

# Das Cluetrain-Manifest

www.cluetrain.com

## Wie sieht "gute Kommunikation" aus?

Gute Kommunikation ist offen und ehrlich, frei von Übertreibungen und ungläubwürdigen, hohen Phrasen. Gute Kommunikation orientiert sich an den Sorgen, Problemen, und Interessen des Adressaten.

Wenn Sie es ehrlich meinen und ein "nachhaltiges Produkt" anbieten wollen, bieten Sie Ihren Kunden ein Produkt an, das auf einen echten Bedarf zusschneidet und die Probleme Ihres Kunden löst. Im Idealfall ist dieses Produkt ökologisch und sozial unbedenklich und versteht sich als Teil der Lösung der Probleme, anstatt neue Probleme zu schaffen.

Solen Sie Ihren Kunden ein Ansprechpartner und hören Sie ihnen zu. Wenn Sie glauben, dass Technik Probleme löst, denken Sie am besten einmal nach.

## Hier spricht ein Mensch zu Menschen

Schauen Sie sich Ihre "Kommunikation" an und fragen Sie sich, ob Sie sich nicht wie in angesprochenem (oben) und Sie die Art, wie Sie kommunizieren, menschlich und glaubwürdig und damit überzeugend finden. Wenn das ist – herrlichen Glückwunsch!

Wenn das nicht so ist, dann haben Sie wenig und opportunistisch und sprechen Sie diesen Dinge, die Sie selbst interessieren, die Ihnen fremde Probleme lösen wollen. Aber sprechen Sie Mensch zu anderen Menschen.



## Was bedeutet das nun?



zukunftswerk eG



Wir sind keine Zuschauer oder Empfänger oder  
Endverbraucher oder Konsumenten.. Wir sind Menschen – und  
unser Einfluß entzieht sich eurem Zugriff. Kommt damit klar.

Das Cluetrain Manifest  
[www.cluetrain.com](http://www.cluetrain.com)





I. Märkte sind Gespräche.

3. Gespräche zwischen Menschen klingen menschlich.  
Sie werden in einer menschlichen Stimme geführt.




II. Die Menschen in den vernetzten Märkten haben herausgefunden, daß sie voneinander wesentlich bessere Informationen und mehr Unterstützung erhalten, als von den Händlern und Verkäufern. Soviel zur unternehmerischen Rhetorik über den Mehrwert ihrer Waren.






14. Unternehmen sprechen nicht mit der selben Stimme wie diese neuen vernetzten Gespräche. In den Ohren der von ihnen Angesprochenen klingen die Unternehmen hohl, flach und regelrecht unmenschlich.





16. Schon jetzt erreichen Unternehmen, die mit der Stimme des Marktschreiers reden, niemanden mehr.






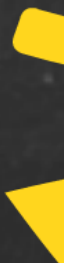

18. Unternehmen, die nicht realisieren, dass ihre Märkte jetzt von Mensch zu Mensch vernetzt sind, deshalb immer intelligenter werden und sich in einem permanenten Gespräch befinden, verpassen ihre wichtigste Chance.




23. Unternehmen, die sich "positionieren" möchten, sollten dazu auch eine Position einnehmen. Im Idealfall sollte diese Position dann auch etwas mit dem zu tun haben, was den Markt interessiert.




