

# Wie das Internet unsere Kommunikation beeinflusst

Das Wachstum des Internets seit den späten 1990er Jahren hat die Welt auf fundamentale Weise verändert. Egal, wie jeder Einzelne es für sich sieht – ob positiv oder eher kritisch – es ist eine völlig andere Welt, die sich nicht mehr zurück entwickeln wird.

## **Welche Veränderungen haben sich insbesondere auf die Geschäftswelt ausgewirkt und tun das noch heute?**

Der Unternehmer [Jeff Walker](#) hat diese Fragen in seinem Buch „Launch“ erläutert. Da ich diese Überlegungen sehr treffend finde und denke, dass sie für Unternehmer aller Branchen gelten, widme ich dem Thema einen Blogbeitrag.

Welches sind die drei wichtigsten Änderungen, die das Internet mit sich gebracht hat?

### **1. Kommunikationsgeschwindigkeit**

Das Internet ermöglicht es uns, viel einfacher und schneller zu kommunizieren. Innerhalb von wenigen Minuten können wir eine E-Mail erstellen und diese an alle unsere Kunden und Interessenten senden. Schon Sekunden, nachdem wir auf den „Senden“-Button gedrückt haben, können die Empfänger unsere Nachricht lesen. Vor nur wenigen Jahren konnten von der Idee über die Gestaltung bis hin zur Veröffentlichung mehrere Tage, Wochen oder sogar Monate vergehen. Jetzt sprechen wir von Minuten oder ein paar wenigen Stunden, wenn wir noch die inhaltliche Erstellung der Nachricht berücksichtigen. Den Einen fällt das leichter, den Anderen etwas schwerer.

### **2. Kommunikationskosten**

Eine E-Mail zu versenden oder einen Beitrag auf Sozialen Netzwerken zu veröffentlichen, kostet so gut wie nichts. Die Barrieren, etwas zu veröffentlichen, wurden in den letzten Jahren praktisch entfernt. Was kostet es, ein Verleger zu sein? Jeder kann kostenlos eine Facebook-Seite oder einen Twitter-Profil anlegen und sofort starten, Beiträge zu veröffentlichen. Vor ein bis zwei Jahrzehnten hat selbst der günstigste Weg, eine Sendung zu übertragen oder Beiträge zu veröffentlichen, mehrere tausend Euro gekostet. Heute können wir z.B. über Google Hangouts Live Sendungen völlig kostenlos von nahezu jedem PC aus übertragen. Auch, wenn die meisten von uns noch zögern und diese Möglichkeiten

noch nicht voll ausschöpfen – das Potential, unsere Produkte und Dienstleistungen tausenden von Menschen schnell und einfach zu präsentieren, ist vorhanden. Wir müssen diese Chancen nur nutzen.

### 3. **Interaktivität**

Fans oder Follower auf Social Media Plattformen oder E-Mail-Abonnenten können ganz anders als früher auf unsere Botschaften reagieren. Sie können diese kommentieren, weiterleiten, teilen, als Favoriten speichern und sich merken. Und wir bekommen Daten zu den gelaufenen Reaktionen. Wir können die Erfolge unserer Aktionen messen und optimieren. Und das von Tag zu Tag besser. Manchmal auf Kosten unserer Privatsphäre. Aus Unternehmenssicht sind das jedoch Möglichkeiten, von denen wir noch vor ein paar Jahren nicht zu träumen wagten. Das Veröffentlichen von Inhalten war eher vergleichbar mit einem Schuss in die Wildnis. Je nach Gebiet konnte man ein Echo hören oder auch nicht. Es gab kaum Feedback, ob positiv oder negativ.

Vielleicht haben Sie sich über diese Änderungen noch keine Gedanken gemacht, oder Sie sehen sie als selbstverständlich an. Jedenfalls haben diese drei Faktoren – Kommunikationsgeschwindigkeit, Kommunikationskosten und Interaktivität – die Art, wie Marketing und unser Business insgesamt funktionieren, stark verändert.

