

Neue Medien in der Kunstvermittlung: Tools, Erfolgsfaktoren und Trends

4 . V i a d r i n a K u l t u r m a n a g e m e n t
SympoSium



November 2013, Karin Janner

Zu meiner Person...

Marketing- und Kommunikations-Beraterin,
Trainerin + Workshopleiterin,
Schwerpunkte Kulturmarketing,
Social Media

<http://www.erdbeerchili.de>

Gründerin Timeline, der Weg durchs
digitale Leben <http://timel-ne.de>

Mit-Gründerin stARTconference
Konferenz zu Kultur + Social Media

<http://www.startconference.org>,

Gründerin + Geschäftsführerin <http://spieltz.de>
Verlag und Portal für individuelle Brettspiele

Bloggerin

<http://kulturmarketingblog.de>



Was bedeutet „2.0“? - Das Web wird “social“

- ❑ Web 1.0 → **Web 2.0 (Social Web, Social Media)**= Weiterentwicklung vom reinen Informationsmedium zum Medium für **Information, Kommunikation, Austausch, Vernetzung + Empfehlungen**
- ❑ Das **Web als Plattform** löst lokalen Rechner ab.
(Zugriff von überall auf der Welt; Facebook, Wikipedia, Google Docs,...)
- ❑ „**Mitmach-Web**“ - jeder kann mitmachen.
Nicht nur als **Empfänger**, sondern auch als **Sender** von Informationen, Statements, Fotos etc.
Aber Achtung: Selbst Generation der „digital Natives“ produziert nicht so viele Inhalte wie anfangs angenommen.
Großteil der Nutzer konsumiert.
- ❑ **Partizipation**: Teilhaben, teilen, bewerten.
Jeder ist Teil des Netzes.

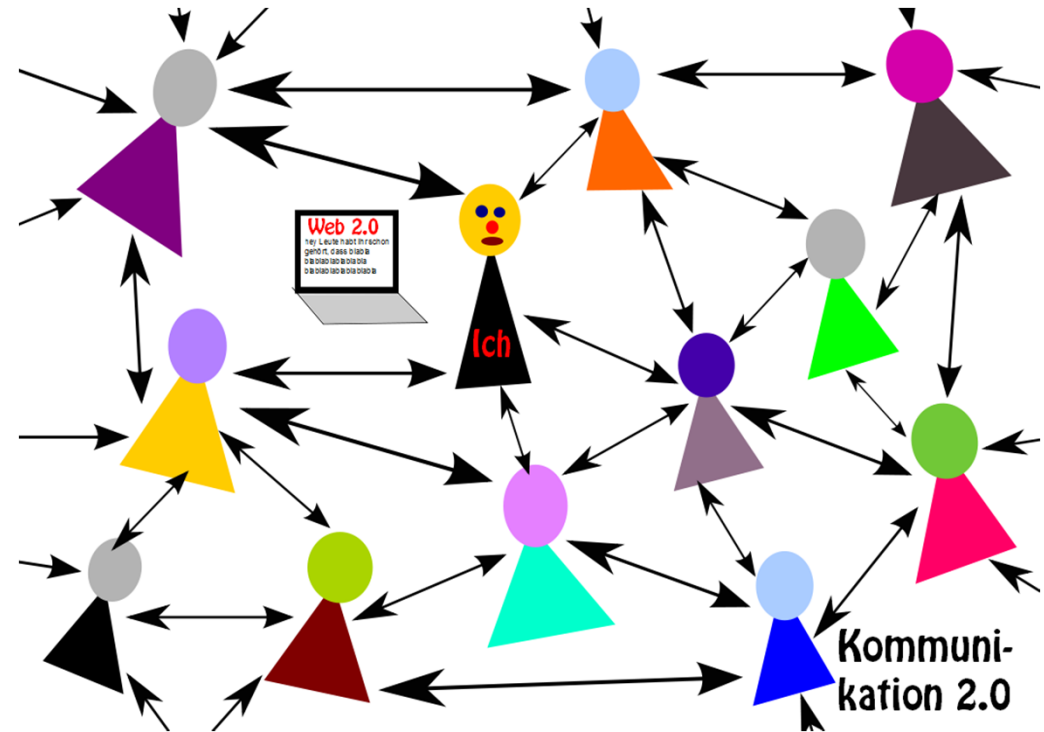
Einsatzgebiete von Social Media

„Einsatzgebiete“ schwer voneinander abgrenzbar, vermischen sich.