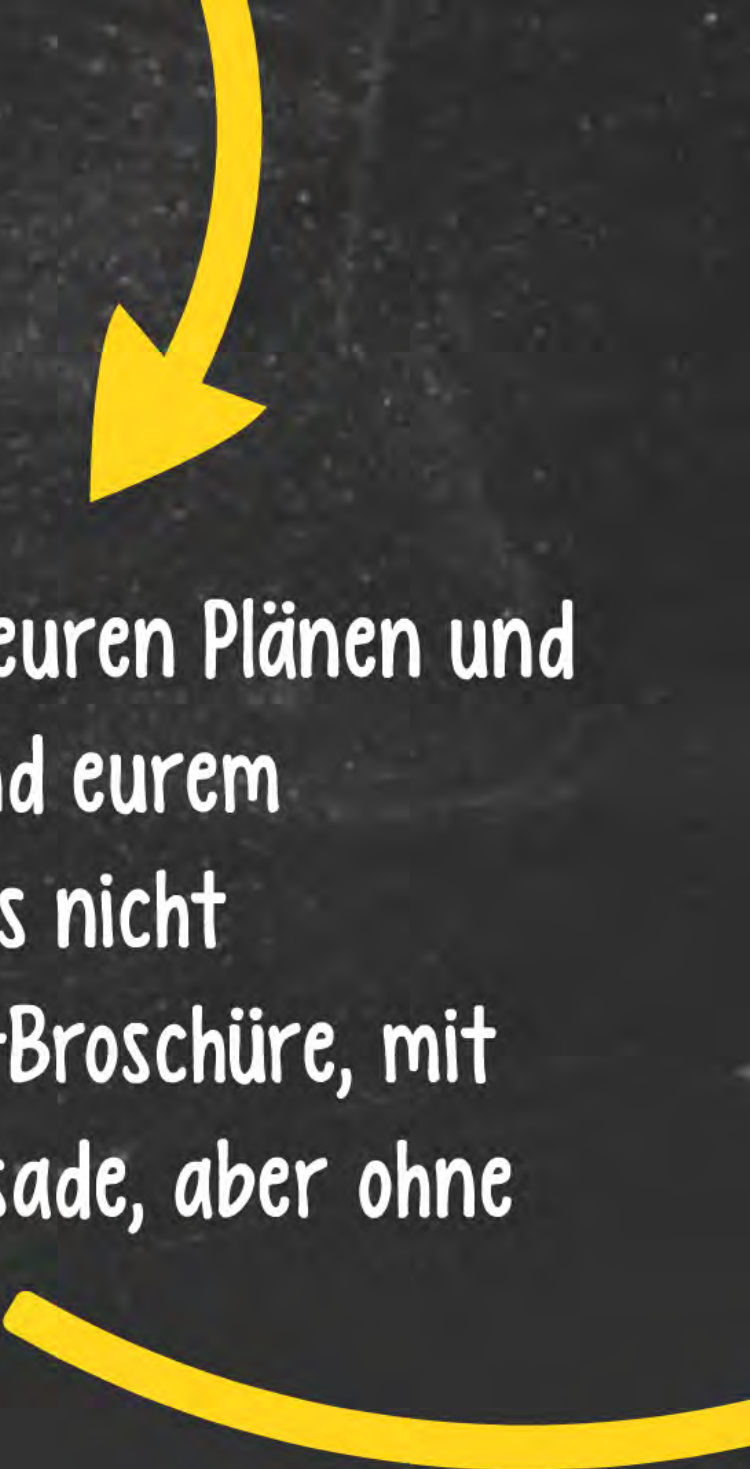
33. Mit menschlicher Stimme zu sprechen ist kein Jahrmarktstrick. Man kann sie auch nicht einfach auf einer schicken Konferenz aufschnappen.





38. Menschliche Gemeinschaften entstehen aus Diskursen – aus menschlichen Gesprächen über menschliche Anliegen.





64. Wir wollen Zugang zu euren Unternehmensinformationen, zu euren Plänen und Strategien, euren besten Ideen und eurem wirklichen Wissen. Wir werden uns nicht zufriedengeben mit der Vierfarb-Broschüre, mit WebSites aus einer Zuckergußfassade, aber ohne Inhalte.



74. Gegen eure Werbung sind wir immun. Also  
vergeßt es.




75. Wenn ihr wollt, dass wir uns mit euch unterhalten, dann erzählt uns was. Zur Abwechslung mal etwas Interessantes.

88. Wir haben Besseres zu tun, als uns darüber Sorgen zu machen, ob ihr euren Wandel noch rechtzeitig in den Griff bekommt, um mit uns ins Geschäft zu kommen. Das Geschäft ist nur ein Teil unseres Lebens. Euch scheint es voll und ganz zu vereinnahmen. Denkt mal darüber nach: Wer braucht hier eigentlich wen?



94. Den traditionellen Unternehmen mögen die vernetzten Gespräche verworren und verwirrend erscheinen. Aber wir organisieren uns schneller als sie es tun. Wir haben die besseren Werkzeuge, mehr neue Ideen und keine Regeln, die uns aufhalten.





