

<b>8</b>	<b>„Werbung mag ich nicht, aber Bibi finde ich gut“ – Influencermarketing und die ethischen Grundlagen kommerzieller Kommunikation</b>	159
8.1	Der Einfluss auf junge Zielgruppen für die Kaufentscheidung	162
8.2	Werberecht in sozialen Medien	163
8.3	Der Einfluss von Influencern auf gesellschaftliche Themen	166
8.4	Professionalität und Ethik als Basis einer gemeinsamen medialen Zukunft	169
8.5	Recap mit einer Mikro-Influencerin	171
	Literatur	178
<b>9</b>	<b>Ein Blick in die Glaskugel – wie es weitergeht mit professioneller Kommunikation</b>	181



# 1

## „Die Kunst der Manipulation“ – Was ist eigentlich Kommunikation?

**Zusammenfassung** „Man kann nicht nicht kommunizieren“, so hat es Paul Watzlawick, der große Kommunikationsforscher und Psychotherapeut, einmal formuliert. Denn schließlich interagieren wir alle täglich indem wir miteinander sprechen, uns schreiben oder im Umgang miteinander uns durch Gestik oder Mimik austauschen. Auch Schweigen kann Kommunikation sein, denn es impliziert eine Botschaft an den anderen. Wenn also Kommunikation ein Wesenskern des menschlichen Daseins ist, was bezwecken wir damit? Das folgende Kapitel möchte die vielfältigen Facetten und Ansatzpunkte einmal aufzeigen und einen Überblick über Themen und Inhalte der Kommunikationswissenschaft aus verschiedenen Perspektiven geben. So werden die einzelnen Themenfelder ebenso erläutert wie die psychologische Funktion der Kommunikation. Aus systemtheoretischer Perspektive wird die Bedeutung von Kommunikation und Öffentlichkeit aufgezeigt sowie die Kommunikation als empirische Sozialwissenschaft dargestellt. Den Abschluss bildet die wirtschaftliche Dimension von Kommunikation als Dienstleistung.

»» *Was ist eigentlich Kommunikation? Googelt man diese Frage, so findet die Suchmaschine ungefähr 19,4 Mio. Antworten (Stand: August 2022). Während die schlichte Übersetzung aus dem lateinischen noch eine relativ neutrale Definition vorweist (communicatio = Mitteilung, Unterredung) und den Austausch von Worten oder Zeichen zwischen mindestens zwei Menschen meint, so scheint der Begriff in den letzten Jahrzehnten diese neutrale Bedeutung zunehmend zu verlieren. So behandeln die ersten Seiten der Google-Suche vor allem die soziale Funktion von Kommunikation im zwischenmenschlichen Bereich. Besser überzeugen, Konflikte lösen, beruflich erfolgreicher werden, dies alles verspricht die „richtige“ Kommunikation. Kommunikation wird dabei reduziert auf intentionale Einflussnahme, und wer sie gezielt einzusetzen weiß, wird nicht nur argumentativ überzeugen, sondern gar gleich ein besseres, selbsterfüllteres Leben führen und zudem als Führungspersönlichkeit anerkannt werden.*

---

Dies alles verspricht vollmundig die Riege der Kommunikationsratgeber. Dabei kommt die Kommunikation nicht alleine daher, sondern wird verstanden als „ganzheitliche Kommunikation“ (Lichtenberg et al. 2021), „suggestive Kommunikation“ (Kronbach 2021) oder „positive Rhetorik“ (Jesper 2022). Selbsternannte Kommunikationsgurus veröffentlichen reißerisch klingende Ratgeber, die im Zweifelsfall nur einen glücklich machen, nämlich das Konto des Autors bzw. der Autorin. Das Ziel der Kommunikation ist in allen Fällen klar: Manipulation. Die Ratgeber zeigen dabei wahlweise auf, wie man sich vor Manipulation schützen könne

oder wie man selbst manipuliert, um dadurch erfolgreicher, charismatischer und generell selbstbewusster zu werden (Wunderlich 2022). Gerne wird dabei auch noch die Psychologie bemüht: Manipulative Kommunikation erlaube es, die eigenen Mitmenschen zu durchschauen, so die Hoffnung (Büker 2022). Der Einstieg ist fast immer gleich: Unangenehme Erfahrungen werden bemüht (da hat man plötzlich etwas gekauft, was man nicht wollte; auf der Party steht man alleine in der Ecke ...) und der Ratgeber weist Lösungswege auf.

