

Der Konkurrenz immer einen Tweet voraus

ARGE_NeueMedien
 Klappern gehört zum Handwerk.
5 minutes ago via Twitter



Als im Januar 2009 ein Flugzeug auf dem Hudson River notlandete, offenbarte sich erstmals die Macht von Twitter. Schneller als jede klassische Nachrichtenagentur oder Suchmaschine verbreitete sich über den Web 2.0-Kanal die Meldung in 140-

Zeichen-Häppchen. Nun ist Twitter fünf Jahre alt und steht für Vernetzung, Kommunikation und Meinungsaustausch ohne Hürden – ermöglicht via Internet, abrufbar am Computer oder Mobiltelefon. Wer mitzwitsern möchte, bekommt von der ARGE Neue Medien der deutschen SHK-Industrie im Folgenden einige Hinweise.

Twittern – ja oder nein? Diese Frage sollte für ein aktives SHK-Handwerksunternehmen nicht im Mittelpunkt stehen. Viel wichtiger ist die Überlegung, wie man mit dem neuen Medium umgeht und wie man damit Kunden erreicht bzw. gewinnt. Sind diese in Internet-Foren unterwegs, in denen sich zwar die Konkurrenz bewegt, man selber aber nicht, dann haben die Mitbewerber die Chance, die Geschäfte an sich zu ziehen. Langfristig gesehen ist die Investition in Social Media wie Twitter nämlich eine Investition in Kundenkommunikation und Kundenbindung. Rudern dagegen ausschließlich die anderen auf den Web 2.0-Kanälen, taucht man selber schneller als erwartet unter. Allerdings brauchen die meisten Neulinge eine kleine Führung, wie sie mit Twitter umzugehen haben. Wer letztlich die Kurznachrichten im Unternehmen in die Hand nehmen sollte, hängt stark vom Faktor Zeit und dem Stand der Kenntnisse ab. Abgesehen davon

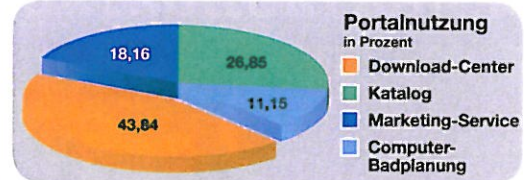
macht es sich für eine Firma jedoch immer gut, überhaupt einen Twitter-Account nach außen zu haben – und sei es nur, um den eigenen Namen zu reservieren, um ihn in einem späteren Schritt gezielt mit Inhalten zu füllen. Dabei ist es durchaus üblich, dass ein Firmen-Account von mehreren Mitarbeitern bedient wird. Zur Unterscheidung lassen sich beispielsweise Namenskürzel am Ende eines Tweets verwenden.

Ist der Firmenalltag spannend genug?

Inhaltlich bieten sich Informationen über neue Produkte, Links auf interessante Websites sowie Antworten auf andere User an. Natürlich kann man damit anfangen, von unterwegs mit dem Handy aus dem Leben eines SHK-Profis zu twittern. Nur muss man sich dann überlegen, ob der Firmenalltag spannend genug ist, um die Kunden über eine längere Zeit zu unterhalten. Vor dem Start sollte daher für die ersten Wochen ein Redaktionsplan vorbereitet werden mit so informativen Themen wie

- „Unsere Mitarbeiter sind heute auf der Messe XY.“
- „Wir freuen uns über eine tolle neue Badrenovierung.“
- „Unser Tipp der Woche: schmutznempfindliche Oberflächen!“
- „Das Produkt des Monats: Duschwannen ohne Stolperkanten!“
- „Nicht vergessen: Am Samstag ist bei uns Tag des Bades.“
- „Schöne Schauer: Brausen Sie mit uns in den Sommer!“

Es gibt viele Ideen – zugleich gibt es viele Möglichkeiten, um Twitter langweilig zu gestalten. Deshalb gilt es, für den eigenen Betrieb herauszufinden, wie man den Kurznachrichtendienst sinnvoll nutzen kann. Dabei darf auch die Reichweite von Twitter nicht unterschätzt werden. Nachrichten wie „Das Produkt XY hält nicht das, was es ver-



www.shk-branchenportal.de

Betreiber: ARGE Neue Medien der deutschen SHK-Industrie
Sitz: Paderborn
Ansprechpartner: Kerstin Heidekrüger
E-Mail: info@arge.de
Twitter: http://twitter.com/arge_neuemedien

spricht!“ können erhebliche Probleme auslösen. Deshalb sollte man sich im Team zusammensetzen und eine Liste erstellen, welche Nachrichten und Botschaften nicht die Geschäftsräume ver-

lassen dürfen. Gleichzeitig muss von Beginn an alles Private tabuisiert werden. Denn: Wer twittert, der tritt hinaus auf den Marktplatz und wird damit öffentlich(er).

12 Tipps für Einsteiger

„Nur nicht bange machen lassen, Twitter ist gar nicht so kompliziert“, weiß Kerstin Heidekrüger von der ARGE Neue Medien, seit gut einem Jahr im Netzwerk unterwegs. „So überschaubar wie Twitter selbst ist auch die Technik, die man dafür benötigt. Dazu gibt's interessante Tools“, sagt Social Media-Experte Thorsten Ising von code-x, einer Paderborner Agentur für Internet und Marketing. Die beiden haben ein gutes Dutzend Tipps für Einsteiger zusammengetragen.