95. Wir wachen auf und verbinden uns miteinander.  
Wir beobachten. Aber wir werden nicht warten.

## Was bedeutet das nun?

Sie entscheiden darüber, wie und worüber Sie sprechen. Mit Ihren Mitarbeitern, mit Ihren Kunden, mit Ihren Lieferanten. Sie können bei der Auswahl der Gesprächsthemen den Erkenntnissen des Marketings vertrauen oder Ihren Werten und Ihrer inneren Stimme.

Heutzutage haben die wenigsten Menschen Zeit und die Bereitschaft, über komplexe Dinge nachzudenken. Was Ihnen beruflich wichtig erscheinen mag, ist für Ihre Mitmenschen vielleicht irrelevant. Relevant sind Dinge, die unser Leben erleichtern, Probleme lösen und uns in unserer Angst um die Zukunft helfen.

Eines aber sollte klar sein: Wir leben in einem Zeitalter des Wandels, der namentlich auch unsere Kultur und unsere Formen des Austausches betrifft. Wenn Sie etwas zu sagen haben, tun Sie es – und dann in einer Form, die Menschen anspricht.

## Wie sieht "gute Kommunikation" aus?

Gute Kommunikation ist offen und ehrlich, frei von Übertreibungen und unglaubwürdigen, hohlen Phrasen. Gute Kommunikation orientiert sich an den Sorgen, Problemen, und Interessen des Adressaten.

Wenn Sie es ehrlich meinen und ein "nachhaltiges Produkt" anbieten wollen, bieten Sie Ihren Kunden ein Produkt an, das auf einen echten Bedarf stösst und die Probleme Ihres Kunden löst. Im Idealfall ist dieses Produkt ökologisch und sozial unbedenklich und versteht sich als Teil der Lösung der Probleme, anstatt neue Probleme zu schaffen.

Seien Sie Ihren Kunden ein Ansprechpartner und hören Sie ihnen zu. Wenn Sie glauben, dass Technik Probleme löst, denken Sie am besten noch einmal nach.

handeln wollt, dann steigt herunter vom  
hohen Roß.

12. Der neue Markt  
Tatsächlich schaffen

## Hier spricht ein Mensch zu Menschen

Schauen Sie sich Ihre "Kommunikation" an und fragen Sie sich, ob Sie selbst sich von ihr angesprochen fühlen und ob Sie die Art, wie Sie kommunizieren, menschlich und glaubwürdig und damit überzeugend finden. Wenn das so ist: herzlichen Glückwunsch!

Wenn das nicht so ist, dann seien Sie mutig und experimentierfreudig und sprechen Sie über Dinge, die Sie selbst interessieren, die Ihnen Freude machen oder auch Angst. Lassen Sie Ihre Partner in der Kommunikation wissen: Hier spricht kein Unternehmen, hier spricht ein Mensch zu anderen Menschen.

61. Leider ist immer gerade der Teil eines  
Unternehmens, mit dem der Markt sprechen

# Das Cluetrain-Manifest

www.cluetrain.com

## Was bedeutet das nun?

## Wie sieht "gute Kommunikation" aus?

## Hier spricht ein Mensch zu Menschen



Gute Kommunikation ist offen und ehrlich, frei von Übertreibungen und ungläubwürdigen, hohen Phrasen. Gute Kommunikation orientiert sich an den Sorgen, Problemen, und Interessen des Adressaten.

Wenn Sie es ehrlich meinen und ein "nachhaltiges Produkt" anbieten wollen, bieten Sie Ihren Kunden ein Produkt an, das auf einen echten Bedarf zussst und die Probleme Ihres Kunden löst. Im Idealfall ist dieses Produkt ökologisch und sozial unbedenklich und versteht sich als Teil der Lösung der Probleme, anstatt neue Probleme zu schaffen.

Solen Sie Ihren Kunden ein Ansprechpartner und hören Sie ihnen zu. Wenn Sie glauben, dass Technik Probleme löst, denken Sie am besten einmal nach.

Schauen Sie sich Ihre "Kommunikation" an und fragen Sie sich, ob Sie sich nicht wie in angesprochenen (oben) und Sie die Art, wie Sie kommunizieren, menschlich und glaubwürdig und damit überzeugend finden. Wenn das ist – herrlichen Glückwunsch!

Wenn das nicht so ist, dann haben Sie wenig und opportunistisch und sprechen Sie Ihren Kunden die Sprache der Kommunikation an, die ihnen wirklich nützt, und nicht nur die Sprache der Technik zu anderen Menschen.

zukunftswerk eG