



Social Media – Segen oder Fluch

Facebook, Twitter, LinkedIn, XING, Youtube, Yasni ...

Dschungel oder Klarheit

Stellen Sie sich vor, Sie haben die letzten 10 Jahre nicht am Leben teilgenommen und nur die ersten Tage von PC und mobilen Telefonen miterlebt. Sie gehen durch die Stadt und fragen sich, was die Menschen um Sie herum eigentlich machen: Es sieht aus, als führten sie Selbstgespräche. Beim näheren Hinschauen sehen Sie, dass sie sich etwas kleines flaches in den unterschiedlichsten Farben ans Ohr halten. Andere halten dieses Ding in ihren Händen, starren fast ununterbrochen darauf und huschen mit ihren

Fingern drüber, wieder andere haben es im Cafe einfach neben sich auf dem Tisch liegen. Manche halten etwas anderes merkwürdiges in der Hand, das aussieht wie eine flache feste Zeitung, auf der sie herumtippen. Und überall gibt es riesengroße Bildschirme, die beinahe den Eindruck vermitteln, als sei man in New York auf dem Time Square.

Sie müssen sich setzen – Ihnen dreht sich der Kopf von all den sonderbaren Eindrücken, aber Sie haben Glück:

Facebook, Twitter, LinkedIn, XING ... Dschungel oder Klarheit

Ihre gute Fee erscheint, setzt sich neben Sie und beginnt, Ihnen alles zu erklären.

F: Das ist Internet, das Zeitalter von Social Media. Das, was du da in den Händen der Menschen siehst, nennt man Handys. Man ist damit überall und zu jeder Zeit erreichbar. Menschen schicken sich darüber SMS oder MMS, sie chatten und mailen. Fast jeder hat auch einen Computer, bei dem das Internet eine unglaublich wichtige Rolle spielt, weil man sich weltweit verbinden kann. Auch ruft man heute nicht mehr die Auskunft an, sondern man „googelt“ oder „bingt“, „twittert“, „verxingt“ sich oder geht eine Runde „facen“. Dann gibt es noch „Blogger“ und „Videoblogs“, die sogar die Bundeskanzlerin nutzt. So kommuniziert man heute.

M: Moment, ganz langsam bitte. Wozu soll das alles gut sein? Was habe ich davon als Marketingberater?

F: Ok ... das mit dem Internet und den Laptops ist so weit klar?

M: Naja, mehr oder weniger!

F: Dann will ich dir das mal zusammenfassen: Vor ein paar Jahren gab es einen jungen Mann – Mark Zuckerberg – der die Idee hatte, all seinen Freunden mitteilen zu können, was er gerade wo macht und warum. Dazu sollten auch Bilder und Videos gehören. Zuerst war das nur für seine Kommilitonen an der Universität gedacht, weitete sich aber schnell aus und wurde zu „Facebook“, was mittlerweile weit über 500 Millionen Nutzer hat und laut ComScore die am meisten besuchte Kontaktwebsite ist. Menschen tauschen sich über Facebook weltweit Nachrichten, Fotos, Videos, Links und andere Informationen aus.

M: Und wofür ist Facebook aus Marketing-sicht am besten geeignet?



F: Facebook ist einerseits gut für den Austausch auf privater Ebene, aber ebenso ideal für den Verbraucher. Denn hier kannst Du alles veröffentlichen, was mit einem Produkt zu tun hat. Die Dienstleistungsebene ist auch bereits umsetzbar, aber noch nicht ganz ausgereift. Personen, die in der Öffentlichkeit stehen, nutzen Facebook zum Beispiel, um Aufmerksamkeit und digitale Unterstützung zu erlangen. Das schafft jede Menge Publicity.

M: Gibt es dabei etwas, was ich unbedingt beachten sollte?

F: Nun ja, Facebook gerät immer mal wieder in die Schlagzeilen zum Thema Datensicherheit. Du musst Dir vorher genau überlegen, was du mit Facebook erreichen möchtest.

