

Kommunikation

Telefonieren und mailen war früher. In den 2000er Jahren konnten wir plötzlich noch viel mehr: Skypen und googeln, bloggen und podcasten. Die Technik machte immer mehr möglich. Aber andererseits hat sie auch so manche Tücken. Lesen Sie selbst:

Skypen

Horror für die Telekom. Wir Skyper dagegen freuten uns über die neue Möglichkeit, kostenlos via Mausclick zu telefonieren. So verlernte man vor lauter Simsen, Bloggen, Chatten und Googeln wenigstens nicht das Sprechen. Mit dem Headset sah man zwar aus, als jobbte man im Callcenter (was einem in den Nullerjahren beträchtliche Minuspunkte auf der Image-Skala einbrachte!). Aber dafür telefonierte man gratis in einem erlesenen Kreis von rund 400 Millionen Skype-Usern. Und dann noch in einer wesentlich besseren Sprachqualität als über normale Telefone. Und Video-konferenzen gingen auch. Und Instant Messaging. Und später machte Skype sogar mobil, und wir konnten unterwegs mit unserem Smartphone skypen.

Zu verdanken hatten wir das alles Niklas Zennström aus Schweden und Janus Friis aus Dänemark, den beiden Firmengründern. Dass die beiden aus Skandinavien kamen, war leider wenig überraschend. Schließlich wurde uns Skandinavien seit der PISA-Studie als das große Vorbild auf jeglichem Gebiet vorgehalten. Skandinavische Schulen! Skandinavische Kinderbetreuung! Skandinavische Beschäftigungspolitik! Irgendwann konnte man das echt nicht mehr hören. Da empfanden wir fast schon ein wenig Schadenfreude, als die Skype-Muttergesellschaft Ebay 2009 ihre aus Skandinavien stammende Tochter an der Börse loswerden wollte. Die Zeit des großen Skype-Hypes war anscheinend vorbei. Schließlich ging es hier nicht nur um Komfort oder Kosten, sondern vor allem um Zeitgeist. Denn unter den Techie-Trendsettern Ende der Nullerjahre lautete die Frage längst nicht mehr: Skypest du noch? Sondern: Twitterst du schon?

Simplify your life mit einem Klick. Mit der weltgrößten Suchmaschine fanden wir plötzlich in Sekunden-schnelle Antworten auf Fragen, von denen wir früher

nicht gewusst hätten, wie und wem wir sie überhaupt stellen sollten. Und dazu brauchten wir nur ein paar Buchstabenkombinationen in den PC einzutippen.

„Ich-AG gründen“, fertig. Oder „Mindestlohn Zeitarbeit“. Oder „Facebook Log-in“, „Personal Trainer Nürnberg“, „Rezept Zitronengras“, „Bohlen Penisbruch“, „Vogelgrippe Symptome“, „Ohoven Schlauchboot“ und so weiter ... Google brachte einfach in allen Lebenssituationen schnell Klarheit.

Googeln

Verständlich, dass die globale Webgemeinde Google schnell zu ihrer Nummer eins machte. In Deutschland adelte der Duden 2004 sogar das Wort googeln, indem er es in seine 23. Ausgabe und damit in den allgemeinen Wortschatz aufnahm. Und ausgerechnet Google selber protestierte. Weil nach Ansicht der Firma der Begriff auch dann gebraucht wurde, wenn andere Suchmaschinen im Spiel waren. So what, fragte sich da Otto Normal-User staunend. Zumal hierzulande Googles Befürchtung sowieso nicht zutraf. Bei uns hatte das amerikanische Unternehmen bis 2008 bereits einen Marktanteil von 90 Prozent erobert. Yahoo folgte mit läppischen drei Prozent weit abgeschlagen auf Platz zwei.

Und also googelten wir munter weiter. Dumme Suchanfragen gab es nicht, peinliche auch nicht. Und wer googelte, der fand. Immer wieder amüsant waren auch die Korrekturvorschläge. Bei der Suche nach „Tagesszeitungen Auflagenverluste“ kam die nette Frage: „Meinten Sie Anlagenverluste?“

Die hierzulande am häufigsten eingetippten Begriffe in den Nullern lasen sich zugegebenermaßen allerdings reichlich lahm: „Routenplaner“, „Telefonbuch“, „Wetter“ und sogar das Wort „Test“ landeten in den Jahresrankings stets weit oben, genau wie „Berlin“ und „Hamburg“ und neue Angebote im Web wie „Wikipedia“, „Ebay“ oder „Youtube“. Äußerst beliebt war zudem das Eintippen des eigenen Namens in die Suchmaschine. „Ego-Googeln“ mutierte zum Volkssport. Nach einer Umfrage des Branchenverbands Bitkom im Jahr 2008 suchte bereits mehr als ein Drittel aller

Deutschen im Web nach sich selbst. Manche davon wahrscheinlich nicht, ohne rot zu werden. Denn das Internet – und hier vor allem die Bilder-Suche – hatte ein noch besseres Gedächtnis als alle Tiere bei „Elefant, Tiger & Co.“ zusammengenommen.

Das wussten auch mehr und mehr Personalchefs. Und so klopfen sie gern ihre Kandidaten vor dem persönlichen Kennenlernen per Suchmaschine ab. Man konnte ja nie wissen – aber Google schon! Eigentlich könnte man sagen: Wer beim Googeln nicht fündig wurde, dem konnte kaum noch geholfen werden. Höchstens mit einem Stoßgebet zum Heiligen Antonius.

