

Twitter

Ist das der echte George Clooney?

Twitter wächst rasant. Aber ist der Kurznachrichtendienst auch etwas, bei dem Sie unbedingt mitmachen müssen? Lesen Sie weiter – und entscheiden Sie selbst.

VON FELIX WEBER

Ich gebe es zu: Mit Twitter habe ich meine liebe Mühe. Weshalb? Weil mir absolut schleierhaft ist, weshalb anständig beschäftigte Leute wie etwa der Düsseldorfer Strafverteidiger Udo Vetter Tag für Tag alle paar Stunden eine neue Meldung von maximal 140 Zeichen ins Netz zwitschern. Das liest sich dann so: «Stets erst mal hinten in die Akte schauen. Verfahren ist mitunter schon eingestellt. Wie soll man Mdt. dann 2,5 Stunden Lesezeit verkaufen?» Oder: «Autoreparatur dauert drei Tage, aber Ersatzwagen ist nur für einen Tag reserviert. Seufz.»

Ist das von Interesse?

Wen, frage ich mich, interessiert das? Also schau ich nach, ob es in der Twitter-Gemeinde Kommentare gab auf diese beiden so genannten Tweets. In «Echtzeit-Ergebnisse für Udo Vetter» finde ich zwar x neuere Meldungen, darunter aber keine Einzige, die sich auf die genannten Meldungen bezieht. Macht nichts, muss sich Vetter gesagt haben, dann jage ich halt eine neue Sau durchs Dorf: «Postamt, Warteschlange. Der Mann vor mir füllt knieend Paketformular nach Vorlage aus. Sendung geht nun an Gerd Mustermann.»

Tatsächlich provoziert Veters neuer Tweet gleich reihenweise Reaktionen: Vielen gefällt er so, dass sie ihn weiterleiten (Fachausdruck retweet, kurz RT) an ihre «Follower», also jene Nutzer, die auf ihre Meldungen abonniert sind. Andere Empfänger wiederum schicken Kom-

mentare («du bist ein bissl komisch. egal», «Wo landen eigtl die ganzen Sendungen an Mustermann – vlt beim Weihnachtsmann?») oder lassen sich zu ähnlich gelagerten Tweets hinreissen («-5 Grad, Packstation: Die Dame vor mir gibt 3 Adressen ein, um dann festzustellen, dass die Pakete nicht in die Fächer passen.»).

Nachrichten ins Leere

Das Resultat ist eine endlose Serie von Textschnipselchen unterschiedlichster Provenienz, die zwar in zeitlicher Reihenfolge, aber keineswegs in irgendeinem inhaltlichem Zusammenhang zueinanderstehen – vergleichbar etwa mit Bausteinen bunt zusammengewürfelter Mosaikfragmente.

Natürlich kann man dieses Kunterbunt an Stimmen, das angereichert ist mit Fantasienamen, briefmarkenkleinen Bildchen der Urheber, Akronymen und Links ins World Wide Web absolut faszinierend finden. Oder als eine moderne Form der Sprachkunst deklarieren.

Doch ein sinnvoller Zusammenhang oder gar ein vernünftiger Diskurs sind hier – zumindest für mich – beim besten Willen nicht auszumachen. Tatsächlich sind die offiziellen Ziele des Kurznachrichtendienstes um einiges simpler: «Der Sinn von Twitter», erklären die Betreiber der Plattform, «besteht darin, mit Freunden, Verwandten und Kollegen in einem Netzwerk verbunden zu sein und zu erfahren, was diese gerade tun oder denken – ohne jedoch verpflichtet zu sein, auf die Nachrichten zu antworten.» Mit andern Worten: Wer über Twitter ins Netz zwitschert, soll gar nicht erst erwarten, dass er ein Feedback erhält.

Promis teilen sich mit

Jeder Twitter-Nutzer entscheidet auch selbst, wessen Meldungen er erhält: Nämlich die Meldungen jener Zwitscherer, denen er «folgen» will. Hat er die

Nase davon voll, so kann er die Nachrichten per Mausklick abbestellen: Auf der Profiseite jedes Absenders gibt es die Möglichkeit, diesen zu «entfolgen», wie Twitter es auf Neudeutsch so schön formuliert. «Twitter», schreibt der Dienst zusammenfassend auf seiner Website, «ist das, was du daraus machst. Erhalte viele Nachrichten von deinen Freunden oder nur wenige – es liegt ganz bei dir.» Vor allem die Promi-Gemeinde hat Twitter für sich entdeckt. So verschickt Radprofi Lance Armstrong die Kurznachrichten genauso wie Paris Hilton oder George Clooney. Ob es sich dabei aber immer um die besagte Berühmtheit handelt, ist alles andere als sicher. Denn unter falschem Namen auftreten ist bei Twitter kein Problem und nicht strafbar (siehe Kasten).

Iran: Instrument der Opposition

Nun, ganz so blütenweiss und unbedarft ist der Dienst des privat finanzierten Start-up-Unternehmens in San Francisco denn doch wieder nicht. Dass Twitter nebst viel lauem Geseusel mitunter auch brisante Fakten aufs Tapet bringt, haben die politischen Unru-

EXPRESS

- ▶ 60 Millionen Menschen nutzen die Plattform Twitter.
- ▶ Manchmal kommt auch Brisantes aufs Tapet.

hen im Iran gezeigt. So kommunizieren die Oppositionellen via Twitter ins Ausland. Und auch beim verheerenden Erdbeben auf Haiti dieser Woche war Twitter einer der wenigen Kommunikationskanäle, die noch funktionierten.

Zudem ist bei geschätzten 60 Millionen Nutzern auch ein wirtschaftlicher Einfluss nicht von der Hand zu weisen. Kein Wunder also, interessieren sich immer mehr Unternehmen dafür, wie sie das Potenzial des Kurznachrichtendienstes für ihre Zwecke nutzen und in der Twitter-Gemeinde möglichst viele «Follower» gewinnen können. Eins ist sicher: Das Interesse steht und fällt mit der Qualität der Tweets. Bewährt hat sich das Rezept, nur wenige, aber relevante Nachrichten zu verschicken. Viele Firmen nutzen Twitter auch, um gezielt Kundenanfragen zu beantworten. Im Businessbereich mutiert die Plattform also mehr und mehr zum Dialogmedium.

SO GEHTS

«Zwitschern» ist ganz einfach

Sie finden den Kurznachrichtendienst auf www.twitter.com. www.twitter.ch hingegen gibt sich als Suchportal aus, das aber bloss einen relevanten Link aufweist: nämlich jenen zum Besitzer von twitter.ch.

Um sich bei twitter.com anzumelden, müssen Sie nebst den üblichen Eingaben (Benutzername, Passwort und gültige E-Mail-Adresse) bloss noch Ihren vollen Namen angeben. Oder einen Fantasienamen. Was natürlich nicht im Sinn von Twitter ist, aber häufig praktiziert wird, da es keine Kontrolle gibt. Damit ist auch schon eine der wichtigsten Problemzonen angesprochen: Bei Twitter können Sie ohne weiteres unter falschem Namen auftreten – in jedem klassischen Medium würden Sie sich damit strafbar machen. fw

Clooney ist nicht immer gleich Clooney – zumindest beim Twittern.

ILLU. BRUNO MUFF

