

TWITTER, FACEBOOK & CO. – REINE ZEITVERSCHWENDUNG?

Social Media ist eines der aktuellen gesellschaftlichen Schlagworte.

Dr. Cristian Gemmato, Kommunikationsexperte, wirft einen kritischen sowie humorvollen Blick auf die Entwicklung rund um Twitter, Facebook & Co.



TWITTER, FACEBOOK & CO. –

für die einen ist Social Media reine Zeitverschwendung. Für die anderen auch.

Eines vorweg: Ich bin kein Social Media Marketing Experte und werde es wohl nie sein bzw. werden. Warum? Weil ich dafür zu spät in dieses soziale Vernetzungswirrwarr eingestiegen bin. Zugegeben war ich ein XINGler (vormals openBC) der ersten oder maximal zweiten Stunde (wir schrieben das Jahr 2000), aber zum Netzwerken habe ich mich damals nicht berufen gefühlt. XING war ein Spielzeug, welches ich wie jedes Spielzeug anfänglich stark genutzt und dann irgendwo abgestellt habe. Vielleicht auch, weil ich erkannt habe, nicht wirklich der erste Mann am Mond zu sein.

Heute schreiben wir das Jahr 2010. Social Networks gibt es wie Sand am Meer. Und es scheint als würden täglich neue angeschwemmt werden. Eine Welle folgt der anderen. Gerne dürfen Sie jetzt mal raten wie viele es sind. Sie werden wohl schwer draufkommen. Es sind viele, sehr viele. Die meisten Anhänger hat wohl Facebook. Hier wurde am 5. Februar 2010 die 400-Millionen-User-Grenze überschritten –

und das nach 6 Jahren. Im Vergleich dazu die katholische Kirche. Ihr gehören weltweit etwa 1.147 Milliarden Mitglieder an (Stand 2007, Quelle: Annuario Pontificio). Wenn das so weitergeht haben wir auf der Welt bald mehr Facebook-User als Katholiken. Aber das ist ja nicht das Thema, obgleich es sicher interessant wäre hier ein wenig tiefer zu gehen. Das Thema, das uns wohl alle beschäftigt ist die Frage, ob Kommunikation in Social Medien nicht doch reine Zeitverschwendung ist?

Ich spiele jetzt einmal den advocatus diaboli und sage ganz frech: JA! Warum? Sofort! Jetzt werden die ersten Kommunikationsexperten und Befürworter aufschreien und mir sicher nicht nur Hals und Beinbruch wünschen. Meine Damen und Herren, bitte nicht gleich. Die Suppe wird ja bekanntlich nicht immer so heiß gegessen, wie sie gekocht wird. Weiterlesen. Das ist meine spontane Meinung und möglicherweise werde ich diese revidieren. Ich gehe das ganze jetzt einmal logisch durch.

Was Kommunikation per Definition ist, möchte ich an dieser Stelle nicht erklären. Dazu gibt es ja genug Wiki's (für all jene die noch nicht ganz 2.0 firm oder affin sind geht auch der Duden und Derivate daraus). Was Kommunikation für mich aus Überzeugung ist aber schon. Kommunikation ist nicht das was gesagt wird, sondern das was verstanden wird. Der Rest ist

unnützes Gerede. Conclusio: Twitter, Facebook & Co sind reine Zeitverschwender für all jene, die nicht wirklich relevantes zu sagen haben und für all jene, die relevantes zum Sagen haben, aber leider nicht wie Busfahrer denken. Denn im Web 2.0 gilt es Menschen dort abzuholen, wo sie stehen. „Sprich zu mir“ ist out. „Sprich mit mir“ ist in. Also, mit der Zielgruppe reden, aber vor allem zuhören. Das ist sinnvolle Kommunikation im Social Web. Wer es richtig macht, hat plötzlich die Chance eine sehr große Anzahl von potentiellen Kunden zu erreichen. Social Media sind neue Werkzeuge. Der Umgang damit muss gelernt sein. Ein Hammer kann beispielsweise auch gute Dienste erweisen - um einen Nagel in die Wand zu schlagen. Derselbe Hammer kann aber auch weh tun, wenn man sich damit auf den Schädel klopft. Social Media haben das Kommunikationsverhalten in den letzten Jahren stark verändert. Die neuen technischen Möglichkeiten sich zu vernetzen sprechen die heutige Generation an. Eine, die Autonomie und Selbst-



