

An isometric illustration in shades of blue and purple. It features a large smartphone frame containing three stylized human figures: one sitting on the left using a tablet, one standing in the center holding a smartphone, and one on the right taking a selfie. Surrounding the phone are various social media icons, including a thumbs-up, a speech bubble, and a camera. The background is a gradient from blue to purple with floating circles.

Social Media: Kommt da noch was?

DAppgroup®

Der Status Quo

Privatuser und Firmen haben sich erst auf Facebook getummelt, dann auf Instagram. Doch schon seit geraumer Zeit ist klar: Die User werden zunehmend unglücklicher, je länger sie in „ihrem“ sozialen Medium hängen.

- 👍 Massenhafte Hater-Kommentare und Fake News verschreckten zuletzt auch die Wirtschaft.

Masse statt Klasse

Die Idee eines persönlichen Netzwerks sollte mit Werbung ausgebaut und am Leben gehalten werden. Das war der Plan. Die Realität sieht anders aus: Mit „Baiting“-Tricks wollen Posts möglichst viele Interaktionen auslösen.

Nachbarschaftsgedanken und 1:1-Vernetzung werden mit Reichweiten, „React“- und Konsumaufforderungen lahmgelegt.

👍 Die Folge: Viel laute Action statt tieferer Sinn.

Selbstdarstellung statt Austausch

Trotz massenhafter Sinnsprüche und Aufrufe für mehr
Gemeinsinn: Der überwiegende Teil der Postings auf Facebook
und Instagram kommt von Influencern, Selbstoptimierern und
Selbstdarstellern, die ihren Alltag buchstäblich verkaufen.

- 👍 Echter Austausch oder authentische Einblicke?
Oft Fehlanzeige.

Die Besinnung aufs Soziale

Experten sehen genau EINE Chance, um Facebook und Co. zu retten: Die Medien müssen die Vernetzungen wieder persönlicher und somit qualitativ hochwertiger gestalten.

Statt sich mit immer mehr Leuten zu vernetzen, sollten Freunde oder Follower aktiver in Kommunikationsprozesse und auch echtes soziales Offline-Engagement eingebunden werden.

Unique Friendship

So wie „Unique Content“ zum Stichwort für wertvolle Inhalte geworden ist, könnten Netzwerke von „einzigartigen Freundschaften“ abhängen. Infolgedessen werden die Verbindungen der Zukunft auf Tiefe statt auf Breite setzen.

Die sozialen Medien müssen wieder mehr echte, unterschiedliche Menschen für Interaktionen und Diskussionen gewinnen.

Virtueller Nachbarschafts-Treff

LinkedIn macht es vor. „Act Local“ steht ganz oben auf der Agenda des Business-Netzwerks, das in Zukunft noch besser kleine Communities und Geschäftsverbindungen fördern will.

Auch E-Mail-Verkehr und Telefongespräche oder Teams-ähnliche Funktionen innerhalb von Gruppen oder Kollegen werden dabei eine Rolle spielen.

Ist weniger also mehr?

In Zukunft wird es auf allen sozialen Netzwerken weniger um markenhafte Darstellung gehen. User werden ganz genau wissen wollen: Was ist echt, was gestellt oder gesteuert?

👍 **Was meinst du? Können die sozialen Medien mit mehr Tiefe und Authentizität nochmal neu starten?**