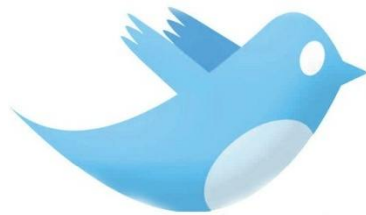




Der Twitter-Knigge für Verbände und Unternehmen



Jetzt kostenlos beraten lassen!

Telefon: (0 800) 589 09 79 oder e-Mail: a.kiechle@verbaende24.net



Der Twitter-Knigge für Verbände und Unternehmen

An dem Kurznachrichtendienst Twitter kommt man in der Medienwelt derzeit einfach nicht vorbei. Auch sehr viele Verbände nutzen Twitter, und zwar auf sehr unterschiedliche Art und Weise. Einige beschränken sich darauf, ihre normalen Web-Artikel nun auch noch über Twitter zu veröffentlichen, andere lassen ihre Mitarbeiter Banales aus der Kantine twittern. Wieder andere twittern nur, was die Chefetage hochhoffiziell abgesegnet hat. Wir haben eine kleine Liste der häufigsten Fettnäpfchen und besten Tipps für die Einsteiger unter den Verbands- und Firmen-Twitterern zusammengestellt.

1. Probieren Sie es einfach mal aus!

Twitter kostet nichts, noch nicht einmal viel Zeit. Wenn Sie in ihrem Unternehmen bisher noch nicht twittern, gibt es keinen Grund, es nicht einfach mal zu probieren. unter www.twitter.com ist ruckzuck ein Konto angelegt und los geht's. Formale Regeln gibt es nicht, außer dass die Länge von 140 Zeichen pro Nachricht (Tweet) nicht überschritten werden kann. Tipp: Suchen Sie doch zuerst mal über die Suchfunktion, wer von Ihren Kollegen und Kunden schon alles bei Twitter ist.

2. Machen Sie einen Plan!

Es ist völlig Okay, am Anfang einfach mal drauflos zu twittern, wie oben beschrieben. Sobald Sie Twitter aber für Ihren Verlag oder Ihre Firma einsetzen wollen, sollten Sie sich ein paar Gedanken machen. Was will ich mit Twitter erreichen? Will ich Reichweite für meine Website, will ich es als Verkaufskanal nutzen, zur Kundenbindung oder will ich etwas über meine Kunden und Leser erfahren? All dies ist möglich. Was soll auf keinen Fall getwittert werden? Wer in der Firma könnte Twitter federführend betreuen? Schreiben Sie sich Ihre Vorstellungen Punkt für Punkt auf. Das hilft auch ihren Mitarbeitern, wenn Sie ein Gerüst für den Umgang mit Twitter an der Hand haben.

3. Ein Social-Media-Kodex hilft!

Sie können sogar einen Social-Media-Kodex aufstellen. Oder einen Leitfaden oder wie immer Sie das nennen wollen. Es geht dabei immer darum, der Firma und den Mitarbeitern einen verbindlichen Rahmen für die Twitter- oder sonstigen Social-Media-Aktivitäten an die Hand zu geben. In so einem Kodex oder Leitfaden sollte geregelt sein, was man nicht tun darf, z.B. Privates über den Firmen-Account twittern oder banale Themen aus dem Kollegenkreis (so genannte Kantinen-Tweets: Heute wieder nur Kohlrouladen – würg...“). In einem Kodex kann auch geregelt sein, wie innerhalb der Firma mit Facebook umgegangen wird. So könnte z.B klar definiert werden: Mail oder Status-Updates via Facebook während der Arbeitszeit sind OK, zeittressende Spiele wie Farmville oder Mafia Wars sind definitiv nicht OK.

4. Vertrauen Sie Ihren Mitarbeitern!

Sind verbindliche, klare Richtlinien erst einmal formuliert, sollten Sie Ihren Mitarbeitern ein gehöriges Maß an Vertrauen entgegenbringen. Nicht gleich jemanden zurechtweisen, wenn am Anfang bei Twitter etwas falsch läuft. Und bloß nicht den Eindruck erwecken, als wolle man alles kontrollieren. Und, ganz wichtig: sich nichts vor der Veröffentlichung zeigen lassen. Das schafft eine Atmosphäre des Misstrauens und der vorausseilenden Langweiligkeit. Sie wollen ja, dass Ihre Mitarbeiter gut motiviert mit den Kunden und Lesern via Twitter kommunizieren und keine Büro-Duckmäuser heranzüchten.



