SO GEHT'S: SCHREIBEN FÜR SOCIAL MEDIA

Veröffentlicht am 18. Mai 2012 von Annette

Eine Facebook-Fanpage oder ein Account bei Twitter und Google+ sind schnell erstellt. Aber jetzt fängt die eigentliche Arbeit erst an, denn ein Social Media Account will gepflegt werden. **Aber was schreibt man als Unternehmen in seinen Facebook-, Google+- oder Twitter-Status?** Wie kriegt man Reaktionen von seinen Fans? Was wird "geliked" und geteilt? Wie schafft man es, nicht übersehen zu werden?

Schreiben für Social Media unterscheidet sich stark von anderen Formen der Unternehmenspublikation. Deswegen lohnt es sich, sich einmal genauer anzuschauen, worauf es bei einem Post in den sozialen Netzwerken ankommt:

1. Fassen Sie sich kurz.
Für die sozialen Medien ist es essentiell, dass der Text, den Sie schreiben, kurz ist. Benutzer, die sich in sozialen Netzwerken bewegen, können zwischen unendlich vielen Nachrichten auswählen. Aufgrund dieses Überangebots wollen Benutzer die Nachrichten, die ihnen präsentiert werden, **schnell und umkompliziert aufnehmen** können. Twitter bietet diesbezüglich einen Vorteil, denn hier kann man sowieso nicht mehr als 140 Zeichen schreiben. Bei Facebook oder Google+ empfiehlt es sich, sich wesentlich kürzer zu fassen, als die maximale Statuslänge erlaubt. Streichen Sie unnötige Füllwörter, die keine relevante Information zu dem Post beitragen.

2. Posten Sie etwas Interessantes.
Stechen Sie aus der Masse hervor. In der Datenflut, die die sozialen Netzwerke jeden Tag verursachen, muss man sich hervorheben, um gesehen zu werden. Das ist leicht gesagt, aber schwer getan? Nicht unbedingt. **Überlegen Sie sich, was Ihren Benutzern irgendeine Form von Mehrwert bringen könnte.** Als Beispiel: Teilen Sie einen Link, von dem Sie glauben, dass Ihre Fans ihn interessant finden könnten; schreiben Sie einen Ratgeber oder ein Tutorial oder nehmen Sie ein

Video dazu auf oder teilen Sie ein Zitat, dass Sie inspiriert hat.

Was auch sehr gut funktioniert: **Locken Sie die Benutzer aus der Reserve und provozieren Sie eine Reaktion.** Stellen Sie eine Frage oder fordern Sie zur Handlung auf. Eine Studie hat vor Kurzem deutlich gemacht, dass **Fragen an die Leser** zu den Top 3 der beliebtesten Beiträge in sozialen Netzwerken zählen. Schreiben Sie zum Beispiel "Was würdet Ihr gerne auf dem Cover unseres neuen Albums sehen?" oder „Wenn Ihr euch genauso auf das bevorstehende Konzert freut, dann klickt 'Gefällt mir'!".

3. Bleiben Sie freundlich und interagieren Sie.
Vergessen Sie niemals, dass Sie es auch bei Social Media mit echten Menschen und Kunden zu tun haben. Also bleiben Sie **genauso freundlich, wie Sie es in einer echten Konversation wären** und denken Sie daran, dass alles, was Sie und andere schreiben, für viele Menschen sichtbar ist und im Zweifel auch lange sichtbar bleibt oder verbreitet wird. Wenn Sie sich tatsächlich mit Ihren Fans unterhalten und auf sie eingehen, wird dies auch die Aktivität Ihrer Social Media Präsenzen erhöhen. Eine gute Balance aus Posts, die nur **informieren** („Wir eröffnen im Mai unsere neue Filiale in Bonn.") und Posts, die zur **Konversation mit den Nutzern anregen** („Wir überlegen, vegetarische Currywurst in unsere Speisekarte aufzunehmen. Was haltet Ihr davon?"), ist optimal.

Soziale Netzwerke sind aus dem Marketing nicht mehr wegzudenken. Wenn man die oben genannten Regeln beachtet, kann man sie als Unternehmen nicht nur sinnvoll und gewinnbringend nutzen, sondern auch noch Spaß an der Konversation mit Fans, Kunden und Partnern haben.

Was haben Sie für Erfahrungen mit eigenen Beiträgen in sozialen Netzwerken gemacht? Fällt es Ihnen leicht, Material für Posts aufzustöbern? Wo finden Sie Inspiration? Wir freuen uns auf Ihre Kommentare!

THUMBNAIL IMAGE: PENCIL VON SIMO UBUNTU VIA CC BY-SA 2.0