

Social Media: Man muss den Menschen spüren!

Der häufigste Fehler, den Firmen im Social Web machen? Nicht zuhören. Ana Znidar über den Umgang mit Neuen Medien.

VON MARLENE KLADNIK

Firmen, die online nicht präsent sind, sind auch meistens in den Köpfen der Menschen nicht vorhanden. Empfehlungsmarketing wird ein immer größeres Thema, vor allem für Einzelunternehmer und KMUs. Ana Znidar ist davon überzeugt, Unternehmen müssten spätestens jetzt damit anfangen, Social Media zu nutzen – sonst verlören sie den Anschluss. „Die meisten haben sich bisher nicht die Zeit genommen, sich damit zu beschäftigen. Viele haben auch Angst und brauchen eine kleine Starthilfe“, meint sie. Deshalb veranstaltet die Anglistik- und Publizistikabsolventin einen Social-Media-Workshop für Buchautoren, Unternehmer und die, die es noch werden

wollen. Inhalt: Eine Strategie für einen professionellen Online-Auftritt entwickeln und Berührungspunkte abbauen.

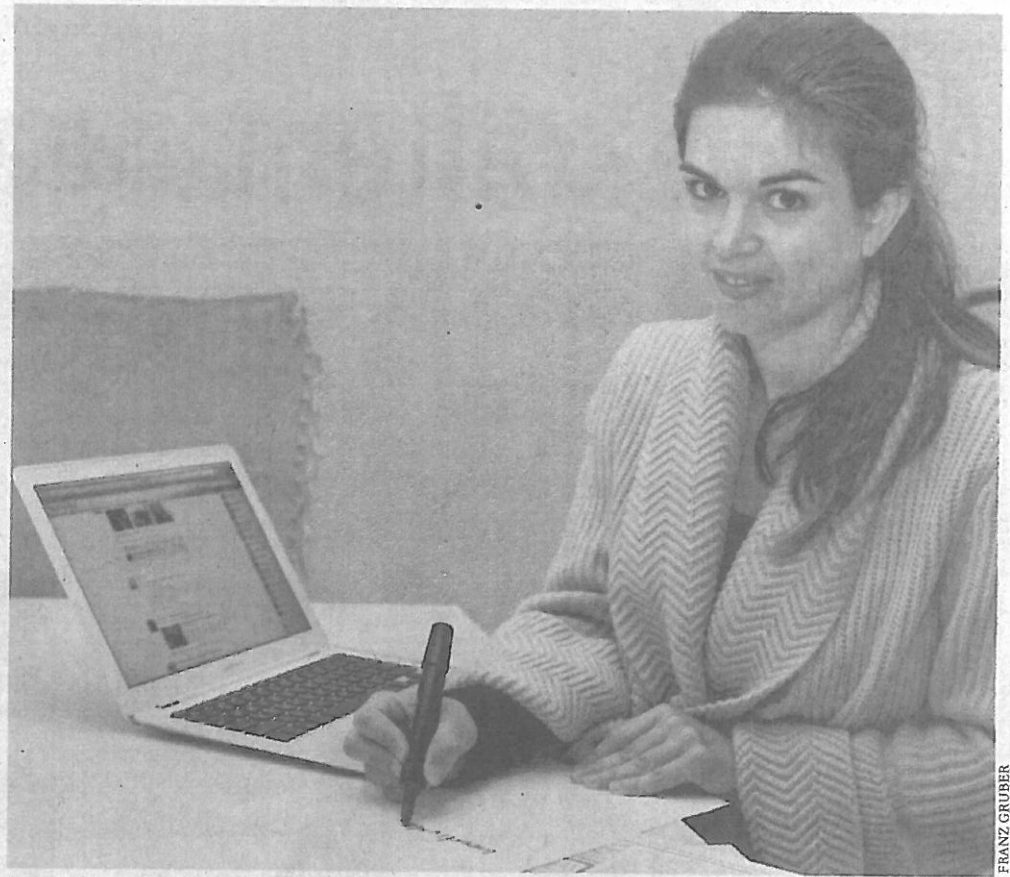
Gemeinsamkeiten Znidar leitete bisher Seminare für kreatives Schreiben, wie zum Beispiel einen Short-Story-Kurs. Sie sieht viele Gemeinsamkeiten zwischen einer guten Online-Präsenz und gutem Geschichteschreiben: „Man kann bei beidem als Person nicht im Hintergrund bleiben, so wie das manche gerne würden. Sowohl in einer guten Geschichte als auch bei einer guten Facebook-Seite muss man den Autor, den Menschen dahinter spüren. Wissen, was ihn aufregt, was er lustig findet.“ Außerdem müsse man, egal, was man schreibt, einen Schnittpunkt finden zwischen den eigenen Interessen und denen der Leser, sagt Ana Znidar. Allzu privat darf es also nicht werden.

Stimme finden „Will man die Welt der Social Networks eintauchen, ist Zuhören am wichtigsten.“ Die Trainerin gibt jedem Unternehmen

den Rat, nicht gleich mit dem Posten anzufangen, sondern zu beobachten, wie sich die Community auf einer Plattform verhält, was sie bewegt und wie sie schreibt. Dann müsse man seine eigene „Stimme“ finden. Diese Stimme sollte sowohl für die engsten Freunde als auch für (potenzielle) Kunden passen und vor allem: authentisch sein.

Fehler Der häufigste Fehler, den Unternehmen in sozialen Netzwerken machen: Sie hören nicht genug zu. Und sie verwenden nicht die Sprache, die ihre Zielgruppe braucht, sondern PR- und Marketingfloskeln. Diese funktionierten auf Facebook, Xing und Twitter garantiert nicht, erklärt die Expertin. Oft werden auch nicht genug Zeitbudgets eingeplant: „Dass Marketing auf Sozialen Netzwerken ohne Kosten ist, ist eine Illusion“, meint sie. Eine professionelle Online-Präsenz ist eine Menge Aufwand. „Es gibt Unternehmen, die mehrere Angestellte für ihre Social-Media-Betreuung haben.“

INFOS: www.writersstudio.at.



FRANZ GRUBER

Ana Znidar: „Social Media braucht eine eigene Sprache. Und Commitment“

Infos: Workshop für Social Media

Termine Herbst 2011: 14. und 15. Oktober, 4. und 5. November

Frühling 2012: 11. und 12. Mai, 15. und 16. Juni

Ort im Writers' Studio Wien, Pramerlgasse 21, 1090 Wien

Kosten Zwei Monatsraten zu je 309 Euro. Rabatt für Frühbucher

Infoabend Kostenlos, am 6. Oktober um 19 Uhr im Writers' Studio.

Ana Znidar: Die Schreib-Trainerin

Zur Person Anna Znidar veranstaltet Workshops zu den Themen „Creative Writing“ und „Social Media Writing“ im Writers' Studio Wien und an „inspirierenden Plätzen“ wie der Toskana. Sie hat Publizistik und Anglistik studiert und Schreib-Ausbildungen an den Unis Harvard und Wellesly absolviert. Weiters kann sie auch Lehrerfahrung in den USA und in Österreich vorweisen.

Tipps: Nie PR- und Marketing-Sprache

Wichtig: Immer mit Herzblut schreiben. Ganz nach dem Motto: „Was mich bewegt, bewegt auch den Leser.“ Außerdem: Niemals PR- oder Marketing-Sprache verwenden, das zieht im Social Web garantiert nicht. Und: Die Seite oder das Profil muss leben und wachsen. Dafür muss es regelmäßig Postings geben. Für Firmen heißt das: strategische Planung und Commitment.