## **Unser Markt ist Konversation**

Konversation im Sinne von Gesprächen und Unterhaltung. Menschen finden Gespräche viel interessanter als Monologe oder Vorträge. Die Entwicklung des Internets ging immer weiter in Richtung Steigerung der Gespräche. Wir sprechen mehr miteinander denn je. Doch uns muss klar sein: Bei den Gesprächen geht es nicht um klassische Werbung per Internet. Hier müssen wir umdenken. Menschen sind nicht an Werbung interessiert. Wir haben heute mehr Möglichkeiten denn je, Werbung auszublenden, wenn sie zu aufdringlich wird.

*„Kauf unsere Produkte, Kauf unsere Produkte, KAUF UNSERE PRODUKTE ...“* – So wird das nichts. Anstatt die Menschen anzuschreien, was würde passieren, wenn wir sie ins Gespräch bekommen? Wir würden viel schneller erfahren, was sie wirklich wollen, was sie brauchen und was wir ihnen verkaufen können.

Dazu hat Jeff Walker ein schönes Beispiel genannt:

Stellen Sie sich vor, Sie wollen Gitarre spielen lernen. Ein Gitarrenlehrer, dem Sie

z.B. auf Facebook folgen, veröffentlicht einen Beitrag wie „Ich habe diese wirklich neue Technik entwickelt, mit der ich jedem beibringen kann, jede Woche ein neues Lied spielen zu lernen. Deshalb hatte ich die Idee, einen Kurs anzubieten. Ich bringe meinen Schülern diese Spezialmethode in kurzer Zeit bei. Bevor ich mit dem Kurs starte, möchte ich sicher stellen, dass ich alles berücksichtige, was für meine Teilnehmer wichtig ist. Könnt Ihr mir helfen und mir sagen, was Eure wichtigste Herausforderung ist, wenn Ihr lernen wollt, ein neues Lied zu spielen?“

Er schreit nicht heraus: „Kauft meinen Gitarrenkurs“. Er startet eine Unterhaltung, ist interessiert und wird dadurch auch Interesse erzeugen.

## Geschichten

Konversation sind auch Geschichten. Geschichten sind mächtig. Mit Geschichten haben die Menschen, seit es sie gibt, Weisheit, Wissen und Kultur weitergegeben. Wer Geschichten erzählen kann, bleibt in Erinnerung.

## Emotionen

Die große Mehrheit unserer Entscheidungen und Verhaltensweisen basiert auf Emotion und Gefühl. Erst dann benutzen wir unsere Logik, um diese getroffenen Entscheidungen zu rechtfertigen.

Wenn wir unsere Produkte und Dienstleistungen anbieten, sollten wir uns bewusst sein, dass:

1. wenn etwas knapp ist, wir Menschen interessierter an dem Produkt/der Dienstleistung sind
2. wenn wir jemanden als Autoritätsperson sehen, werden wir automatisch stärker von ihm/ihr beeinflusst
3. wenn wir uns als Teil einer Gemeinschaft sehen, werden wir meistens so handeln, wie es die Menschen in der Gemeinschaft erwarten

Diese **drei mentalen Trigger** (Auslöser) - **Knappheit, Autorität und Gemeinschaft** - haben einen enormen **Einfluss auf unsere Aktivitäten**. Sie funktionieren in jeder Sprache, in jedem Land, in jedem Unternehmen. Und sie

sind zeitlos. Diese Auslöser beeinflussen unsere Kunden und Interessenten.

Wenn wir es schaffen, Geschichten zu erzählen, die unser Angebot mit den Hoffnungen, Träumen und Ängsten unserer Zielgruppe verbinden und dabei die drei Trigger berücksichtigen, werden wir erfolgreich sein.

Weitere Erkenntnisse folgen in Kürze.