- ❑ Marketing, Kommunikation
- ❑ Besucherbindung, Besucherentwicklung
- ❑ Wissens-, Kultur- und Bildungsvermittlung
- ❑ Projektfinanzierung: Fundraising, Sponsoring / Sponsorenakquise, neue Formen der Finanzierung (Crowdfunding)
- ❑ Produkt- / Projektentwicklung (z.B. via Crowdsourcing)

Kommunikation + Austausch im Social Web

- ❑ **direkt, ungefiltert**
- ❑ **Kommunikation in beide Richtungen**
- ❑ **nicht hierarchisch, im Netzwerk**
- ❑ **Community gibt Botschaften weiter.**
 - ohne Community keine Verbreitung
 - Verbreitung steigt, Kontrolle sinkt
- ❑ **„Many-to-many“**

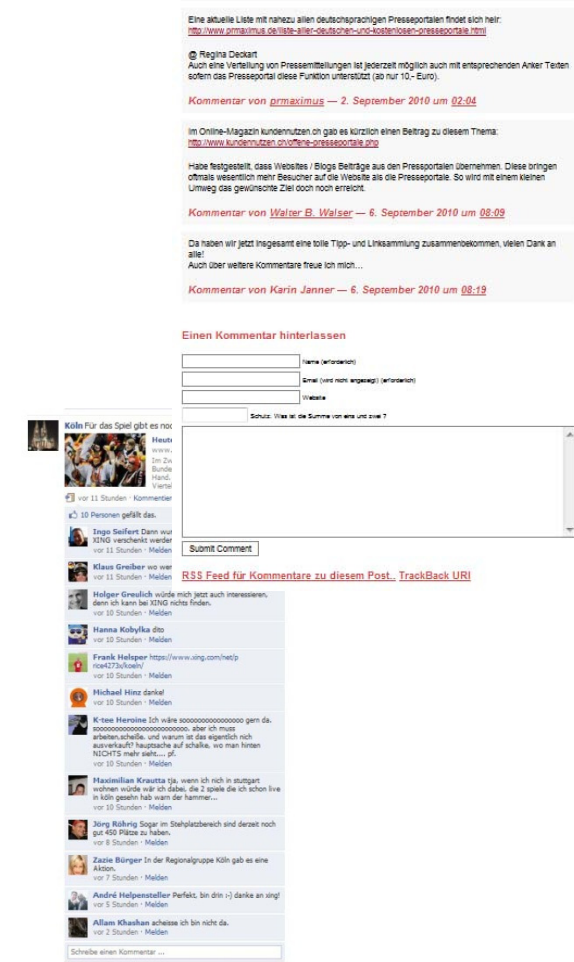


Grafik: Lena Janner

Regeln für die Kommunikation im Social Web

- ❑ **Direkte Kommunikation + Beziehungsaufbau**
- ❑ **Rückkanal** – Austausch, Feedback. Partizipation
Zuhören, nicht nur Informationen austreuen!
- ❑ **Erst geben, dann nehmen!**
Wenn ich will, dass Community meine Botschaften verbreitet muss ich in „Vorleistung“ gehen.
- ❑ **Transparenz**
Lügen werden schnell entlarvt...
- ❑ **Geschwindigkeit**
... versus Perfektion. Jeder muss seinen Level finden
- ❑ Zeiten beachten: Social Media Kommunikation ist **Echtzeitkommunikation**

Kommentare bei Facebook und Blog



Informationsbeschaffung im Social Web



Informationsbeschaffung im Social Web

Herausforderung für User

- ❑ **Informationsflut filtern, bündeln, das Wesentliche herausholen.**
Wenn Filter richtig eingestellt, erreichen relevante Infos den User automatisch, ohne dass er suchen muss.
- ❑ zur **richtigen Zeit** und am **richtigen Ort** die **richtigen Informationen finden.**