M: Ich sollte mir also eine Art Plan erstellen?

F: Genau das. Du musst dir deine Ziele so ausarbeiten, wie du das in einer Beratung zum Thema Marketing machen würdest. Du musst konkretisieren was du kannst, was dein Alleinstellungsmerkmal ist und wer deine Zielgruppe ist und was diese sucht. Wenn du Social Media richtig planst, hast du einen großen Schritt in Richtung erfolgreiches Marketing getan.

M: Ich mache also auf mich und auf das, was ich kann aufmerksam und verdiene unterm Strich auch noch daran. Und was kostet das?

F: Ganz ehrlich ... nichts! Für Mitglieder ist Facebook kostenlos, aber du kannst dort mittlerweile auch gezielt Werbung schalten, die dann kostenpflichtig ist. Da du dich



über Facebook auch mit Twitter und anderen Diensten verbinden kannst, hat fast jede Firma mittlerweile einen Facebook-Account. Bevor Werbekampagnen gestartet werden, wird deren Wirkung auf die Verbraucher zum Teil über Facebook getestet.

Zusammengefasst bedeutet das:

Facebook ist ein Netzwerk für Freunde und Verbraucher mit dem Nutzen Nachrichten verbreiten zu können, Aufmerksamkeit zu erzielen, aktiv mit Menschen in Kontakt zu treten und zu kommunizieren.

- » **Vorteil:** schnelle Reaktionszeit auf Aktionen / Kampagnen
- » **Nachteil:** zeitintensiver Aufbau und Betreuung, für die Unternehmen etwa 1-2 Stunden pro Tag einplanen müssen

M: Und was ist **Twitter**?

F: Twitter ist eigentlich das SMS des Internets. SMS sind Short Message Services für Mobiltelefone, die ebenso der aktiven Kommunikation dienen wie Messages über Twitter. Neben Nachrichten kann man auch Bilder und Videos veröffentlichen oder auf Artikel aufmerksam machen. In Deutschland gibt es mittlerweile 2,5 Millionen Twittianer, weltweit sind es 145 Millionen.

M: Was macht Twitter so interessant?

F: Es ermöglicht den schnellen und direkten Austausch von Informationen. Eine Art „Über“-Chat in Echtzeit. Barack Obama hat es zu einem Großteil seinem Twitter-Account zu verdanken, dass er Präsident geworden ist. Er konnte mittels Twitter Nachrichten schnell verteilen und ebenso schnell auf die Bedürfnisse seiner Wähler reagieren. Eine Nachricht in Twitter stellen und aktiv darüber diskutieren schafft Aufmerksamkeit. Die investierte Zeit lohnt sich, sobald man durch Empfehlungen viele „Follower“ generiert.

M: Also eigentlich interessant, aber noch nicht wirklich ausgereift?

F: Das kann man so nicht sagen. Zum Nachrichten verbreiten ist Twitter bestens geeignet und erfordert eine hohe aktive Beteiligung. Dabei ist aber nicht die Masse der Verbreitung, also der Traffic, entscheidend, sondern die Qualität der Nachricht und die der Follower. Zielgruppen werden auch hier zu einem immer wichtigeren Thema.

M: Also Twitter beobachten, mitmachen und schauen, wohin es sich weiter entwickelt.

F: Ja, genau so würde ich das sehen.



M: Und wie funktioniert **LinkedIn**?

F: LinkedIn ist momentan ziemlich spannend für alle, die international agieren wollen, also besonders für Unternehmen. Man kann damit bestehende Geschäftskontakte pflegen und neue Verbindungen knüpfen. Sogar kleine



Zehn Regeln die Sie im Social Media beachten sollten

1. Zeigen Sie Ihre Identität

Legen Sie Ihren vollen Namen, Ihre Funktion und Ihren Arbeitgeber offen, wenn Sie Ihre Arbeit betreffende Inhalte hinterlegen. Egal, ob auf einer privaten oder professionellen Website.

