

»Facebook, Google und Twitter sind die Tätowierklitschen unserer Tage.«

Philipp Erlach



Kolumne der Junioren im DMV

Digitales Arschgeweih

An einer Stelle, die sicherlich nur ich zu sehen bekomme, trägt meine Freundin eine Tätowierung. Ein kleines Kunstwerk, eine Jugendsünde. Denn so hat meine Generation gesündigt: Standesgemäß angeschickert, begab man sich im Überschwang der Jugend unter die Pranken von Tätowierern in „Atzes Tätowierstube“ oder im „House of Pain“, und zack, war es passiert: ein Tattoo. Heutzutage geht das selbstverständlich digital, nur dass „Atzes Tätowierstube“ und „House of Pain“ mittlerweile „Facebook“ und „Twitter“ heißen, dabei aber das Gleiche leisten: Botschaften, die mit heißer Nadel geschrieben wurden, zu bewahren und später einmal Ärger zu machen. Wer es etwa geschafft hat, durch fleißiges Bloggen bei Suchbegriffen wie „feucht“ und „fröhlich“ sowie deren Kombination einen der ersten Google-Ränge zu ergattern, braucht (professionelle) Hilfe. Jetzt ist mühsame umgekehrte Suchmaschinenoptimierung angesagt wie Austragen aus Listen, Löschen von Links und Erstellen von gut auslesbaren Microsites, um dumme Fotos zu verdrängen. Dorthin, wo die Sonne nicht scheint, also etwa ab Google-Rang 20.

Dabei kann man von einer Tatsache profitieren, die SEO-Menschen und ihre Kunden gerne ignorieren: Alles, was sich bei Google auf der zweiten Seite abspielt, ist für die Masse egal. Hat der erste Platz je nach Suchbegriff noch eine Klickrate von meist um die 40 Prozent, entfallen auf den zweiten oft noch etwas über zehn Prozent, auf den dritten schon unter zehn Prozent, und dahinter wird es sehr, sehr dünn. Heißt: Wenn Sie bei Suchbegriffen wie „Web 2.0 Profi“ oder „Seelenklempner“ bei Google auf dem guten 16. Platz landen, entspricht das etwa einem kleinen Delfinchen auf dem Po – das ist supersüß, und vielleicht findet es Ihr Partner geil, der Rest der Welt jedoch hat eher keine Lust, an dieser Stelle etwas zu suchen.

Klebriger noch als Google sind aber die Communitys. Während früher nur wunderbar Verblendete ihre Lady ein Leben lang auf dem Oberarm trugen, werden heute fast alle ihre Exbeziehung nicht mehr los. Facebook sei Dank werden wir weiter mit Statusmeldungen versorgt à la „X und Y sind jetzt Freunde“, „X ist jetzt ein Fan von Frankfurt lässt's krachen“. Und wir stellen mit Bedauern fest, dass außer dem dumpfen „Gefällt mir“ leider keine „Find-ich-muss-ich-nicht-wissen“-Bewertung zur Verfügung steht. Um die digitale Scheidung einzureichen, genügt es hier nicht, das betreffende Profil zu unterdrücken, denn die Person wird weiter über gemeinsame Freunde eingespielt – wer Friends hat, braucht keine Feinde.

Wer also wie ich das Internet ebenso wie Intimität, Irrationales ebenso wie den offiziellen Schein liebt, braucht ein langes deckendes Shirt, heißt Medienkompetenz, braucht Suchmaschinen-Know-how, braucht Wissen zu Sicherheitsregeln und Profileinstellungen. Denn nur damit kann man seine Privatsphäre ebenso eifersüchtig bewachen wie die Tattoos seiner Freundin.

Autor: Philipp Erlach
Heimatclub: MC Frankfurt am Main (108 Junioren)
E-Mail: junioren@marketingclub-frankfurt.de
Und natürlich: twitter.com/mc_frankfurt