Herausforderung für diejenigen, der Infos verbreitet

- ❑ Durch die Filter der Interessenten gelangen – **nicht ausgefiltert werden**
z.B. Facebook Seite anlegen alleine reicht nicht, wichtig ist Qualität der Inhalte, Austausch, Vernetzung
- ❑ Zur **richtigen Zeit** und **am richtigen Ort gefunden werden**
- ❑ Von „Fans“ **weiterverbreitet werden**

Filtern / empfehlen: Social Networks

□ Bsp. Facebook:

Meine Freunde filtern Infos für mich, ich für meine Freunde (privat) oder Fans (offizielle Seite). Updates, Links, Inhalte von anderen, die ich teile bekommen meine Freunde (Fans) zu lesen.



□ Bsp. Twitter:

Ich folge Personen, denen ich vertraue, diese filtern für mich Infos. Umgekehrt: ICH bin Filter für meine Followers. Was ich twitterte oder retweete, bekommen meine Followers zu lesen.

Do's and Don'ts

DOs

- Plan
- Messbare Ziele
- Konsistenz
- „guter Bürger“
- Gute Inhalte
- Starkes Netzwerk bauen
- regelmäßige Kommunikation
- guter Zuhörer sein

DON'Ts

- Netzwerk zu schnell / nicht nachhaltig aufbauen
- Nur ein Tool benutzen / alles auf eine Karte setzen (z.B. Facebook)
- Push-Marketing, Spam
- nicht transparent
- zu wenig persönlich
- vergessen, danke zu sagen



Quelle: David Steel,
http://davidsteel.typepad.com/my_weblog/2010/06/the-dos-and-dont-of-social-media-for-business.html

Was „KANNN“ Social Media?

- „Kenne Deine Ziele“
- VOR dem Start ins Social Web
GENAUE ZIEL- UND
ZIELGRUPPEN-ANALYSE!

Das Social Web ist kein Wundermittel!
Nicht alle Ziele und alle Zielgruppen
lassen sich über Social Media Einsatz
erreichen.



Foto: lia.la / pixelio.de

- Es gibt Ziele, für die Einsatz von Social Media Mittel der Wahl ist.
- Für andere Ziele kann Social Media Einsatz nur wenig oder gar keinen Beitrag leisten
- Es gibt Zielgruppen, die keine klass. Medien mehr konsumieren, aber auch Zielgruppen, sich nicht im Social Web aufhalten.

Social Media besonders geeignet für:

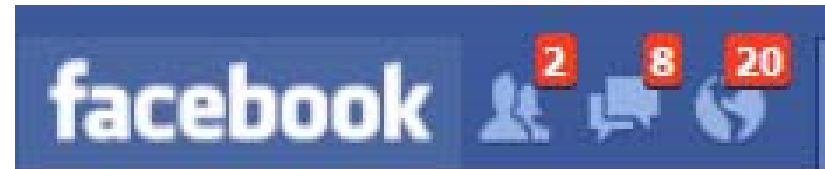
- ❑ Besucherbindung, regelm. Kontakt auf zeitsparende Weise
- ❑ Nähe zu Besuchern aufbauen, Identifikation der Besucher mit Ihrer Einrichtung stärken; Zugehörigkeitsgefühl, Community
- ❑ Vertrauen aufbauen
- ❑ Persönlichkeit in „DAS HAUS“ bringen, Blick hinter die Kulissen
- ❑ Kontaktaufbau und -pflege mit Stakeholdern
- ❑ Empfehlungsmarketing: Empfehlungen mit wenig Zeitaufwand und hoher Sichtbarkeit für den Empfehler. In Sekundenschnelle per Mausklick Empfehlung abgeben. Schneeballeffekt möglich.
- ❑ Gewinnung von neuen, jungen Zielgruppen
- ❑ Kulturvermittlung unter Einbindung der Besucher, Lernen durch aktive Beteiligung