2. Übernehmen Sie Verantwortung für die hinterlegten Inhalte

Wählen Sie die „Ich-Form“ anstelle der „Wir-Form“. Fügen Sie die folgende Ergänzung hinzu: „Der dargestellte Inhalt dieses/r Blogs oder Website reflektiert ausschließlich meine persönliche Meinung und nicht die meines Arbeitgebers (gilt nicht für gepostete Inhalte im Auftrag des Arbeitgebers in einem Corporate Account).“

3. Seien Sie offen, aber nicht zu persönlich

Wägen Sie sorgfältig ab, was Sie kommunizieren. Die Öffentlichkeit ist nicht daran interessiert zu erfahren, welche banalen Aufgaben Sie zu erledigen haben oder wie Ihr Haustier heißt.

4. Unterstreichen Sie Ihre Meinung mit Fakten

Unterscheiden Sie sorgfältig zwischen Meinung vs. Fakten. Überlegen Sie gründlich was Sie hinterlegen, bevor Sie es hinterlegen. Bestehen geringste Zweifel, dann sollte der Inhalt auf keinen Fall veröffentlicht werden! Verlinken Sie zu anderen guten Quellen mit ähnlichem Thema. Würdigen Sie die Quellen, von denen Sie Informationen ziehen, in angemessener Form.

5. Geben Sie Fehler zu und korrigieren Sie diese

In einem sozialen Netzwerk ist es einfacher, Unehrlichkeiten zu entdecken. Um Ihre Integrität zu bewahren, speichern Sie alle original hinterlegten Inhalte. Falls Textkorrekturen erforderlich werden, machen Sie diese sichtbar, indem Sie die Texte durchstreichen. Nehmen Sie sich Zeit, um Korrektur zu lesen und prüfen Sie die Fakten Ihrer Inhalte.

6. Veröffentlichen Sie nur das, was Sie auch jederzeit persönlich sagen würden

Soziale Netzwerke geben uns eine Stimme, Emotionen zu vermitteln und versetzen uns in die Lage, unsere Frustration auszudrücken. Die Auswirkungen können allerdings fatal sein.

7. Sorgen Sie für Mehrwert

Wollen Sie das Interesse der Leser auf sich ziehen, sollten Sie Inhalte bieten, die korrekt, relevant und von Nutzen sind. Schreiben Sie über das, was Sie wissen und seien Sie sich darüber im Klaren, für wen Sie schreiben.

8. Respektieren Sie den Datenschutz

Sie sind rechtlich verpflichtet, das geistige Eigentum, das Betriebsgeheimnis und finanzielle Informationen Ihres Arbeitgebers zu schützen.

9. Antworten Sie zeitnah und höflich auf Leserkommentare

Soziale Medien sind dialogorientiert. Antworten Sie daher höflich und konstruktiv auf Kommentare Ihrer Follower.

10. Die wichtigste Regel überhaupt

Wer sich ins Netz begibt, wird zur öffentlichen Person oder zum gläsernen Unternehmen. Wenn Sie einmal irgendwo Ihre Adresse hinterlegt haben, dann ist sie im Netz. Diese wieder dort herauszubekommen ist deutlich schwerer. Also überlegen Sie gut, was Sie wo und wie reinstellen. Denken Sie an Ihre Ziele und was Sie mit Social Media erreichen wollen.



Blogs können darin veröffentlicht und verwaltet werden. Das Vernetzen untereinander ist aber nicht ganz so einfach wie in anderen Netzwerken. Im Vordergrund stehen bei LinkedIn persönliche Kontakte. Sehr spannend und absolut zukunftsfähig.

M: Welche Position hat **XING** innerhalb der Netzwerke?

