

Tipps zum kommunikativen Umgang mit «Social Media»

Auch wenn die ganze Welt gegenwärtig über "Social Media" spricht: Halten Sie kurz inne und fragen Sie sich zunächst einmal, ob es überhaupt sinnvoll und gewinnbringend wäre, sich genau jetzt ins Web 2.0 zu werfen.

Bevor Sie die schöne neue Welt der Sozialen Netzwerke mitgestalten wollen, überlegen Sie sich genau, mit welchen Anwendungen Sie welchen Nutzen erzielen, mit welchen Sie optimal Kunden binden und Kontakte pflegen können - und welche - objektiv betrachtet - mehr Frust als Lust generieren könnten.

Auf jede mögliche Frage eine passende Antwort bereit halten

Der Nahrungsmittelkonzern, für den Sie arbeiten, stellt Schokolade her. Da ist es nur logisch, dass Sie ein Blog betreiben, auf dem Sie verlockende Rezepte zur Verarbeitung der süssen Köstlichkeit veröffentlichen. Wahrscheinlich werden es zufriedene und dankbare Hausfrauen und Hobbybäcker sein, die den Großteil Ihrer Leserschaft ausmachen. Doch eines Tages wird auch ein Besucher den Weg zu Ihrem Blog finden, der sich brennend dafür interessiert, ob die Kakaobauern in Südamerika eigentlich angemessen vergütet werden - und dann sollten Sie vorbereitet sein.

Zugegeben, wer sich in der Öffentlichkeit positioniert, der riskiert auch negatives Feedback, das war schon immer so. Doch wer sich in den Sozialen Medien bewegt, sollte sich noch stärker darum bemühen, im Voraus auf jede mögliche Frage eine passende Antwort zu haben. Denn das Leben im Netz ist schnell. Wer bei sich abzeichnenden Problemen zu spät reagiert, wer unberechtigte Vorwürfe nicht entkräften und berechtigte Kritik nicht angemessen aufgreift, der setzt seinen guten Ruf und im schlimmsten Fall den Erfolg des ganzen Unternehmens aufs Spiel. Mehr denn je gilt: Entwickeln Sie Problemlösungsstrategien, bevor die Probleme auftauchen. Schulen Sie sich und schulen Sie Ihre Mitarbeitenden. Denn so lange Sie befürchten müssen, dass Sie bei heiklen Themen hoffnungslos ins Schwitzen kommen, sollten Sie Ihr Engagement in den Sozialen Medien erst noch einmal zu überdenken.

Gut zu wissen, was ich eigentlich sagen will

In den Sozialen Medien geht es in erster Linie darum, Kontakte zu potentiellen Kunden zu knüpfen, Beziehungen zu Geschäftspartnern zu pflegen und den Gedankenaustausch mit Interessengruppen zu vertiefen. Beim Austausch mit so vielen Menschen stößt jede Planung irgendwann an ihre Grenzen. Umso wichtiger ist: Seien Sie sich Ihrer Botschaft sicher.

Eine gut ausgearbeitete Strategie ist ein solides Fundament. Es gibt Ihnen Halt und bewahrt Sie davor, den Überblick oder gar die Kontrolle über Ihre "Social Media"-Aktivitäten zu verlieren. Wer eine klare Botschaft und feste Ziele vor Augen hat, kann glaubwürdig und sicher die Bühne Web 2.0 betreten.

Stehen Entscheidungen an, können Sie diese schnell und effizient treffen. Wägen Sie auch ab, wie viele Mittel Sie für Ihren Auftritt in den Sozialen Medien investieren wollen. Falls es Ihnen gar nicht möglich wäre, auf besondere Ereignisse angemessen zu reagieren, sollten Sie Ihr Vorhaben noch einmal überdenken.

Controlling - Beobachten Sie die Szene

Sie können mit Microblogs wie Twitter nichts anfangen? Die Welt von Facebook raubt Ihnen zu viel Zeit, daher haben Sie sich entschlossen, Ihre digitalen Fußabdrücke zunächst nur in einem Blog zu hinterlassen? Kein Problem und durchaus nachvollziehbar - nur leider keine Rechtfertigung dafür, die anderen Sozialen Medien und Netzwerke einfach links liegen zu lassen. Halten Sie die Augen offen, seien Sie wachsam, beobachten Sie die "Szene". Denn es ist sehr schwer, wenn nicht gar unmöglich, sich vollkommen isoliert im Netz zu bewegen. Ihre Aktivitäten in dem einen Netzwerk können Auswirkungen in allen anderen Netzwerken nach sich ziehen - und das unmittelbar. Denken Sie bitte daran.