Der Social Media Werkzeugkoffer - die wichtigsten Tools

- ❑ Blogs, Podcasts
- ❑ Online Communities / Social Networks (Facebook, Google plus)
- ❑ Foto- und Videoplattformen (z.B. Flickr, YouTube, Vimeo)
- ❑ Microblogs, z.B. Twitter
- ❑ Social Bookmarking Dienste (z.B. Delicious)
- ❑ Location Based Services (Google Places, Facebook Places)
- ❑ Analyse-Tools, z.B. Google Analytics
- ❑ Altbekanntes nicht vergessen: Wikis, Wikipedia, Online Veranstaltungskalender, Empfehlungsplattformen

Facebook

- ❑ Zurzeit das größte Social Network
- ❑ PRIVATER Austausch unter Freunden, themenbezogene Diskussionsgruppen (offen oder geschlossen); dazu kommen offizielle Seiten von Unternehmen und Institutionen
- ❑ Vernetzung, Gespräche, Austausch, Weiterempfehlung an Freunde; Information
- ❑ Statusmeldungen, Links, Fotos, Videos werden an die „Pinnwand“ gepostet. Kommentarmöglichkeit.
- ❑ Austausch in Echtzeit. Schnell, direkt
- ❑ Verbreiten und Teilen von Inhalten geht schnell und ist extrem einfach – „Schneeballeffekt“.
- ❑ Niedrige Schwelle für Feedback und Empfehlungen



Facebook – die Möglichkeiten

1. **Personenprofil** anlegen (nicht für Institutionen oder Unternehmen gedacht)
2. **„Offizielle Seite“** (früher „Fanseite“) anlegen, darf nur offizieller Beauftragter der Institution; die richtige Lösung für Unternehmen, Institutionen, Organisationen, Vereine etc.
Achtung: ZUERST muss Personenprofil angelegt werden, aus diesem Profil heraus dann die offizielle Seite!
3. **Gruppe** anlegen (offen oder geschlossen; darf jeder anlegen, als Diskussionsforum gedacht; als offizielle Seite nicht geeignet)
4. **Gemeinschaftsseiten**: Werden automatisch generiert, z.B. sobald jemand in seinem Profil „Interesse“ oder „Hochschule“ etc. einträgt.
5. **Facebook Places**: Geo-Location Facebook Dienst. User „checken ein“ und sehen, welche Freunde sich am selben Ort oder in der Nähe befinden.

Facebook: der eigene Stream

Sie sehen die Aktivitäten Ihrer Freunde und der Seiten, von denen Sie „Fan“ sind - wie üblich im Social Web - angeordnet als Stream, (an einer Zeitschiene), in Echtzeit.

Die neueste Aktion erscheint ganz oben.

The screenshot shows the Facebook homepage layout. On the left, the user's profile 'Karin Janner' is visible with options to edit the profile, view news, events, and friends. Below this is a list of groups and applications. The main central area is the 'Neuigkeiten' (News Feed) stream, which displays updates from friends and pages. The top of the stream shows a search bar and navigation links. The right sidebar contains sections for 'Veranstaltungen' (Events), 'Personen, die du vielleicht kennst' (People you may know), 'Gesponsert' (Sponsored), 'Anstupsen' (Nudge), and 'Vernetze dich' (Connect).

facebook Suche Startseite Profil Konto

Neuigkeiten Hauptmeldungen • Neueste Meldungen 300+

Was machst du gerade?

Ulrike Schmid
Das Gute an einem Opern-Abo ist ja, dass ich mir Opern ansehe, die ich mir sonst nicht freiwillig anhören würde. "Walküre" ist so eine.
vor 36 Minuten via iPhone • Gefällt mir • Kommentieren

Wolfgang Gumpelmaier und Social Film Marketing gefällt ein Link.
Beschwerdechor beim One World Berlin – Filmfestival für Menschenrechte | Social Film Marketing
www.socialfilmmarketing.com
Heute habe ich via E-Mail folgenden Text erhalten: 2010 findet One World Berlin - Filmfestival für Menschenrechte zum siebten Mal im Berliner Kino
vor 20 Stunden • Teilen

Social Film Marketing
Complaints Choir, a documentary film - STREAM jetzt auf
www.socialfilmmarketing.com
vor 23 Stunden • 1 • Gefällt mir • Kommentieren

Stefan Wolpers
Besser spät, denn nie: Guten Morgen - wünsche heute erquickliches Spekulations-Knabbern & Glühwein-Süffeln... :)
vor 4 Stunden • Gefällt mir • Kommentieren

Thomas Pfeiffer und 4 anderen gefällt das.
Schreibe einen Kommentar ...

