunt sein. Man spricht über Sie. Und Sie sollten sich dringend an diesem Gespräch beteiligen, wenn Sie auch in Zukunft Erfolg haben wollen.

DIE DIGITALEN KOMMEN

Sie sollten sich vertrauen und maximale Transparenz aufbauen. Der digitale Kunde ist gut vernetzt, gut informiert und kann sich gegen schlechte Behandlung sofort wehren. Oder merkt zumindest schnell, dass er Ihr Produkt an der nächsten Ecke viel günstiger und besser bekommt.

Alle Firmen müssen mit Ihren Kunden im digitalen Zeitalter auf eine neue Art und Weise ins Gespräch kommen. Ihnen viel genauer zuhören. Nur dann haben sie eine Chance, ihre Kundschaft zu behalten und aufzubauen.

Für erfolgreiche Firmen in der digitalen Gesellschaft ist es von großer Bedeutung, die Knotenpunkte des unendlichen Resonanzraums im Internet zu erkennen und für sich zu nutzen. Wo sind die Schwingungen? Was könnte ein mächtiger Attraktor der Zukunft sein? Wie erzeuge ich einen Schwarm?

„Virale Videos“ werden maßgeschneidert, um Resonanzpunkte zu treffen und eine mächtige Welle im Netz auszulösen, die für massenhafte Verbreitung und damit zu Produktkontakten führen soll. Ob das funktioniert, ist aber nicht vorhersehbar. Eine Studie der Universität Regensburg zeigt, dass knapp 40 Prozent der Händler den Erfolg von Marketing-Maßnahmen bislang nicht nachvollziehen können.

Über 70 Prozent der Einkäufe werden heute im Netz zumindest vorbereitet. Wie werden Produkte bewertet? Wo kann ich mein Wunschprodukt günstiger bekommen? Menschen sind sogar bereit, für Produkte zu bezahlen, die physisch gar nicht vorhanden sind. Der virtuelle Golfschläger in einem Videospiel geht für zehn Euro massenhaft über die digitale Ladentheke.

Trend 2012_1

DIE DIGITALEN KOMMEN

Hat Ihre Firma Angebote für die digitalen Märkte der Zukunft? Es wäre besser, wenn Sie Erfolg haben wollen. Die Digitalen haben verstanden. Sie machen es ihren Kunden leicht. Conrad Fritsch ist Chef des Internetfernsehsenders tape.tv.

Hier gibt es Musikvideos, die sich nach dem Geschmack der Nutzer richtet. Je häufiger ich schaue, desto besser versteht das Programm meinen Musikgeschmack. Fritsch: „Es wird häufig vergessen, dass wir das Leben unserer Kunden durch das Internet einfacher, schöner und bequemer machen müssen. Nicht komplizierter.“