

Eine Porno-Seite oder «x-beliebig» – das neue Twitter-Logo sorgt für Kritik und Spott. Was eine gute Marke ausmacht.

«Bye-bye, Birdie»: Aus dem Twitter-Vogel wird künftig ein schwarzes X. Elon Musk spricht von grossen Plänen, Marken-Experten und Nutzer sind entsetzt.

NZZ Online | Nelly Keusch | 25.07.2023

Mit Twitter könnte es bald vorbei sein – zumindest mit dem Namen. Der nicht mehr ganz so neue Besitzer Elon Musk treibt seine Pläne voran, die Plattform umzubenennen: in X, die «Everything-App».

In diesem Zuge hat Musk am Montag den kleinen blauen Vogel, der den Kurznachrichtendienst seit knapp 13 Jahren verkörpert, sprichwörtlich abgeschossen. Wer die Web-Version von Twitter öffnet, sieht dort, wo einst der Vogel sass, ein schwarzes X.

Auch beim offiziellen Profil von Twitter wurde der Name zu einem X geändert. Der Account-Name des Profils lautet aber weiterhin «@twitter». In der Smartphone-App ist nach wie vor das Vögelchen zu sehen. Und wer der Welt über die Plattform seine Gedanken mitteilen will, dem schlägt das Eingabefeld weiterhin vor, etwas zu «twittern».

Twitter soll zur Allzweck-App werden

Die angekündigte grosse Revolution kommt schleichend, aber doch mit einigem Getöse. Ebenfalls am Montag postete die CEO Linda Yaccarino ein Bild des neuen Logos, das auf das Twitter-Gebäude in San Francisco projiziert wurde. X, so die Vorstellung von Musk, soll zu einer Allzweck-App werden, die neben den klassischen Text- und Bildnachrichten auch Audio- und Videoinhalte präsentiert. Zudem soll die Plattform als Marktplatz für Zahlungen und allerhand Onlinedienste dienen. Vorbild ist, darauf lassen verschiedene Aussagen Musks schliessen, die chinesische Multifunktions-App WeChat.

Musk hat mit der Plattform also offenbar Grosses vor – so Grosses, dass ein kleines Vögelchen dafür nicht ausreicht. Doch auch wenn weitaus nicht alle Menschen auf der Welt Twitter nutzen, kennt doch jeder das Logo und die Marke. Auch Begriffe wie «Tweet» und «twittern» haben sich im Sprachgebrauch etabliert. Kann ein so umfassendes Rebranding gutgehen?

Eine der wertvollsten Marken der Welt

Der Marken-Experte Stefan Vogler, Dozent und Studiengangleiter an der Hochschule für Wirtschaft Zürich (HWZ), zeigt sich entsetzt über Musks Entscheidung. «Seit 35 Jahren beschäftige ich mich fast jeden Tag mit Marken, aber so etwas habe ich noch nie erlebt.» Twitter sei eine der wertvollsten Marken der Welt. «Und nun wird sie, davon bin ich überzeugt, aus reinem persönlichem Kalkül heraus abgeschafft. Einfach, weil Elon Musk sich das leisten kann.»

Musks Ziel sei es, mit dem Alten zu brechen. «Aber das wird nach hinten losgehen. Die ganze Welt weiss, dass, auch wenn X draufsteht, Twitter drin ist. Aber das ist ihm wohl vollkommen egal.»

Wiedererkennbare Marken und Logos gehören zu den wertvollsten Besitztümern eines Unternehmens. Der Wert einer Marke bemisst sich aus deren Bekanntheit und Image sowie daraus, wie viel Umsatz über Produkte mit dem Markenlogo generiert werden kann. Zu den wertvollsten Marken gehören unter anderem Apple, Google und Amazon, aber auch Twitter ist regelmässig vorne dabei.

Der zwitschernde Vogel erzeugt ein positives Bild

Die Marke Twitter ist mehr als 15 Jahre alt, der Vogel wurde 2010 ins Leben gerufen. «Der Name ist gut, weil er effektiv ein Wort ist und keine Abkürzung und kein Akronym», findet Vogler. «Dazu kommt, dass der Ausdruck <twittern>, in Anlehnung an das Zwitschern eines Vogels, der Nachrichten weiterträgt, ein sehr schönes Bild in den Köpfen der Menschen schafft – das wiederum auch zum Logo passt.» Googeln, twittern, twinten, paypalen: Wenn sich Markennamen als Verben im Sprachgebrauch etablieren, ist das für die Unternehmen ein grosser Gewinn.

Mit dem neuen Markennamen kann Vogler hingegen überhaupt nichts anfangen: «X ist ein vollkommen generischer Begriff, es kann für alles stehen. X ist x-öppis, x-beliebig.» Da der Buchstabe bereits in «x anderen Markennamen», wie etwa bei der Xbox, präsent sei, sei es schwierig, eine Einzigartigkeit oder einen Wiedererkennungswert zu schaffen. «Twitter hingegen wird definitiv Kult werden und bleiben.

Musk liebt den Buchstaben X – die Nutzer nicht

Auf der Plattform erntete Musk bereits einige Kritik für den Schritt. Der Schauspieler Mark Hamill bezeichnete das neue Logo als «eXecrable», abscheulich, und twitterte «Bye-bye, Birdie», in Anlehnung an den gleichnamigen Film. Nutzer fühlen sich bei dem Logo vor allem an das Rotlichtmilieu und pornografische Websites erinnert, von denen viele den Buchstaben X im Namen tragen.

Wer sich länger mit Elon Musk beschäftigt, für den ist dessen X-Vorliebe keine Überraschung. Der Buchstabe ist Teil seines Raumfahrtunternehmens SpaceX, sein Sohn trägt den Namen X Æ A-XXI (und wird von seinen Eltern X gerufen). Bei Tesla gibt es ein Model X, Musks KI-Firma heisst xAI.

Die Domain «x.com» gehörte Musk in der Vergangenheit sogar schon: Der Vorgänger des Bezahlendienstes Paypal, den Musk 1999 gründete, trug diesen Namen. 2017 kaufte er die Domain von seinem früheren Arbeitgeber zurück – nun kommt sie endlich zum Einsatz: Wer «x.com» in die Suchleiste seines Browsers eingibt, wird zu Twitter weitergeleitet.

Das Budget ist wohl gross genug

Darum dürfte Musk wohl alles daransetzen, die Marke X in der Welt zu etablieren. Davon ist auch Stefan Vogler überzeugt: «Wer so ein grosses Budget hat wie Elon Musk, kann natürlich einen gewaltigen Marketingaufwand betreiben, um die Änderung zu kommunizieren.»

Wer die Visionen von Musk umsetzen soll, ist allerdings unklar. Seit er Twitter übernommen hat, hat er mehr als die Hälfte der Mitarbeiter entlassen, was aus Sicht von Branchenbeobachtern für einige Störungen und Ausfälle in den vergangenen Monaten mitverantwortlich war. Laut einem Bericht der «New York Times» waren Mitarbeiter am Montag bereits damit beschäftigt, das Logo an der Aussenwand des Firmensitzes in San Francisco auszutauschen – bis sie von der Polizei daran gehindert wurden, weil die Arbeiten «nicht autorisiert» worden seien.

Der Twitter-Gründer Jack Dorsey hat mit der Namensänderung übrigens keine Probleme. Diese sei zwar nicht «essenziell», bringe aber Vorteile mit sich, schrieb er in einem Tweet (oder wie auch immer die Posts künftig heissen). «Die Marke Twitter trägt einiges an Ballast mit sich herum. Das Wichtigste ist aber der Nutzen der Seite und nicht ihr Name.»