Der Twitter-Knigge für Verbände und Unternehmen

5. Entdecken Sie die Möglichkeiten!

Einmal angefangen gibt es vieles, womit Sie bei Twitter experimentieren können. Das fängt an bei so genannten Twitter-Desktop-Clients. Das sind kleine Programme, die es ermöglichen, Twitter ohne Aufrufen der Website vom Desktop des Computers aus zu steuern. Je nach Einstellung, können sie sich auch alarmieren lassen, wenn ein neuer Tweet veröffentlicht wird. Auch besteht die Möglichkeit über Dienste wie [Twitpic](#), [yfrog](#) oder [TweetPhoto](#) Bilder bei Twitter zu übermitteln. Besonders charmant ist der mobile Einsatz von Twitter. Für Smartphones wie Apples iPhone oder Blackberrys gibt es eigene Twitter-Programme für unterwegs. Aber die mobile Website von Twitter lässt sich auch von fast jedem anderen Handy mit Internet-Funktion aufrufen. Und zur Not lässt sich Twitter auch ganz altmodisch mit einer SMS aktualisieren.

6. Nicht nur lesen, auch mitmachen!

Twitter ist ein Bestandteil des Web2.0, des so genannten Mitmach-Internet. Und genau dies sollte man auch tun: mitmachen. Twitter entfaltet sein Potenzial erst, wenn Sie selbst aktiv teilnehmen und nicht nur lesen, was andere so von sich geben. Am Anfang ist es vielleicht sinnvoll, ein bisschen zurückhaltender mit eigenen Äußerungen zu sein. Aber wenn man sich sicher fühlt, sollte man sich auch als Unternehmen an Unterhaltungen via Twitter beteiligen. Kunden und Leser fühlen sich ernst genommen, wenn auf ihre Anfragen via Twitter schnell und unkompliziert reagiert wird. Dies schafft ein Gefühl der Nähe zum Unternehmen und ist ein tolles Werkzeug für Kunden- und Leserbindung.

7. Folgen Sie vielen!

Nur keine Scheu, es empfiehlt sich, bei der Auswahl der Twitterer, denen man folgt, nicht zu zimperlich zu sein. Erstens bekommen Sie auf diese Weise viele Infos, zweitens wird jeder dem Sie folgen mit einer E-Mail darauf aufmerksam gemacht. Dies hat den angenehmen Nebeneffekt, dass die Leute es mitbekommen, dass Sie selbst jetzt bei Twitter aktiv sind. Die Chancen stehen meistens gut, dass viele Ihnen zurückfolgen. Auf diese Weise können sie beginnen, ihr Publikum bei Twitter zu suchen und aufzubauen.

8. Organisieren Sie Twitter!

Je mehr Personen oder Einrichtungen man folgt, desto unübersichtlicher wird es freilich auch, die ganzen Tweets zu lesen. Bevor Sie im Info-Überfluss untergehen, greifen Sie zu einem Tool, das den Twitter-Fluss für Sie kanalisiert. Mit einem Programm wie [Tweetdeck](#) können Sie ihre Tweets thematisch oder nach Personen sortieren lassen und fein säuberlich gegliedert in Spalten anzeigen lassen. Sehr empfehlenswert. Eventuell könnte es auch sinnvoll sein, mehr als nur einen Twitter-Account einzurichten. So ist es praktisch, über einen Account automatisch des RSS-Feed der eigenen Website laufen zu lassen und einen zweiten Account persönlich zu betreuen.



Der Twitter-Knigge für Verbände und Unternehmen

9. Nutzen Sie die Suchfunktion!

Twitter ist nicht nur ein Kommunikations- und Nachrichten-Werkzeug, sondern auch ein prima Recherche-Hilfsmittel. Einfach mal bei der Twitter-Suche den Namen des eigenen Verlags oder den der lieben Konkurrenz eingeben und staunen, was dazu schon geschrieben wurde. Twitter bietet Echtzeit-Kommunikation. Als Archiv ist es daher nur bedingt zu gebrauchen. Will man aber Stimmungsbilder oder Kommentare zu aktuellen Themen oder neuen Produkten, so ist die Suchfunktion von Twitter unschlagbar. Eine Art Instant-Marktforschung im Internet.

