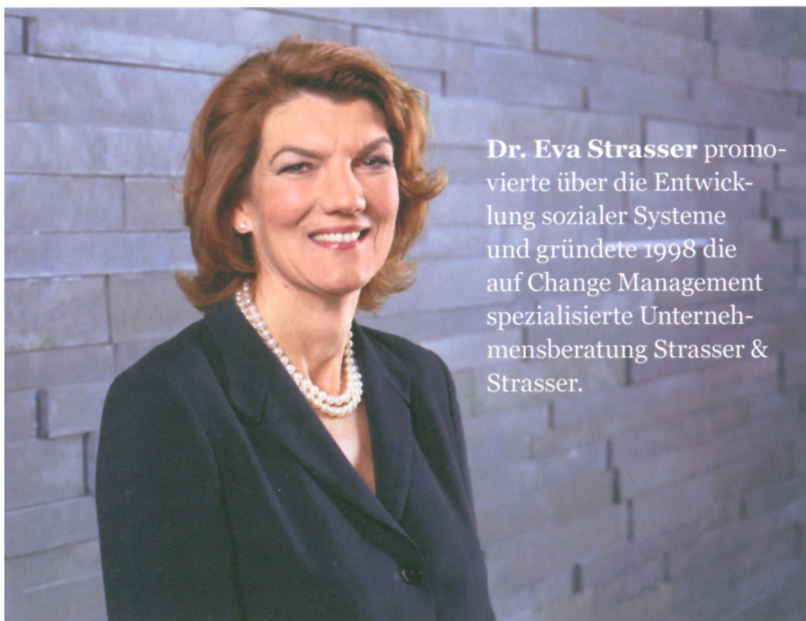


# WISSEN IST MACHT




**Dr. Eva Strasser** promovierte über die Entwicklung sozialer Systeme und gründete 1998 die auf Change Management spezialisierte Unternehmensberatung Strasser & Strasser.

 **Dr. Eva Strasser**

Daher würde sich Twitter hervorragend auch als Instrument im Change Management eignen. Denn was Twitterer und Mitarbeiter in sich wandelnden Unternehmen eint, ist der Wunsch nach Wissen: Wer macht was mit wem, wann, warum, wie? Nur dass bei Twitter die ganze Welt partizipiert. In Veränderungsprozessen aber sollen wichtige Nachrichten persönlich und glaubwürdig vom Topmanagement erzählt werden. Eine aktuelle Studie von Cap Gemini belegt das: Geschlossenes und glaubwürdiges Commitment durch die Führungsriege landete mit 60 Prozent auf Platz eins der Erfolgsfaktoren bei Veränderungsprozessen.

An genau diesem Punkt könnte Twitter im Change Management ansetzen, denn Twitter vermittelt Informationen prägnant, zielgruppengerecht und dialogfördernd. Es würde darüber hinaus das Topmanagement entlasten, selbst nach geeigneten Mitteln und Wegen suchen zu müssen. Und: Twitter zeigt, wie topaktuell das uralte Bedürfnis nach Informationsaufnahme und -weitergabe eigentlich ist. Wird dieses Bedürfnis nicht befriedigt, entsteht Stress aufseiten des Unwissenden. Transparente und offene Kommunikation kann dem entgegenwirken. Denn Wissen ist Macht. Und beruhigt. Perfekt für alle Change-Management-Vorhaben.

Kurz vor der Landung. Mein Sitznachbar kämpft mit seinem Glückskeks. Zerbröselt ihn, fischt ein kleines Papier raus, liest es, knüllt es zusammen und steckt es zwischen Spucktüte und Sicherheitsanweisung. Nicht jede Information ist es also wert, weitergegeben zu werden. Es darf selektiert werden. 

**Skeptisch lese ich** im Flugzeug einen Magazinartikel über eine weitere Innovation im Zeitalter von Web 2.0: Twitter. Eine Kommunikationsplattform, die die inakzeptable Informationslücke zwischen Blog, E-Mail und Telefon füllen soll: What are you doing now? 140 Zeichen stehen Nutzern von Twitter zur Verfügung, um diese Frage der ganzen Welt zu beantworten. Seit Juli 2007 ist die Zahl der Twitterer weltweit von 300.000 auf 800.000 gestiegen. Auf den ersten Blick lässt das vermuten, dass der Wunsch nach persönlichem Exhibitionismus und nach Auflösen der Privatsphäre in unserer Gesellschaft drastisch zunimmt. Auf den zweiten Blick drückt sich in Plattformen wie Twitter, Xing oder Facebook aber auch das große menschliche Verlangen nach Kontakt und nach Information in einer immer komplexer und unübersichtlicher werdenden Welt aus. Kurz: das menschliche Grundbedürfnis nach Kommunikation.

.....  
*Das letzte Wort ist noch nicht gesprochen.*

*Im nächsten Cirquent Magazin geht's weiter.*