Benedikta Karaisl Von Karais
Chippis
Benedikta just checked-in @ Chippis (Berlin)
vor etwa einer Stunde via Foursquare • Gefällt mir • Kommentieren • Benedikta on foursquare

Hannes Jähner
bereitet die 19. Runde der NPO-Blogparade vor. Sie wird sich um die Förderung bürgerschaftlicher Partizipation drehen.
vor 2 Stunden • Gefällt mir nicht mehr • Kommentieren

Dir, Joerg Eisfeld-Reschke, Ulrike Schmid und 2 anderen gefällt das.
Karen Neumann vielleicht kann da auch die Gleichberechtigung der Bürger ne Rolle spielen ??? :-) (ich meine nicht nur das animieren der Bürger um staatliche Kosten zu sparen sondern Zusammenarbeit auf Augenhöhe ...)
vor etwa einer Stunde • Gefällt mir

Hannes Jähner Ja natürlich! Es soll ganz allgemein um die Partizipationsförderung gehen. Damit sind sowohl die Anforderungen

Veranstaltungen Alle anzeigen
Was?
23 Veranstaltungseinladungen
ZirCouplet im November
Findet gerade statt
Juggling with Cultures
Findet gerade statt
Das hohe Lied - Kunstausst...
Findet gerade statt
Mehr anzeigen ▾
Djune Meinens Geburtstag Alle anzeigen

Personen, die du vielleicht kennst Alle anzeigen
Carmen Hillebrand
48 gemeinsame Freunde
Als FreundIn hinzufügen
Nico Lumma
82 gemeinsame Freunde
Als FreundIn hinzufügen

Gesponsert Werbeanzeige erstellen
Wirb für dein Unternehmen
Wirb auf Facebook für dein Unternehmen. Klick hier und sprich deine Kunden mit einer sozialen Werbeanzeige an.

Anstupsen
Stefan Asemota • Zurückstupsen
Dorothee Hahne • Zurückstupsen

Vernetze dich
Wer ist bei Facebook? Finde deine Freunde
Wer ist nicht bei Facebook? Jetzt einladen
Wer ist deinetwegen hier? Verfolge deine Einladungen
Vernetze dich von unterwegs Probiere Facebook-Handy aus

