

Glossar

Hyperlinks (Kurz auch „Link“) = kommt vom englischen Wort to link = verbinden, verknüpfen, verweisen. Auf Deutsch könnte man es mit „digitalem Querverweis“ übersetzen, mit dem man im Internet von einer Seite auf eine andere Seite springen kann.

Corporate Identity = In einem Wort erklärt handelt es sich um „Unternehmenspersönlichkeit“, die durch den abgestimmten Einsatz von Verhalten, Kommunikation und Erscheinungsbild nach innen und außen vereint. Ziel ist, dass das Unternehmen nach außen als Einheit wahrgenommen und wiedererkannt wird.

(Dieses Glossar wird in jeder Folge erweitert!)

ge ist immer ein digitales Schau- fenster, in dem ich mich genau so präsentieren kann, wie ich es will. Das kann Social Media mir nicht geben. Es ist allerdings eine wichtige und heutzutage unerlässliche Ergänzung!“

Und auch Alexander Schwarz vom Münchner Lokal „Niederlasung“, das er sehr erfolgreich bei Twitter untergebracht hat (siehe Teil 3 im letzten Heft), sagt: „Ich würde meine Homepage immer als zentralen Bestandteil behalten. Die zahlreichen Social Media-Kanäle sollte man als Add-on, als Zusatz, betrachten.“

Im Klartext heißt das: Eine Webseite gehört mir – und niemand anderem. Facebook gehört mir nicht, ich habe keine Handhabe über das, was mit meinen Informationen passiert. Wenn ich pragmatisch überlege, gebe ich mein Wissen nie in andere Hände. „Ich baue ja auch kein Haus auf einem fremden Grundstück“, zieht Andreas Steinbeißer den Vergleich.

Social Media-Netzwerke sind kein Ersatz für die eigene Homepage. Sie erfüllen ganz andere Bedürfnisse wie schnelle Kommunikation, kurzfristiges Verbreiten von Neuigkeiten, etc. Zudem bedeutet Erfolg auch, das Vertrauen des Kunden zu gewinnen.

Jeder Gast wird sich entweder als erstes oder als letztes immer Eure Homepage anschauen, und die könnt ihr mit Eurer eigenen Corporate Identity gestalten. Das geht bei den meisten Portalen nur bedingt. „Gebt Eure Visitenkarte nicht in fremde Hände. Macht was draus!“

Doch wie die erfolgreichen Zutaten für Eure Webseite aussehen, und wieso Ihr trotzdem nicht auf Social Media verzichten solltet – das erfahrt Ihr in der nächsten Folge. **Anja Hanke**

P.S.: Und schaut Euch bis dahin Homepages von Mitbewerbern an. Ein gutes, allerdings branchenfremdes Beispiel, wie man die eigene Homepage mit dem Social Web vernetzt, ist: www.samsung.com/us/

Und hier könnt Ihr Euch anschauen, was Severin Lucks mit seinen Kunden bei facebook anstellt: www.facebook.com/bester.freizeitpark www.facebook.com/abendshow.fantissima www.facebook.com/club.kultfabrik www.facebook.com/club.muenchen www.facebook.com/pralinenatelier

Aus meiner Social Media-Praxis Wenn ein Fehler die Nation bewegt...



von Andreas Steinbeisser
email:info@solution10.de

Bewegt es eigentlich die heutige Gesellschaft, wenn unsere Politiker Fehler begehen? Einmal abgesehen, dass das natürlich kaum vorkommt, winken doch die meisten nur noch ab und der Einzelne haut seinen obligatorischen Spruch gegen die aufgeschlagene Zeitung oder gegen seinen Fernseher raus.

Aber was ist, wenn etwas viel Mächtigeres als die Politik einen Fehler begeht? Nehmen wir mal an, facebook verübt einen Programmierfehler in das gewohnte System (im Fachjargon Bug)!

Nein, dann findet kein Abwinken statt! Die Nation der Online-Marketingverantwortlichen, die Fachpresse, Blogger und alle anderen Social Media-Experten fangen an, eine perfekte Krisenkommunikation zu betreiben und nach Lösungen zu suchen, um mit den neuen Gegebenheiten zu leben. Man unterwirft sich sozusagen dem Fehler, da man von diesem System extrem abhängig ist.

So geschehen, Anfang Dezember, als facebook durch eine Systemumstellung bzw. generelle Änderung der Privatsphäreinstellungen der Mitglieder es unmöglich machte, dass Betreiber auf Postings der User auf Fanseiten reagieren können. Die Funktion war auf einmal spurlos verschwunden. Antworten konnte nur noch, wer mit dem User explizit „persönlich“ befreundet war. Ein Fehler mit großen Folgen! Denn ein Grundgedanke von Social Media, nämlich in den Dialog zu treten und auf Fra-

gen oder Beschwerden zu reagieren, war nicht mehr gewährleistet, zumindest nicht wie gewohnt. Doch anstatt zu schimpfen, suchte man in der Gemeinschaft schnell nach Aufklärung und Lösungsansätzen, um die facebook-User beglegbar darauf hinzuweisen, dass sie sich nicht wundern sollten, falls keine Reaktionen auf Einträge kommen.

Ist das nicht toll!? Anstatt den Monitor anzubrüllen, wurde kollektiv gearbeitet, um Fans nicht gegen sich auf zu bringen. Und Facebook hat in Echtzeit zugegeben, dass ein Fehler passiert ist und versprochen, diesen zu beheben. Gut, das macht die Politik auch (meist kurz vor Wahlen), aber bei Facebook war der Fehler einen Tag später behoben!

Das System war wieder hergestellt – die Social Media-Welt in Ordnung! Davon kann sich die Politik gewaltig etwas abschauen. Wie heißt das Social Media-Gesetz so schön: Ehrlich, persönlich und zeitnah währt am Längsten!

HEIMAT.
HOLZ.
HINGABE.

ten
haeff

Besuchen Sie uns:
HOGA 2011 | 16.01. - 19.01.2011
Halle 7A | Stand D54

ten[®]
haeff

Möbel für Gäste.

HOLZINDUSTRIE HUNSRÜCK GMBH

MATHIAS TENHAEFF

Sitzmöbel & Sägewerk

Bahnhofstraße 55

55497 Ellern

+49 (0)6764 38-0

www.tenhaeff.de

