

/// Influencing: Die neue Stimme in der Meinungsbildung

## SICHTBARKEIT ALS VORAUSSETZUNG FÜR DIGITALE TEILHABE

**TIJEN ONARAN** /// Nur wer sichtbar ist, findet auch statt. Diese kurze Formel bringt auf den Punkt, was sowohl Influencer motiviert, mit ihren Themen nach außen zu treten, als auch, was digitale Teilhabe ausmacht. Denn die Vielfalt der Gesellschaft muss auch in den Sozialen Medien sichtbar sein, damit alle gleichermaßen die Chance auf Beteiligung haben.

Jugendliche definieren heutzutage ihr eigenes Dasein oft über ihre mediale Präsenz. Digitale Aufmerksamkeit ist wichtiger denn je, Social Media das Werkzeug zur Kommunikation. Jeder kann senden, aber auch empfangen. Das Internet und mit ihm die diversen Social-Media-Kanäle zählen bei den Jugendlichen laut der aktuellen Shell-Studie zur wichtigsten Informationsquelle, wenn es um politische Themen geht. Influencer haben diesen Trend erkannt

und nutzen ihre Reichweite nicht nur zu wirtschaftlichen Zwecken, sondern auch, um ihre Interessen zu vertreten und Botschaften zu senden. Sie gelten als authentisch und glaubwürdig und können mit ihrer Kraft die „Alteingesessenen“ ins Wanken bringen. Voraussetzung ist die Möglichkeit der digitalen Teilhabe.

Die jüngste Diskussion rund um die Einführung der Corona-App hat eines ganz deutlich aufgezeigt: Im Digitalen Zeitalter muss sich digitale Teilhabe zu einem Grundrecht entwickeln. Was war geschehen? Die Landkreise, Kommunen und Städte begannen eine Diskussion darüber, welche über die Corona-App erhobenen Daten sie benötigen. Neben der obligatorischen Debatte über den Datenschutz fiel dabei eine weitere klaffende Lücke auf. Schnell wurde nämlich

Jugendliche kommunizieren heute  
überwiegend **DIGITAL**.



Quelle: iStock.com/Ivanko\_Brnjakovic

**Gerade jungen Menschen ist die Meinung von Influencern wichtig.**

ein strukturelles Problem offensichtlich: Was ist mit all den Menschen, die über kein App-fähiges Telefon verfügen? Und was ist mit den Menschen, die über gar kein Telefon und keinen Internetanschluss verfügen? Das Virus macht hier keinen Unterschied. Den Kampf dagegen werden wir aber nur gewinnen, wenn wir die Gesellschaft als Ganzes begreifen und gemeinsam handeln. Die Corona-App machte also deutlich: Wer nicht sichtbar ist, findet nicht statt. Ohne digitale Teilhabe wird die Corona-App kein vollständiges Bild über die Ausbreitung des Virus liefern können.

### **Teilhabe heißt Zugang zu Bildung und Information**

Auch die Schulschließungen offenbaren einen ähnlichen Befund: Home-schooling war für Kinder aus solchen

Haushalten kein allzu großes Problem, die über entsprechende Zugangsmöglichkeiten wie Internetanschluss, Geräte wie PCs oder Tablets sowie das notwendige Know how verfügen. All das ist in den ländlichen Regionen und in ärmeren Familien jedoch keine flächendeckende Selbstverständlichkeit. Kinder aus sozial benachteiligten oder bildungsschwachen Familien werden demnach als Verlierer aus der Corona-Krise hervorgehen. Ohne digitale Teilhabe bleibt immer mehr Menschen nicht nur der Zugang zu Bildung und Informationen versperrt. Ihnen fehlen damit zugleich auch die Möglichkeiten zur Repräsentation, zur Meinungsäußerung und Sichtbarkeit.

Digitale Teilhabe hat demnach zwei wesentliche Aspekte: Einmal einen „passiven“, der Zugang zu Bildung und

Informationen erst ermöglicht, und zum anderen einen „aktiven“, der Menschen dazu befähigt, sichtbar zu werden und sich Gehör zu verschaffen. Bevor wir uns näher mit dem aktiven Part beschäftigen können, zu dem auch das Thema Influencing gehört, soll es jedoch noch einmal um eine weitere Voraussetzung gehen.

