

Ratgeber: „Einsatzgebiete“ und Nutzen von Social Media

Wo können Sie Social Media sinnvoll einsetzen und was bringt das?

Social Media in Marketing + PR

Das Social Web hat **Marketing und PR** nicht nur um interessante **neue Möglichkeiten** bereichert, es hat diese beiden "Disziplinen" **grundlegend verändert**.

Auch heute werden Werbebotschaften in der Marketingabteilung entworfen und PR-Texte in der PR-Abteilung verfasst. Zusätzlich gibt es aber **Blogs, Facebook, Twitter und Foren**, in denen **ALLE** (PR-Leute der Institution gleichwie Besucher, Kunden oder Studenten) - **ihre Meinung kundtun** können, ohne großen Aufwand und ohne technisches Vorwissen.

Neben der **großen Chance, sich über Social Media rasch bekannt zu machen, an neue Zielgruppen heranzukommen und ein authentisches Bild der Institution zu zeichnen**, besteht natürlich auch ein **Risiko**: Nicht alles, was Mitarbeiter, Besucher oder Studenten spontan von sich geben, wirft ein positives Licht auf die Institution, und **auch Kritik und Fehler verbreiten sich rasch** über das Internet - und werden unter Umständen noch lange nach Beseitigung im Netz gefunden.

Inwiefern helfen Social Media bei Marketing/PR?

- Sie haben mit Social Media einen **kostengünstigen und direkten Zugang zur Öffentlichkeit**
- **Kontaktpflege und Austausch**: Sie können sich rasch und auf unkomplizierte Weise regelmäßig in Erinnerung rufen: bei Studenten, Seminarteilnehmern, Besuchern, Interessenten + Stakeholdern
- für Steigerung Ihres **Bekanntheitsgrades** (gute Auffindbarkeit in Suchmaschinen)
- um **neue Zielgruppen** zu erreichen (v.a. junge Leute erhalten Ihre Informationen immer mehr über Social Media)
- für Aufbau oder Verbesserung des **Images**
- um Themen Ihrer Wahl an die Öffentlichkeit bringen, Diskussionen auszulösen und damit **Interessenten für Ihre Themen** zu gewinnen

Social Media zur Projektfinanzierung: Fundraising, Sponsoring, Crowdfunding

Fundraising:

Auch im Fundraising eröffnen Social Media **neue Möglichkeiten**. Es geht dabei nicht nur um die Technik; natürlich ist es hilfreich, wenn ein Spender nicht wegen jeder Kleinsumme zur Bank laufen muss, sondern bequem den **“Online-spenden-Button”** betätigen kann.

“Online-Fundraising” beginnt aber nicht mit dem “Spenden”-Button - genauso wenig, wie “Offline-Fundraising” mit dem Zusenden eines Zahlscheins beginnt. **Es fängt damit an, Vertrauen aufzubauen und Transparenz zu schaffen**, schließlich will der Spender ja wissen, wem er sein Geld anvertraut. Ein Toolmix aus z.B. Blog, Facebook und Twitter hat sich schon in zahlreichen Projekten als hilfreich erwiesen - ergänzend zu anderen Online- und Offline-Maßnahmen.

Linktipps:

Tipps und Tricks zum Online-Fundraising können Sie sich in [dieser Blogparade](#) holen, und wenn Sie Sie in Zukunft Fundraising Kampagnen mittels Social Media planen, lohnt sich ein Blick über den Tellerrand: z.B. sehen Sie sich die [Online-Fundraising](#)-Kampagne [bei Charity Water](#) mal näher an.

Sponsoring / Sponsorenakquise:

Im Gegensatz zum Fundraising ist Sponsoring ein Geschäft aus **Leistung und Gegenleistung**.

Der Sponsoringnehmer erhält **Geld, Know-How oder Sachmittel**, der Sponsor bekommt im Gegenzug dazu die Möglichkeit, sich **in einem positiv aufgeladenen, kreativen, emotionalen Umfeld zu präsentieren** und verspricht sich davon Verbesserung seines **Images**, Steigerung seines **Bekanntheitsgrades** und **Kontakte**.

Inwiefern können Social Media bei der Suche nach Sponsoren hilfreich sein?