Ist es also so einfach? Wir folgen simplen Kommunikationsmechanismen und dann werden wir selbstbewusster, vermeiden Missverständnisse und lassen uns kein X mehr für ein U vormachen? Warum hat denn dann niemand diese Regeln mal in einer echten Krise angewandt? Wieso gab und gibt es keine klaren Lösungen, wie man mit einer weltweiten Pandemie umzugehen hat? Wieso entstehen Kriege? Wieso streiten sich Paare? Allein diese Beispiele zeigen, so einfach ist es nicht mit der Kommunikation. Was die Ratgeber gemeinsam haben, ist, dass sie sich nur mit einem Teilaspekt des gesamten Themenfeldes auseinandersetzen, der intentionalen Funktion von Kommunikation. Bevor wir uns diesem Feld zuwenden, beginnen wir mit der grundsätzlichen Definition von Kommunikation. Und die ist gar nicht so einfach.

Da es sich bei Kommunikation um ein universelles Alltagsphänomen handelt, sind die Definitionen und Strukturierungsversuche massenhaft an der Zahl. Bereits 1977 zählte der Kommunikationswissenschaftler Klaus Merten 160 unterschiedliche Definitionsversuche. Bis heute wächst die Anzahl an Definitionen stetig. Keuneke (2012) zeigt auf, dass seit der Analyse durch Merten eine große Zahl an Definitionen hinzugekommen ist, hält die Heterogenität dabei jedoch auch für systemimmanent: „Ein Psychologe muss etwas anderes unter Kommunikation verstehen als eine Informatikerin oder ein Medienwissenschaftler.“ (Keuneke 2012, S. 1). Dabei werden unterschiedlichste Strukturierungsversuche angewendet, etwa nach Kommunikationsarten (verbal, nonverbal usw.), nach Merkmalen (welche Teilaspekte von Kommunikation lassen sich unterscheiden?) oder nach Funktionen. Hier wären z. B. die biologische Funktion zu nennen (Kommunikation sichert das Überleben des Individuums, etwa wenn ein Baby schreit, weil es Hunger hat), die soziale Funktion, wenn Menschen miteinander in direktem Kontakt stehen oder die technisch-mediale

Funktion, bei der Menschen mittels technischer Hilfsmittel kommunizieren und bei der üblicherweise ein Sender viele Empfänger erreicht. Einig ist man sich aber dabei, dass sich Kommunikation immer als ein Prozess darstellt, in dem sich die beteiligten Parteien aufeinander beziehen bzw. zueinander verhalten (vgl. u. a. Watzlawick et al. 1967; Burkart 2021).

In der Folge wurden mehrere Klassifikationssysteme zum Zwecke einer wissenschaftlichen Systematisierung verfasst. In all den verschiedenen Definitionen hat sich seit den 1940er-Jahren ein *kleinster gemeinsamer Nenner* entwickelt: Allen gemein sind folgende Kernbestandteile: Absender, Nachricht und Empfänger (Shannon und Weaver 1949; zitiert nach Nießing 2007). Daraus lassen sich folgende Merkmale ableiten (aufgeführt nach Röhner und Schütz 2020): So ist Kommunikation zunächst *interpersonal*, findet also zwischen mindestens zwei Personen statt. Dabei muss es sich heutzutage nicht notwendigerweise um reale Personen handeln, auch Interaktionen zwischen Menschen und Computern oder Menschen und Tieren sind möglich. Die Beteiligten treten miteinander in Beziehung, indem sie Zeichen, Symbole, Rituale oder Worte austauschen. Für eine gelingende Kommunikation sind deshalb gleich verstandene Zeichen und Gesten wichtig, was etwa bei kulturübergreifender Kommunikation häufig zu Missverständnissen führen kann, da Sitten und Gebräuche kulturell sehr unterschiedlich sind. Die Nachricht des Absenders muss also von der Zielperson *dekodiert* werden, um verstanden zu werden. Dabei müssen sich Sendungsabsicht und Empfangsverständnis nicht notwendigerweise gleichen. Um das Beispiel des Babys noch einmal zu bemühen: Welche Eltern standen nicht schon einmal verzweifelt vor dem weinenden Sprössling, weil sie einfach nicht verstehen konnten, warum er weint: Hunger? Durst? Müde? Windel voll? Alles versucht und das Kind weint noch immer – vielleicht Bauchweh? Die Umgebung? Ein gutes Beispiel, wie selbst bei besten Absichten die Dekodierung einer Botschaft schwierig ist, wenn Sender und Empfänger nicht auf Augenhöhe kommunizieren können.

Nun setzen sowohl das Senden als auch der Empfang von Nachrichten angemessene *Mittel* bzw. Modalitäten voraus, zum Beispiel in der zwischenmenschlichen Kommunikation der mimische Ausdruck und die Sprache oder bei medienvermittelter Kommunikation die entsprechende