### Medienkompetenz für das Digitale Zeitalter

Denn der technische Zugang zu Bildung und Information stellt nur die basale Grundbedingung dar, die digitale Teilhabe erst ermöglicht. Fast noch wichtiger als die bloße Zugriffsmöglichkeit ist jedoch Medienkompetenz. Auch das offenen Krisen wie die aktuelle. Die Konfrontation mit dem Corona-Virus zeigt: Die Fähigkeit, Desinformationen, Verschwörungstheorien und unseriöse Informationsquellen erkennen zu können, kann im Extremfall über Leben und Tod entscheiden. Wer COVID-19 für eine Erfindung hält, wer die Gefahren für übertrieben abtut, die Ansteckungsrisiken unterschätzt und die Ansteckungswege nicht kennt, gefährdet nicht nur sich selbst, sondern auch andere.

Mit einem flächendeckenden Internetzugang, der in Deutschland seit vielen Jahren gefordert wird, wäre also nur ein kleiner Teil dessen geschafft, was im Digitalen Zeitalter immer wichtiger werden wird: die Kompetenz, Informationsquellen kritisch zu hinterfragen und das eigene Medienverhalten reflektieren zu können. Der „D21-Digital-Index 2019/20“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie attestiert der deutschen Gesellschaft diesbezüglich aber ein ernüchterndes Bild. Nur 36 % der Befragten sind der Meinung, dass die Schulen entsprechende Digitalisie-

rungsfähigkeiten vermitteln. Gleichzeitig macht die fortlaufende Studie deutlich, wie sehr die Verteilung von digitalen Kompetenzen stark vom Bildungsgrad abhängig ist. Da sich die Medienlandschaft und unser Informationsverhalten in den letzten Jahren unwiederbringlich verändert haben, müssen wir uns verstärkt mit dem veränderten Konsumverhalten und den neuen Formen der Informationsverbreitung beschäftigen. Ein essenzieller Bestandteil der neuen Medienlandschaft sind Influencer.

**In den letzten Jahren haben sich die Medienlandschaft und das **INFORMATIONSVERHALTEN** stark verändert.**

### Was machen Influencer?

Erst vor diesem soeben skizzierten Hintergrund kann meiner Überzeugung nach sinnvoll über die Frage nachgedacht werden, was Influencing eigentlich ausmacht. Denn zu oft werden damit nur solche Phänomene verbunden, bei denen es um Stars, Glamour oder die Vermarktung von Produkten geht. Die Jugend wird schnell als Kosum- und Spaßgesellschaft abgestempelt. Für mich geht es beim Influencing aber vor allem um Sichtbarkeit. Menschen, die sich als Influencer bezeichnen, verleihen ihrem Expertenthema oder ihrer Meinung ein Gesicht und eine Stimme. Sie nutzen Social Media und bauen sich eine eigene Plattform auf, über die sie

sich mit anderen Menschen vernetzen können, um ihre Agenda zu verfolgen. Dazu gehört es, eine eigene Position zu entwickeln, sich mit einem bestimmten Thema intensiver auseinanderzusetzen oder die eigene Erfahrung mit anderen zu teilen. Sich Informationen zu beschaffen und Informationen kritisch zu hinterfragen, ist die unabdingbare Vorarbeit, die jeder leisten muss, bevor er eine Meinung oder eine Position entwickeln und nach außen tragen kann.

Letzteres halte ich für den Idealfall, um selbst sichtbar zu werden und sich mit anderen auszutauschen. Die Digital Natives haben hier einen gewissen Vorteil, da sie sowohl mit Smartphone & Co aufgewachsen sind als auch die Social Media ganz selbstverständlich nutzen. Influencer gehören für sie zu einer wichtigen Informationsquelle und eine dementsprechende Karriere zählt inzwischen zu einem der häufigsten Berufswünsche. Das Phänomen Micro-Influencing macht zudem deutlich, dass es nicht immer um Millionen Follower gehen muss. Ausschlaggebend ist vielmehr die Sichtbarkeit im eigenen Netzwerk.