Individualität - Bleiben Sie auch digital unverwechselbar

Sie rufen eine Service-Hotline an. Sie sind schon froh, dass Sie nicht mit einem CRM-tool kommunizieren sondern einen Menschen dran haben. Doch egal, wen Sie sprechen, jeder gibt Ihnen die gleiche stereotype, leider unbrauchbare Antwort. Den Mitarbeitern der Hotline fehlt vor allem eines: ein Mindestmaß an Individualität. Vor dem Hintergrund dieser Erfahrung sollten Sie auch im Bereich der Sozialen Medien immer darauf bedacht sein, nicht steif und unnahbar zu wirken. Ob Sie nun chatten, bloggen oder sich eine Profilseite auf Myspace einrichten: Ihr Auftritt im Netz sollte mit einer persönlichen Note gewürzt sein. Wie viel Sie von sich preisgeben, bleibt Ihnen überlassen. Sich hierbei Grenzen zu setzen, ist aber sicherlich nie verkehrt. Sie wissen ja: Verschaffen Sie sich Klarheit über die Botschaft, die Sie aussenden wollen.

Kommunikationswille - Von 1.0 zu 2.0

Wer sich damit zufrieden gibt, dass seine Twitter-Beiträge keine Beachtung finden und weder verlinkt noch kommentiert werden, wer sich um die Zahl seiner "Fühlloser" keine Gedanken macht, der hat wahrscheinlich das falsche Medium gewählt. Twitter und die diversen anderen Sozialen Netzwerke sind nicht als Einbahnstraßen gedacht, sondern entfalten ihre volle Wirkung erst im Austausch mit anderen Nutzern. Das sollten sich vor allem die Unternehmen noch einmal ins Gedächtnis rufen, deren Twitter-Seiten und Weblogs bislang den Eindruck selbstproduzierter Bleiwüsten machen. Wer nicht die Lust, die Zeit und die Ausdauer hat, sich aktiv an dem sozialen Leben im Netz zu beteiligen, der ist bei den klassischen Medien sicherlich besser aufgehoben.

Verhalten - Reagieren mit Manieren

Auch wenn der Austausch mit anderen Nutzern oder mit Kunden ein essentieller Bestandteil der neuen Sozialen Medien ist, heißt das nicht, dass Sie sich ständig und zu jedem Thema mitteilen müssen. Wie im richtigen Leben, so gilt auch im Netz: vor allem angemessen auf sein Gegenüber reagieren. Nützliche Hinweise und Kommentare sollten Sie dankend beantworten. Obszönitäten und Beleidigungen dagegen darf man auch online getrost ignorieren.

Empfehlung - Ein Link sagt mehr als tausend Worte

Wenn das Web 2.0 eine Währung kennt, dann sind es Verlinkungen oder Empfehlungen. Sie stoßen auf eine gute Anwendung, lesen eine wichtige Nachricht oder entdecken einen interessanten Videoclip? Dann scheuen Sie sich nicht davor, diese Sache zu kommentieren, zu bewerten oder an Ihre Partner und Bekannten weiterzuleiten. Aber seien Sie auch hier wählerisch, und halten Sie sich an Ihr Konzept.

Erkennbarkeit – CD-Vogaben gelten auch bei den Sozialen Medien

Bei Ihren Broschüren und Ihrem Messestand, beim Briefpapier und beim Geschäftsbericht haben Sie sich doch auch was gedacht. An Ihrem zu Grunde liegenden Konzept der Außendarstellung muss sich ganz selbstverständlich auch Ihr Auftritt in den Sozialen Netzwerken unterordnen. Natürlich gibt es Unterschiede und zielgruppengerechte Ansprachen, doch sollte der rote Faden erkennbar sein. Ihre Philosophie muss also stets dieselbe sein, in welche Öffentlichkeit auch immer Sie gerade Ihre Fühler ausstrecken. Mit einem einheitlichen Auftreten vermeiden Sie es, missverstanden und falsch beurteilt zu werden.

Selbstbetrachtung - Schauen Sie sich ruhig mal auf die Finger

Zu guter Letzt: Überprüfen und bewerten Sie Ihr Verhalten, Ihre Vorgehensweise und Ihren Auftritt in den Sozialen Medien - nicht nur zu Beginn des Projekts, sondern kontinuierlich. Selbst mit regelmäßiger Kontrolle lassen sich Fehler nicht vermeiden, aber wenn schon etwas schief läuft, merken Sie es immerhin als Erster.

zellcom communications, Januar 2010