

Zeitschrift: Zeitlupe : für Menschen mit Lebenserfahrung
Herausgeber: Pro Senectute Schweiz
Band: 97 (2019)
Heft: 6

Artikel: Kommunikation im Wandel
Autor: Burri Follath, Peter
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1086867>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 04.04.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



Kommunikation im Wandel

Menschen über 50 sind die am schnellsten wachsende Nutzergruppe beim sozialen Netzwerk Facebook. Nur eine Modeströmung? Mitnichten. Auch Pro Senectute setzt in der Kommunikation verstärkt auf Social Media.

Soziale Medien wie Facebook, Youtube oder Instagram haben das Internet umgekrempelt. Früher reichte es, Informationen auf eine Website zu stellen. Die sozialen Medien haben hier zwei entscheidende Dimensionen hinzugefügt.

Durch Social Media ist einerseits ein Dialog zwischen Unternehmen und Kunden, aber auch unter den Nutzerinnen und Nutzern selber entstanden. Der digitale Mensch entscheidet heute mit, welcher Inhalt interessant ist. Wo früher eine Broschüre genügte, wollen Internet-Affine heute Erklärvideos sehen. Ob ein Sportkurs besucht wird, entscheidet nicht nur die Ausschreibung, auch die Bewertung durch eine Teilnehmerin oder ein Foto des Kursleiters spielen

eine Rolle. Digitec, der grösste Onlinehändler der Schweiz, geht sogar so weit, Kundenempfehlungen als Werbung zu nutzen. Und in der Hotelbranche bucht kaum noch jemand ein Zimmer, das mehrfach schlecht bewertet wurde.

Andererseits können heute alle dank Smartphones selber Filme produzieren und hochladen. Dadurch hat sich auch die Art der Information geändert. Neben der durch Kundinnen und Kunden angereicherten Information ist die Unterhaltung – auf Neudeutsch «Infotainment» – mindestens ebenso wichtig.

Um den Dialog über Social Media zu führen, sind authentische Antworten und die Auseinandersetzung mit den Bedürfnissen der Follower (follow=folgen) unabdingbar. Die Kommunikation ist dadurch aufwän-

dig. Jeder Beitrag bzw. Post, den unsere Follower auf dem Facebook-Account von Pro Senectute hochladen, sollte zeitnah beantwortet werden. Da kann ein Daumen nach oben schon sehr viel bewirken.

Ob wir es wollen oder nicht, die sozialen Medien prägen zu einem guten Teil unseren Alltag und unser Handeln. Als Vater von drei schulpflichtigen Söhnen erlebe ich dies hautnah. Meine Jungs finden Facebook uncool, weil alle es nutzen. Mein Ältester will zudem einem Weltkonzern wie Google keine Daten preisgeben. Sie nutzen Whatsapp, Snapchat oder Instagram, um mit Freunden zu chatten. Brauchen sie Informationen, dann holen sie diese auf der Videoplattform Youtube, ihr digitales «Lexikon» schlechthin.

Meine 80-jährige Tante genießt es hingegen, ihre Schulkameradinnen über Facebook zu suchen. Als Bewegungsmuffel hilft ihr Youtube, ihre täglichen Gymnastikübungen zu absolvieren und fit zu bleiben.

Was sich in unserer Familie abspielt, ist allgemeiner Trend. Wir sind zu hybriden Nutzerinnen und Nutzern geworden und bedienen uns der digitalen und realen Welt je nach Bedarf. Direkte menschliche Kontakte spielen nach wie vor eine grosse Rolle, allerdings mit neuen Inhalten. Meine Tante amüsiert sich über die Youtube-Links unseres Jüngsten. Und sie zeigt den Kids, dass man die Geräte ja auch mal abschalten kann. Auch diese Erfahrung schätzen meine Söhne immer wie mehr.*



● **Peter Burri Follath**,
Leiter Marketing
& Kommunikation
Pro Senectute Schweiz