10. Benennen Sie einen Verantwortlichen!

Das muss nicht sofort geschehen und man muss als Mittelständler in Buxtehude auch nicht gleich die Stelle eine Social Media Officers schaffen. Aber genau wie ein Leitfaden oder ein Kodex enorm hilfreich sind, ist es auch von Nutzen, wenn sich jemand im Unternehmen verantwortlich fühlt. Nach einer Aufwärmphase kristallisiert sich wahrscheinlich heraus, welche Mitarbeiter sich besonders für Twitter interessieren und wer somit in Frage kommt, sich künftig darum zu kümmern. Man sollte niemanden zwingen, der nichts damit anfangen kann. Die Twitter-Verantwortung wäre beispielsweise auch etwas, was ein Azubi prima übernehmen kann. Der Twitter-Verantwortliche sollte ein Auge auf den Firmen-Account haben, einfache Anfragen von Kunden, Leser und Followern schnell beantworten oder Fragen an Kollegen weiterreichen. Auch sollte der Twitter-Verantwortliche organisieren, dass immer mal wieder Infos da sind, die via Twitter veröffentlicht werden können.

Nun gibt es noch den Link zu einer E-Mail-Korrespondenz, die sehr eindrücklich klar macht, wie es auf gar keinen Fall laufen sollte. Egal ob erfunden oder authentisch. Der E-Mail-Dialog ist symptomatisch für Entscheidungswege in so manchem größeren Unternehmen: Trendopfer – „Wenn Unternehmen twittern“

[Zum Link](#)

Auf verbaende24.net finden Sie ein Verzeichnis der twitternden Verbände. Schauen Sie doch mal, wer von Ihren Verbandskollegen schon in unserem Twitter-Verzeichnis gelistet ist. [Zum Twitter-Verzeichnis!](#)



Stefan Winterbauer ist fester Autor beim Online-Medienmagazin [MEEDIA](#). Spezialgebiete: Der digitale Wandel von Printmedien, digitale Geschäftsmodelle, Netzkultur und Social Web. Als freier Journalist und Autor schreibt Winterbauer unter anderem für die "Welt am Sonntag", "Süddeutsche Zeitung", "medium magazin", "Wirtschaftsjournalist" "acquisa" und seit Anfang November für "fachmedien.net". Darüber hinaus moderiert und hält er Fachvorträge. Stefan Winterbauer war auch Referent beim letztjährigen [Rheingauer Verlegertag](#) mit dem Thema "Der Wandel in der Marketing orientierten Medienwelt".



Über uns

VERBAENDE24 ist eine Produktlinie der vertriebsunion meynen GmbH & Co. KG

Die vertriebsunion meynen kann auf mehr als dreißig Jahre Erfahrung als B2B Servicepartner für verschiedene Branchen mit Schwerpunkt auf Fachverlage zurückgreifen. Unsere Kunden profitieren von eigens entwickelten Softwarelösungen wie die „[mediaBase](#)“ und innovativen Servicekonzepten. Der Kunde kümmert sich um sein Kerngeschäft, den Rest übernehmen wir!

Unser Angebot deckt die Basics der Verbandsarbeit vollständig ab – von der Mitgliedergewinnung und -verwaltung über Mitgliederservice (Call-Center) bis zum Versand von Rundschreiben und Verbandspublikationen.

Gerade in konjunkturell anstrengenden Zeiten wächst der Druck auf Verbände und Organisationen. Mitglieder hinterfragen den Gegenwert ihres Beitrages und fordern immer mehr Leistungsangebote. Als B2B-Servicepartner mit Fokus auf Fachverlage und Verbände entwickeln wir gemeinsam mit unseren Partnern individuelle und zielgerichtete Servicelösungen für Ihre Organisation.

Unsere Leistungen im Überblick:

.solutions		
.service	.media	.net
Mitgliederverwaltung- /Aktivierung	E-Mail	Newsportal
II / Datenbank	Online	Website / Tracking
Lettershop / Versandservice	Plakat	Community / Networks / Shop
Sonstige	Sonstige	Sonstige



Ich freue mich über Ihren Anruf!

(0 800) 589 09 79

Ihr
Andreas Kiechle

Veröffentlichen Sie kostenlos Ihre Pressemeldungen - www.verbaende24.net