F: XING ist mit 9 Millionen Usern und fast 1 Million Premium-Mitgliedern die Nummer Eins in Europa und als reines Business-Netzwerk zu verstehen. Eine Premium-Mitgliedschaft ist hier kostenpflichtig und bietet die Möglichkeit, neben Kontakten auch Gruppen anzulegen, für die man entscheiden kann, ob sie öffentlich – also auch über Google – gefunden werden können, oder ob sie nur von einem auserwählten Kreis eingesehen werden dürfen.

M: Und was bietet XING außerdem?

F: Noch einiges. Durch das Einstellen von beruflichen sowie privaten Daten in einem Profil kann man als Privatperson oder Unternehmer schneller und effektiver gefunden werden. Über diese Informationen hinaus kann man Kontaktwünsche als Gesuch oder als Angebot formulieren, was bei der beruflichen Weiterentwicklung und auch für das Neukundengeschäft von großem Vorteil sein kann. Was XING noch alles kann hat Stefan Schmidt-Grell, Director Product Marketing von XING, in einem Interview aufgeführt (Seite 30).



M: OK. Was genau ist dann **Yasni** oder **Werkenntwen?**

F: Jetzt kommen wir zu den Personensuchmaschinen, die deshalb sehr interessant sind, weil sie von Google gut gefunden werden. Der Hauptgedanke dahinter ist, dass man dadurch ein großes Netzwerk an Bekannten aufbaut. Durch Wahrnehmung und Aufmerksamkeit steigt die Reputation der Person, die unter anderem auch durch Artikel, Podcasts, Videos etc. gemessen wird. Und auch hier gilt: Erst überlegen, dann veröffentlichen.

M: Da hat sich ja wirklich einiges getan in den letzten Jahren und ich danke dir, dass ich jetzt einen ersten Überblick bekommen habe. Mir ist jetzt auch bewusst geworden, dass ich gar nicht bei allem mitmachen muss, sondern das für mich Wichtige herausselektieren kann. Wohl überlegt und gut vorbereitet natürlich.

F: Genau! Na dann auf eine neue Zeitrechnung mit Social Media und Marketing.

Das kleine Einmaleins für erfolgreiches Social Media

Liste erstellen: Wieviel Zeit verbringt ein Mitarbeiter oder gar mehrere mit folgenden Tätigkeiten pro Tag oder pro Woche?

Mails bearbeiten, Gruppen betreuen, Texte posten, Anfragen versenden, Profil pflegen, Verstöße melden, Kontakte einstellen, Threads löschen, tweets versenden, Artikel bewerten, bestätigen, Fotos und Videos reinstellen, Artikel schreiben, Statusmeldungen bearbeiten, Seminare einstellen

- » Was versprechen Sie sich von Social Media?
- » Was soll in einem Jahr passiert sein?

- » Was haben Sie schon gemacht im Bereich Social Media?
- » Wieviel Zeit und Mitarbeiter könnten Sie abstellen?
- » Wieviel Zeit brauchen Sie selber dafür?

Zwei Anmerkungen zum Schluss: Ihre potentiellen Kunden sind schon da. Auch wenn Social Media und Marketing für Sie derzeit keine Rolle spielt, sieht das Ihr Kunde ggf. ganz anders. Die meisten enden dann immer wieder mit Gorbatschow Worten: Wer zu spät kommt, der ... Ich ende lieber mit einer lustigen Metapher.

Kurz vor Anpfiff des Pokalendspiels kommt ein Mensch ziemlich außer Atem an das Kartenhäuschen. „Zu spät“, sagt die Kassiererin. „Das Stadion ist ausverkauft – bis auf den letzten Platz.“ – „Schön, dann geben Sie mir den!“

„Wir haben uns bei der Neugestaltung des Coaching-Magazins für die Agentur werdewelt entschieden, weil sie es verstehen, die Wünsche unserer Leser und unseres Unternehmens professionell umzusetzen. Das Ergebnis kann sich sehen lassen.“

Christopher Rauen



Design-Relaunch, Satz und Gestaltung des Coaching Magazin by www.werdewelt.info