bestimmung sehr hoch schätzt. Diese Menschen tauschen sich jetzt mehr und intensiver untereinander aus. Ich bin mir sicher, es wird gerade jetzt auch über Sie gesprochen. Wissen Sie eigentlich was? Wissen Sie, was Ihre Kunden über Sie im Internet erzählen? Über Sie persönlich? Über Ihre Marke? Über Ihr Produkt? Vielleicht sind es sogar Ihre eigenen Mitarbeiter, die „privat“ über Ihr Unternehmen mit anderen sprechen. Im Idealfall positiv. Das wäre gut. Nein, das wäre optimal. Denn das stärkt Ihnen den Rücken. In der Regel aber wird mehr geschimpft – oftmals mit Pauken und Trompeten.

Auch wenn viele sagen, Twitter, Facebook & Co seien sinnlos, belanglos, kindisch und exhibitionistisch, unterschätzen darf man diese Phänomene nicht. Twitter versammelt Menschen. Virtuell und auch real (Twitter Lesungen, Twitter Abende, Twit-tagessen ...). Twitter erzeugt kollektive Intelligenz, geht es doch hauptsächlich (im Gegensatz zu Facebook) darum, mit Wissen zu strahlen. Warum also, nicht selber dabei sein. Nahmhafte Unternehmen zwitschern bereits. @DBKkarriere beispielsweise rekrutiert ausschließlich via Web 2.0. oder @chio_de (ja, die Chips). Aber auch @Fressnapf oder die @voestalpine. Die einem mit mehr und die anderen mit weniger Erfolg. Bei Facebook ist es nicht anders. Als einmal (in Deutschland) ein Facebook-Freund sich über seine Bank im Internet über ein Problem beschwert hatte, staunte er nicht schlecht, als Tage später ein Betreuer dieser vor seiner Haustür stand, um das „Problem“ zu lösen.

WAS BEDEUTET DAS FÜR SIE:

Kommunikation über Twitter & Co. darf nicht undiszipliniert, unorganisiert und unkontrolliert erfolgen. Einfach planlos twittern oder auf Facebook posten – das ist eindeutig für die Katz (und die kann einem nicht einmal folgen bzw. wird sicher nicht zum Freund). Das Gegenteil ist die Verfolgung eines klaren Konzeptes mit dazugehörigem Ziel (authentische Selbstdarstellung inklusive). Nun frage ich Sie, wie es mit Ihrem Kommunikati-

onsziel 2.0 aussieht? Erreicht? Nein? Schade und gut. Schade, denn dann verschwenden Sie Ihre Zeit. Gut, denn dann sind Sie ein Fall für einen „Wie erreiche ich mein Kommunikationsziel 2.0“ Ratgeber. Auch wenn derartige Ratgeber zigfach im Internet zu finden sind, hier mein ganz persönlicher (woanders nicht zu finden, sondern exklusiv nur hier. Ich teile mein Wissen nicht mit jedem).

DIE 7 SÜNDEN DIE TWITTER & CO ZUR REINEN ZEITVERSCHWENDUNG MACHEN:

1. Sie setzen auf Bekanntheit. Tschernobyl ist auch bekannt – kein Mensch würde dort aber freiwillig Urlaub machen. Setzen Sie lieber auf Begehrlichkeit. Warum sollen Menschen da draußen genau Ihnen folgen bzw. Ihr Fan werden?
2. Sie wollen alles können. Sie müssen im Netz nicht alles können – nur eins und das „besser“ als die anderen. Machen Sie es beispielsweise wie die Schriftstellerin Mia Bernstein (@miabernstein). Ihr Buch „Erdbeerflecken“ ist durch Twitter bekannt, verkauft und zigfach gelesen worden. Sogar ich habe es gelesen.
3. Sie sind kein Original. Wenn eine Ente wie eine Ente watschelt und wie eine Ente aussieht, jedoch nicht nur quakt, sondern ab und zu auch bellt, was ist das? Es gibt genügend Accounts die ein solches Bild vermitteln. Es genügt nicht, sich ein „billiges“ Markenmäntelchen umzuhängen! „If you don't love it, don't do it“ ist ein weiser Zugang.
4. Sie erfinden sich täglich neu. Was einmal gut ankommt wird es auch ein zweites, drittes und viertes Mal tun. Warum also das Rad jedes Mal neu erfinden?