### Ohne Sichtbarkeit keine digitale Teilhabe

Die eigene Sichtbarkeit war selten zuvor so wichtig wie in Zeiten von Kontaktbeschränkungen und dem sogenannten Social Distancing. Denn angesichts einer Pandemie ist es nicht nur wichtig, Informationen aus seriösen Quellen zu bekommen. Die Krise macht es umso greifbarer, welchen Stellenwert die eigene Sichtbarkeit und der Austausch im eigenen Netzwerk haben. Wenn wir gewzwungenermaßen weniger Zeit miteinander verbringen, wird es wichtiger, Geschichten erfahrbar und sichtbar zu machen, die ansonsten untergehen würden.

Auch ist es entscheidender als zuvor, die Aufmerksamkeit auf Bereiche zu lenken, die der Wahrnehmung noch stärker entzogen sind. Darum haben wir mit Global Digital Women (GDW) unsere Sheroes Kampagne gestartet.\* Diese hat sich zum Ziel gesetzt, den Heldinnen der Krise wie den Frauen, die in den sogenannten „systemrelevanten Berufen“ arbeiten, mehr Sichtbarkeit zu verschaffen. Mit der Hilfe von Influencern sollen ihre Themen und Anliegen stärker in die Gesellschaft getragen werden.

Influencern kommt als Gatekeeper eine bedeutende Rolle zu. Sie sind zu einem wichtigen Bestandteil der digitalen Medienlandschaft geworden. Von ihnen wird erwartet, dass sie Informationen entsprechend aufbereiten und diese werden deswegen als seriös angesehen. Influencern, die sich eine eigene Plattform beziehungsweise eine Community aufgebaut haben, kommt auch schon deswegen eine besondere Verantwortung zu, weil ihre Botschaften eine große Reichweite bekommen. Sie sind im Netz starke Knotenpunkte, die nicht nur ihre eigenen Themen setzen, sondern auch anderen eine Plattform bieten können.

**Botschaften von Influencern haben eine große REICHWEITE im Netz.**

### Die Macht der Influencer

Das Medienverhalten einer ganzen Generation hat sich innerhalb der letzten Jahre grundlegend verändert – sowohl

hinsichtlich der Anzahl und der Art der Informationsquellen als auch insbesondere hinsichtlich der Tools. Gerade die jüngeren Generationen nutzen die neuen Medien dazu, um sich zu informieren, oder auch, wie beispielsweise im Rahmen der Fridays-for-Future-Bewegung, um sich politisch zu organisieren. Zur digitalen Teilhabe gehören für mich darum nicht nur der reine Zugang zum Internet, sondern auch die Möglichkeit, dieses so zu nutzen, dass es einen qualitativen Mehrwert für das Leben bringt: angefangen bei der Option, Arzneien online zu bestellen, über Homeschooling und Online-Sprachkurse bis hin zu den unterschiedlichen Online-Medien-Angeboten, um sich rund um das politische Geschehen zu orientieren und sich aktiv in die Debatte einzubringen.

Influencer können Debatten und Kampagnen sehr viel mehr Reichweite und Relevanz verschaffen, schnellere Einflussnahme herstellen und letztlich für einen Impact sorgen. So ist es fraglich, ob Greta Thunberg ohne die digitalen Medien eine ähnliche Reichweite hätte erreichen können. Die Jugend nutzt die Potenziale, die die digitale Welt ihr geschenkt hat und bringt durch ihre Reichweite ihre Interessen und Bedürfnisse in den gesellschaftlichen Diskurs mit ein. „Fridays for Future“ hat lange die Medien bestimmt. Jugendliche auf der ganzen Welt hatten beschlossen, ihre Zukunft nun selbst in die Hand zu nehmen. Durch geschicktes Vernetzen und die daraus erwachsene Kraft erreichten sie, dass die Politik ihnen zuhörte und die Gesellschaft ins Grübeln kam. Die Europawahl wurde plötzlich zur Klimawahl.

Auch andere Influencer erheben ihre Stimmen und vertreten ihre Interessen nachhaltig. Ob geringere oder größere

Reichweite, die Politik und die Gesellschaft haben erkannt, dass sie eine Größe in der Gesellschaft sind, die beachtet werden muss. Etablierte umgarnen zum Teil Influencer, wollen mit ihnen zusammenarbeiten. Das Potenzial der Digital Natives und die Kraft, die sich daraus ableitet, ist schon lange kein Geheimnis mehr. Die mit der Digitalisierung verbundene Macht zeigt sich derzeit aber auch am Beispiel neuer Online-Petitionen wie z. B. der zur Senkung der Mehrwertsteuer auf Damenhygieneprodukte. Umso mehr haben Influencer in diesem neuen Gefüge nicht nur die Macht der Reichweite, sondern auch eine besondere Verantwortung.