1. Damit funktioniert Twitter.

Sie können Ihre 140 Zeichen knappe Nachricht – auch als Tweet bezeichnet – über Handy, Smartphone, iPhone oder Ihren Computer veröffentlichen. Sie ist dann in der Regel für jeden einsehbar. Mit Kurz-Links lassen sich längere Texte, Bilder und Videos einbinden.

2. Identität preisgeben.

Um sich anzumelden, suchen Sie sich auf www.twitter.com einen Namen und ein Passwort aus. Als Firma sollten Sie natürlich aus Ihrer wahren Identität keinen Hehl machen und den Namen des Betriebes oder zumindest aber Ihres Berufes im Benutzernamen verwenden. Achtung: Der Twitter-Name darf nicht zu lang sein, maximal 15 Zeichen. Hinweise auf Firma oder Beruf haben deshalb auch Platz in der Kurzbio. Ein sympathisches Porträtfoto sollte ebenfalls nicht fehlen. Es lässt sich auf www.twitter.com ganz einfach hochladen. Der ARGE Neue Medien verleiht beispielsweise Kerstin Heidekrüger ihr Gesicht.

3. Twitern über Twitter.

Für das Versenden von Tweets gibt es unzählige Möglichkeiten. Eine sehr einfache, aber auch sehr langsame ist, nach erfolgreicher Anmeldung über www.twitter.com die Nachrichten direkt von dort über das vorgegebene Textfeld durch einen Klick zu verschicken.

4. Twitern von unterwegs.

Twitern via SMS ist für multimediafähige Smartphones kein Problem. Es gibt sehr viele kleine Programme, sogenannte Applikationen, mit denen Sie Ihr Twitterkonto bequem von unterwegs steuern können. Welche Handys twitern können und welche nicht, das erfahren Sie beim Fachhändler.

5. Tweets bekommen.

Wenn Sie sich für die Meldungen eines bestimmten Twitterers interessieren, können Sie diese abonnieren. Die Tweets aller Personen oder Institutionen, denen man folgt, erscheinen in einer chronologischen Liste. Unabhängig davon können Sie die Tweets einzelner Twitterer aufrufen, indem Sie deren Adresse aufrufen; zum Beispiel www.twitter.com/Arge_NeueMedien.

6. Follower werden.

Möchten Sie die Nachrichten eines anderen Nutzers in Echtzeit mitlesen, rufen Sie dessen Profil auf und klicken dort auf „follow“. In diesem Moment erhält er automatisch die E-Mail, dass Sie ihm „followen“ und weiß, dass es Sie gibt.

7. Überblick behalten.

Twitern kann anstrengend werden, wenn man sich für die Nachrichten vieler Menschen interessiert. Abhilfe schaffen Extra-Programme, auch „Clients“ genannt, die man sich auf den Computer laden kann. Sie stehen häufig kostenlos und sogar für Smartphones zur Verfügung. Ein bewährtes und weit verbreitetes Programm ist zum Beispiel „Tweetdeck“. Eine gute Twitter-Erweiterung für den Firefox-Browser heißt „Echofon“.

8. @.

Mit „@“, etwa @ARGE_NeueMedien, erwähnen bzw. kontaktieren Sie ganz gezielt die ARGE Neue Medien als Twitterer. Ihre Botschaft erscheint dann, um beim Beispiel zu bleiben, bei der ARGE in einem separaten Feld. So kann Kerstin Heidekrüger schnell antworten. Die Grundlage für eine öffentliche Unterhaltung, die auch andere interessiert, ist damit gelegt.

9. #.

Mit der Raute „#“ markieren Sie ein Schlagwort. Mit der „Hashtag“-Funktion (hash: Raute, tag: Schlagwort) betonen Twitterer wie die ARGE wichtige Worte wie „Unser Newsletter für das #SHK Fachhandwerk“. Darüber hinaus kann man über Hashtags Meldungen zu einem Thema finden. Unter #erneuerbare Energien finden sich dann entsprechende aktuelle Tweets. Es gilt unter Twitterern daher die Regel, lediglich die Tweets mit Hashtags zu versehen, die sich auch auf das Thema beziehen.

10. Das Kürzel RT.

„RT“ steht für Retweet und damit für die Wiederholung einer Twitter-Meldung; eine Funktion, die für die rasante Verbreitung von Nachrichten sorgt.

11. Gekürzte URL.

Bei 140 Zeichen bleibt nicht viel Platz für eine URL-Adresse. Deshalb wird die Adresse von Twitter verkürzt. Beispiel: Unter <http://bit.ly/gaFZtn> verlinkt die ARGE auf den Newsletter für das SHK Fachhandwerk. Die eigentliche URL ist viel länger.

12. Bequem zwitschern.

www.trendsmap.com und www.twitsoop.com analysieren aktuelle Schlagworte bzw. globale Trends sowie ihre Herkunft und stellen sie u. a. auf Landkarten oder in Schaubildern dar. Dabei sind räumliche Eingrenzungen möglich. Auf der Suche nach prominenten Twitterern geht kein Weg an www.twitterholic.com vorbei. Die Welt der Bilder eröffnet sich bei www.twitpic.com. Über den Bilderdienst lassen sich Fotos auf Twitter hochladen. Praktisch: die Mobilfunktion, bei der per Versand an eine E-Mail-Adresse Handybilder direkt auf der eigenen Seite landen.