5. Sie haben keine Geduld. Langfristig denken und konsequent handeln. Ihr eigener Stil ist gefragt. Schon Frank Sinatra hat dies erkannt und wie folgt zum Ausdruck gebracht „Das Publikum reagiert wie eine Frau. Bist du mittelmäßig, ist es vorbei.“
6. Sie sind kein Held. Erzählen Sie Ihre eigene Geschichte und seien Sie darin der Held. Ihre persönliche Geschichte kann Ihnen keiner – gar keiner - nachmachen. Sollte sie nicht stimmen, dann darf sie zumindest gut erfunden sein. Machen Sie es beispielsweise wie Ben Miller (@bensen) und positionieren Sie sich. @bensen hilft Ihrem iPhone, iPad & iPodTouch. Nicht mehr und nicht weniger. Auch mir hat er geholfen und ist deshalb mein Held.
7. Sie neigen zur Übertreibung. Das Richtige sagen und das Falsche nicht sagen. Das ist die Kunst der Kommunikation – nicht nur bei Twitter. Achten Sie auf Ihre Glaubwürdigkeit. Machen Sie es beispielsweise wie ...

AM BESTEN SIE MACHEN SICH SELBST

Wissen Sie was: Am besten Sie machen sich selbst ein Bild. Wenn Sie schon im Web 2.0 sind, dann beherrschen Sie mit Sicherheit schon den „natürlichen“ Auslese-Mechanismus. Wenn Sie neu sind, dann werden Sie schnell draufkommen, dass Übertreiber, Keiler, Spammer und & Co. schnell entlarvt und konsequent geblockt werden.

Mit dieser sündenfreien Lebensweise werden Sie schnell erkennen, dass Kommunikation 2.0 einen riesen Spaß machen kann. In den Olymp gelangen Sie, wenn sie die 8. und größte Sünde (= Erbsünde) auch gleich vermeiden. Halten Sie sich ganz strikt an KEINE Regeln und machen Sie einfach Ihr Ding. Was Ihnen gut tun kann, soll Ihnen mehr als recht sein. Ich bin mir sicher, dass sich da und dort Menschen finden lassen, die an Ihrem Accounts und vor allem an Ihnen als Unternehmen und Mensch interessiert sind. Diese anzusprechen wird für Sie ein Kinderspiel sein. Egal wie und warum Sie Social Networks nutzen. Dann klappt es auch mit der eigenen Online-Reputation.

mit kreativen absichten.
Cristian Gemmato

dr cristian gemmato
markenstrategie und markenkreation



office@gemmato.com



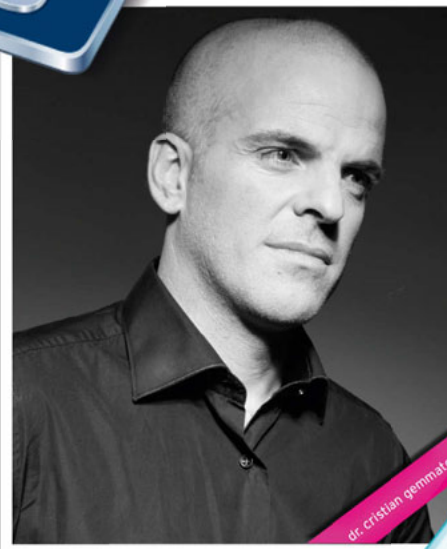
www.gemmato.com/www.slogisch.com



@CristianGemmato/@ginocultura



CristianGemmato



AVL-INSTITUT
Beratung.Training.Kommunikation GmbH
A-4114 Neuhaus 9
Tel: 07232/3065-0
www.avl-institut.at

|| Analysieren || Verstehen || Lösen