Blogger

Wortführer im Web 2.0. Vom Exhibitionisten bis zum Experten: In der Blogosphäre hatten sie alle ein Forum. Ihre Posts wurden gelesen, verlinkt und kommentiert. Kurzum: Blogger waren die neuen Meinungsmacher. Nun ja, nicht alle hatten sich unbedingt gleich eine Prominenz erbloggert wie Stefan Nigge-meier (Bildblog), Robert Basic (Basic Thinking Blog) oder René Walter (Nerdcore Blog). Aber dafür hatten sie alle endlich eine neue Möglichkeit gefunden, ihr Mitteilungsbedürfnis auszuleben. Ohne jegliche Zensur, dafür aber mit einer potenziellen Leserschaft von mehr als einer Milliarde Menschen. Da konnte selbst ein Bild-Zeitungsredakteur neidisch werden.

Tausende persönlicher Internet-Logbücher stillten unser aller Neugier. Und die Themen drehten sich um alles, was die Menschheit beschäftigte: von Winterreifen bis Frühlingsrollen, von Pingpong bis Pingback, von Gürtelrose bis Guantanamo. Schon bald überschwemmten Spezialjournale das Web: Kunstinteressierte informierten sich in Artblogs, Erleuchtete in Esoterikblogs, Forscher in Wissenschaftsblogs – und Eisbärfreunde in Knuts Blog.

Ab jetzt konnte jeder Computerbesitzer ein Journalist sein. Und zugleich sein eigener Chefredakteur und Herausgeber. Auch hier topten die Online-Schreiber wieder jeden Bild-Reporter um Längen. Wie viele Kindheitsträume gingen da in Erfüllung! Blogger bildeten eine neue Gegenöffentlichkeit, von der Leserbriefschreiber oder Graffiti-Sprayer nur träumen konnten. Das bekamen auch die Unternehmen schmerzlich zu spüren. Denn Blogger waren immer auch Kunden. Und wenn sie sich in ihren Postings

ganz ungeniert und unzensiert über miese Produkte, unverschämten Service oder schlechte Arbeitsbedingungen Luft machten, war manch eine Firma nicht wirklich amüsiert. Also installierten einige Aufgeschlossene unter ihnen eigene Blogs, in denen die Mitarbeiter ihre Beiträge posten durften. Und die Firmenleitung merkte sogleich, dass so viel Meinungsfreiheit ganz schön wehtun konnte – zumal unter Bloggern eine schnodderige Schreibe zum guten Ton gehörte.

Auch einige Politiker übten sich in der neuen Disziplin – allerdings meist mit mäßigem Erfolg. Ganz modern wollte sich Hessens Nachfolge-Ypsilanti Thorsten Schäfer-Gümbel (SPD) geben. Im Hessen-Wahlkampf 2009 verlegte er sich gar aufs Mikroblogging: das Twittern, einen Miniblog, mit dem man ausgewählten Usern maximal 140 Zeichen zuzwitschern konnte. Den Hessen-Wählern reichte dann übrigens ein einziges Zeichen, um ihre Meinung kundzutun: das Kreuz auf ihrem Wahlzettel, mit dem sie die Hessen-SPD in ein historisches Tief stürzten. Womit eindrucksvoll bewiesen war, dass Bloggen durchaus nicht immer überzeugen muss – zumindest dann nicht, wenn die Empfänger blocken.

Podcasting

Runterladen als Volkssport. Endlich. Ein Traum wurde wahr. Man konnte tatsächlich Radio- und Fernsehsendungen genau dann hören oder gucken, wann es einem selber passte – und nicht den Programmdirektoren der Anstalten. Ein echter Durchbruch für freie Bürger! Einfach das Pfeil-nach-unten-Downloadsymbol angeklickt, und schon hatte man die Datei auf den Computer oder mp3-Player runtergeladen. Wer seine Rechnerkapazitäten schonen wollte, wählte das Pfeil-nach-rechts-Abspielsymbol und schaute den Stream. Das war's. Podcasts zu abonnieren war wirklich kinderleicht. Sogar so leicht, dass iTunes gleich mal eine

Literatur-Tipp

Judith-Maria Gillies: Unsere Nullerjahre. Das Jahrzehnt der Bagels, Blogs und Billigflieger. Eichborn 2009, 200 Texthäppchen über die Moden und Macken des Jahrzehnts, 224 Seiten.

Kindersicherung einbaute, sobald die ersten Porncasts im Web auftauchten ...

Egal, ob für Leute über oder unter 18: Die Auswahl an Audio- und Videodateien war riesig. Die eigene Playlist ließ sich mit Fitnessmagazinen und Business-TV füllen, mit der Sat1-Schillerstraße und arte-Reportagen, mit Podcasts von Porsche oder dem Hofbräuhaus, mit Gottesdiensten und Schulradio. Auch Nischen wurden gern bedient. Der Forstcast etwa bediente Waldfreunde, der Sonntagssoziologe Hobbywissenschaftler.

Sogar Bundeskanzlerin Angela Merkel war bereits zu frühesten Podcastzeiten aktiv. Seit Juni 2006 wandte sie sich einmal wöchentlich per Video-Podcast an die Internetgemeinde, um dort die wichtigen Themen der Woche aufzugreifen: Grüne Woche in Berlin, Weltwirtschaftsforum in Davos, Afghanistan und China, Integration, Klimaschutz und Pflegeversicherung. Damit machte das Web 2.0 schier Unmögliches möglich: Die Kanzlerin wurde zur Trendsetterin. Nicht mit ihrer Frisur oder ihren Blazern, sondern mit Podcasting. Und das stand der Nation ziemlich gut. J.M.G.