- Social Media helfen Ihnen bei **Aufbau und Pflege Ihres Image** - ein gutes Image ist Grundvoraussetzung dafür, Sponsoren zu finden.
- Ein Blog oder Podcast gibt Ihnen viel mehr Möglichkeiten, **Ihre Einrichtung / Ihr Profil sponsorenwirksam zu kommunizieren** als eine statische Website. Mit Ihren Beiträgen können Sie durch Hintergrundberichte, Aktuelles, Interviews usw. Ihr **Profil schärfen**.
- Social Media helfen Ihnen dabei, Ihren **eigenen Bekanntheitsgrad zu steigern** - was für einen Sponsor von höchstem Interesse ist.
- Mittels Social Media können Sie **Vertrauen aufbauen und Transparenz schaffen** (Hintergrundberichte, Kommentare Ihres Publikums...) - der

Sponsor weiß, woran er ist, auch wenn er Sie und Ihr Projekt nicht persönlich kennt.

- **Netzwerke** wie [Xing](#), [Facebook](#) oder [LinkedIn](#) eignen sich auch für den **Erstkontakt zum potenziellen Sponsor** - wenn Sie den Ansprechpartner eines Unternehmens direkt über ein Netzwerk ansprechen - und er Ihr Profil interessant findet - ist die Wahrscheinlichkeit größer, dass er Sie in Erinnerung behält, als wenn Sie ihm einen Brief oder eine Mail schreiben - denn davon bekommt er hunderte.

Crowdfunding:

Im Social Web hat sich eine neue Form der Projektfinanzierung etabliert: "Crowdfunding": Die "Crowd", die "Menge" wird zur Projektfinanzierung herangezogen. Egal ob nun Spende (Fundraising) oder Sponsoring (Prinzip Leistung - Gegenleistung) - über Crowdfunding werden Mikrobeträge eingesammelt, die in Summe das Projekt finanzieren sollen.

Linktipps:

- [Blogparade](#) zu Crowdfunding auf dem Kulturmarketing Blog.
- Facebook -[Gruppe](#), die sich mit dem Thema Crowdfunding auseinander setzt.

Es gibt einige Crowdfunding Plattformen: Dort können Projekte eingestellt werden, die über Crowdfunding finanziert werden sollen. [startnext](#) (gestartet im September 2010 im Rahmen der stART10) ist zurzeit die bekannteste Crowdfunding-Plattform für Kultur-Projekte. Weitere Crowdfunding-Plattformen sind: [Inkubato](#), [Visionbakery](#), [Mysherpas](#) und [Seedmatch](#) (für Startups).

Web 2.0 im Kultur-Projektmanagement

Nicht immer sitzen alle Beteiligten von Projekten am selben Ort. Mit Hilfe von Blogs, Wikis, Skype und ähnlichen Tools ist eine **gemeinsame Projektplanung und Zusammenarbeit auch über geografische Grenzen hinweg** möglich.

Linktipps:

Wie Online-Projektzusammenarbeit funktioniert und welche Tools sich besonders bewährt haben, ist in diesen beiden Blogbeiträgen beschrieben:

- [Projektmanagement und Online-Collaboration \(1\)](#)
- [Projektmanagement und Online-Collaboration \(2\)](#)

Web 2.0 in der Kultur- und Wissensvermittlung

Auch in der Kultur- und Wissensvermittlung können Sie Social Media einsetzen. **Blogs oder Podcasts** liefern **Hintergrundberichte**, **führen Besucher/Teilnehmer/Studenten an Ihr Thema heran** und über die **Kommentarfunktion** kann mit Ihnen oder untereinander kommuniziert werden.

Für **Projekte** haben sich **gemeinsam geführte Blogs** bewährt. Im Blog haben Sie Zeitschiene und Kommentarfunktion. Sie können ein Blog mit Ihren Studenten anstelle eines Projektordners/ Projektlogbuches führen.

Ein Wiki kann als gemeinsame Wissenssammlung + Archiv zu einem Thema angelegt werden, es kann von Ihnen gemeinsam mit Ihren Studenten bearbeitet und verwaltet werden. Beim Wiki fehlt die Zeitschiene und die Diskussionsmöglichkeit. Es ist dazu da, um (gemeinsam erarbeitete) Inhalte in Lexikonform abzulegen.

Anbieter für Blogs und Wikis finden Sie in diesem Blogpost:
[Projektmanagement und Online-Collaboration \(1\)](#)

Text: Karin Janner,
März 2011