**Die Fridays-for-Future-Bewegung wurde durch die digitalen Medien WELTWEIT bekannt.**

### Die Chance, Diversität sichtbar zu machen

Mit der Sichtbarkeit und der Macht der Influencer verbindet sich auch eine unglaubliche und historisch einmalige Chance, nämlich, die Diversität der Gesellschaft sichtbar zu machen und Zukunftsthemen auf die Agenda zu setzen. Diese Chance sollte jedoch für alle gleichermaßen gelten, unabhängig vom Alter, der Herkunft und des Bildungsgrades. Der Bericht „Digitaltag 2020: Studie zur digitalen Teilhabe“ legt jedoch nahe, dass digitale Geräte und Social Media für unterschiedliche Generationen einen unterschiedlichen Stellenwert

in ihrem Leben einnehmen. Auch wenn sich alle Altersgruppen ein gleichmäßiges mittelmäßiges Zeugnis hinsichtlich der eigenen Medienkompetenz ausstellen, spielen digitale Technologien im Leben jüngerer Menschen eine sehr viel bedeutendere Rolle. Dieser Zusammenhang macht einmal mehr deutlich, warum digitale Teilhabe ein Anliegen für die gesamte Gesellschaft ist.

### Fazit: Digitale Teilhabe als Grundrecht

Das Phänomen der Influencer zeigt sehr deutlich die Relevanz, die Chancen und nicht zuletzt die Macht von digitaler Teilhabe. Sie machen nicht nur ihre Themen und Anliegen sichtbar, sondern treten damit zugleich auch selbst in Erscheinung. Damit aber auch wirklich alle Mitglieder der Gesellschaft diese Möglichkeit erhalten und nutzen können, muss digitale Teilhabe zu einem Grundrecht werden. Nur dann kann es gelingen, dass wir uns als Gesellschaft im Digitalen Zeitalter mit seiner vollständig veränderten Medienlandschaft weiterhin über Themen verständigen können. Dafür müssen alle gleichermaßen über die Voraussetzungen und Kompetenzen verfügen, um Informationen nicht nur empfangen zu können, sondern auch, um ein aktiver Teil der Diskussion zu sein und gesehen zu werden.

Die Jugend hat es vorgemacht, aber alle Menschen einer Gesellschaft müssen unabhängig von ihrem Alter, ihrem Geschlecht, ihrem Bildungsstand und ihrer Herkunft von den Vorteilen der Digitalisierung profitieren können. Darum sollten auch alle Menschen gleichermaßen Zugangsmöglichkeiten erhalten und über die Kompetenzen verfügen, um selbst entscheiden zu können, was für sie wichtig ist und was nicht, und

**Digitale Teilhabe muss für ALLE möglich sein.**

um sich ein Urteil zu bilden, welche Quellen seriös sind und welche nicht. Die digitale Teilhabe zu ermöglichen, ist eine gesamtstaatliche Aufgabe und muss von der Politik ausgehen. Wir brauchen einheitliche Regeln dafür, die Chancen der digitalen Teilhabe für jeden zu eröffnen und alle gleichermaßen mit deren Grundvoraussetzungen auszustatten: Technik und Kompetenzen. Die Jugend hat uns gezeigt, welche Kraft daraus erwachsen kann, am digitalen Leben teilzunehmen. Jeder kann gehört werden und seine Botschaften in den öffentlichen Diskurs einbringen. Die Erwachsenen und Etablierten können am Beispiel der Jugend lernen, wie man Menschen erreicht und welches Gewicht ein vernetztes Leben haben kann. ///



/// TIJEN ONARAN

ist Moderatorin, Speakerin und Leiterin des Unternehmens Global Digital Women, Berlin.

#### Anmerkung

\*<https://www.youtube.com/channel/UCnZlyjslJRNieFNcLIA26FQ/featured>