

Das Angebot im Internet ist so gross wie schnelllebig. Ständig kommen neue Trends auf, Der erfahrene User muss dennoch nicht stets bei Null anfangen. Seine Erfahrungen kann er auch auf andere Plattformen anwenden:

## 1. TECHNIK

«Wie funktioniert das?»

Den meisten Online-Plattformen liegt eine ähnliche Struktur zu Grunde: Ein User-Profil wird mit einer Mail-Adresse angelegt und unter der Rubrik «Einstellungen» verwaltet.

Wenn man eine Funktion mal nicht findet, schafft Google Abhilfe. Meistens hatten schon andere User die gleichen Fragen und so reicht z.B. eine Suche nach «Twitter Hintergrundbild ändern», um an nützliche Tipps zu kommen.

## 2. BERUF & PRIVATLEBEN

«Wie stark verbinde ich Berufliches mit Privatem?»

Berufliche Netzwerke können online erfolgreich gepflegt werden. Ganz weglassen muss man Privates nicht. Profile wirken so sympathischer. Ein Mass an Seriosität sollte aber beibehalten werden.

Das Verhältnis von beruflichen und privaten Inhalten ist Abwägungssache. Bei vielen Freunden/Kontakten ist es sinnvoll, diese in Listen oder Gruppen zu sortieren. Dann kann gezielter gepostet werden.

Um Probleme zu vermeiden, gilt nach wie vor: Erst denken, dann posten.

## 3. PROFIL

«Was und wen repräsentiere ich?»

Profilangaben können gezielt eingesetzt werden. Wer eine repräsentative Aufgabe hat, kann diese gut in Online-Profilen sichtbar

machen (zum Beispiel: Kommunikationsbeauftragter XY). Relevante Interessen schärfen das Profil. Geben Sie Ihre Website, andere Profile und Kontaktdaten an und verweisen Sie auf Ihrer Website auf das Profil.

## 4. ZIELPUBLIKUM

«Welche Leser/Kontakte will ich ansprechen?»

Das hängt von Ihren Interessen und Ihrem Umfeld ab. Vor allem, wenn Sie beruflich kommunizieren, sollten Sie diese Frage im Hinterkopf behalten, damit Sie zielgruppengerecht posten. Dies gilt für Inhalte, Tonalität und Vorwissen.

## 5. INHALTE

«Über was will ich überhaupt sprechen?»

Gerade bei (privaten) Personen-Profilen kristallisieren sich mit der Zeit Themen heraus, über die man gerne berichtet. Häufig sind es Ideen und Beobachtungen aus dem Alltag. Nicht selten sind es auch Bilder, Gedanken oder weiterführende Links.

Möglichkeiten gibt es viele. Experimentieren Sie und pflegen Sie den Dialog.

## 6. TON & STIL

«Wie spreche ich meine Leser/Kontakte an?»

Die Ansätze sind individuell. Je nach Persönlichkeit verspielt, emotional, dokumentarisch oder auch etwas provozierend.

- Versuchen Sie Ironie klar zu signalisieren.
- Verwenden sie Modalwörter.

Die Aufmerksamkeitsspanne im Web ist kurz. Holen Sie die Leser mit kurzen und klaren Posts ab.

Berücksichtigen Sie das Vorwissen der User. Text und Bild sollten möglichst selbsterklärend sein (hängt auch vom Spezialisierungsgrad der Leserschaft ab).

## 7. KRITIK

«Hilfe, was tu ich jetzt?!»

Reagieren. Beanstandete Einträge eher nicht löschen oder nur, wenn Fehler eingestanden und Löschung kommuniziert wird. Transparenz vermeidet weitere Missverständnisse.

- Bei berechtigter Kritik: Verständnis signalisieren. Entschuldigen.
- Bei Missverständnissen: Darauf eingehen und klären. (Auch hier Verständnis zeigen).
- Bei Trollen (böswillige, ungerechtfertigte Kritik): Diskussion vermeiden. Grenzen setzen, dabei aber sachlich bleiben. Nur im äussersten Fall löschen oder Person sperren.

## 8. ERFOLG

«Was ist Erfolg und wie werde ich erfolgreich?»

Erfolg ist, wenn die Online-Zeit Früchte trägt. Zum Beispiel: Neue Kontakte und Ideen oder verständliche und niederschwellige Kommunikation. Erfolg stellt sich nicht umgehend ein. Haben Sie Geduld.

«Was funktioniert?»

- Emotionen: Machen neugierig und sprechen User an.
- Blickfang/Bilder: Sagen mehr als tausend Worte, sind schnell geteilt und verbreitet.
- Vernetzung: Unverbindliche Kontakte helfen später bei Fragen und können die Reichweite erhöhen.
- Gesichter statt Institutionen: User verbinden sich eher mit Personen als mit Institutionen.