<http://www.facebook.com>

Facebook Personenprofil

So sehen
andere Ihr
Profil

- einstellen:
Öffentlich
od. nur für
„Freunde“
sichtbar,



<http://www.facebook.com/karinjanner>

Jetzt

Dezember

2011

2010

2009

2008

2007

2006

1996

1988

Geburt

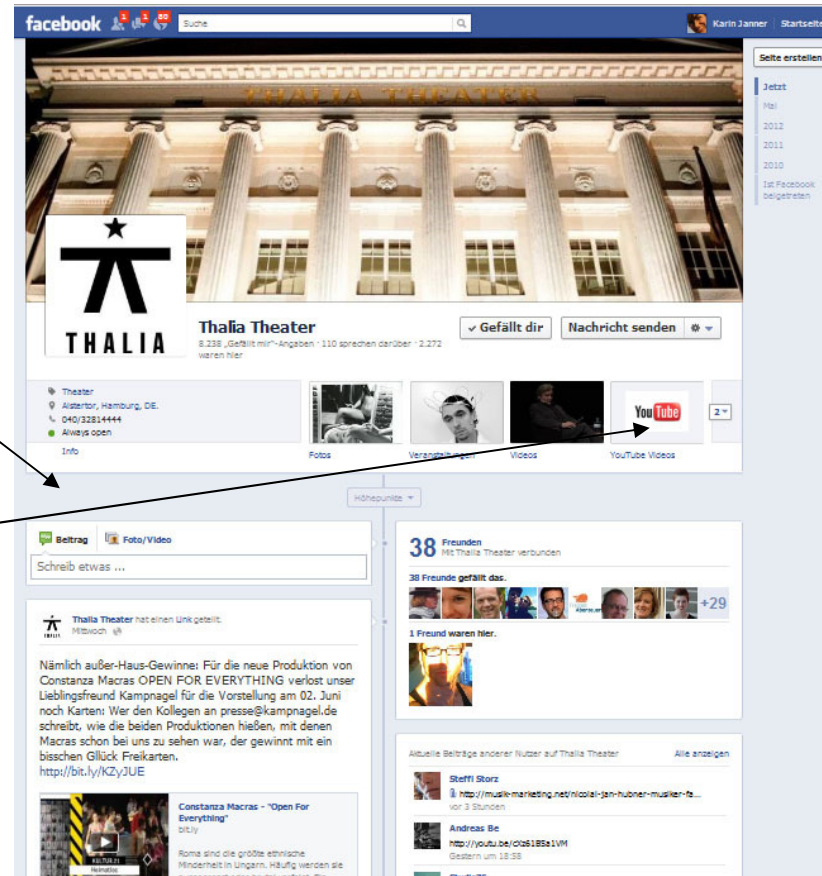
Neu seit 2012:
Facebook Chronik. Zeitleiste,
nachträglich bearbeitbar–
reicht zurück bis zur Geburt!

Facebook „offizielle Seite“ (früher: Fanseite)

Die offizielle Seite ist auf jeden Fall öffentlich einsehbar,

Herzstück einer Facebook Seite ist die „**Pinnwand**“.

Funktionsumfang kann durch **Apps** erweitert werden (z.B. YouTube Kanal)



<http://www.facebook.com/thaliatheater>

Blog

- ❑ Web-Tagebuch / Journal
- ❑ Blogartikel (wie Online Magazin, aber üblicherweise persönlicher geschrieben)
- ❑ Zeitschiene, Beiträge in umgekehrt chronologischer Reihenfolge angezeigt (der aktuelle ist der oberste)
- ❑ Kommentarmöglichkeit
- ❑ RSS-Feed: Abonnierbar und weiterverbreitbar
- ❑ Ordnung: Kategorien + Tags - Inhalte später wieder leicht auffindbar



Blog - Große Website mit vielen Unterseiten

- ❑ **Gut gepflegte Blogs sind für Google „große“ Internetseiten!**
- ❑ Jeder Blogbeitrag = eine Unterseite des Blogs/ der Website (1 Blogbeitrag/Tag ergibt im Jahr 365 neue Seiten)
- ❑ Google liebt Webseiten mit vielen Unterseiten, die kontinuierlich wachsen
- ❑ Das bedeutet: Pluspunkte für das Google-Ranking!
- ❑ **Achtung! Alte Beiträge, alte Veranstaltungshinweise NICHT löschen!**
Wandern automatisch ins Archiv, stören dort die Übersichtlichkeit der Website nicht.

Blog – Kommentarfunktion

Kommentar hinterlassen:

Unter jedem Blogbeitrag befindet sich ein Feld für Kommentare – über ein Blog kann man bestens diskutieren

Eine aktuelle Liste mit nahezu allen deutschsprachigen Presseportalen findet sich hier:
<http://www.pmaximus.de/liste-aller-deutschen-und-kostenlosen-presseportale.html>

@ Regina Deckart

Auch eine Verteilung von Pressemitteilungen ist jederzeit möglich auch mit entsprechenden Anker Texten sofern das Presseportal diese Funktion unterstützt (ab nur 10,- Euro).

Kommentar von [pmaximus](#) — 2. September 2010 um 02:04

Im Online-Magazin kundennutzen.ch gab es kürzlich einen Beitrag zu diesem Thema:
<http://www.kundennutzen.ch/offene-presseportale.php>

Habe festgestellt, dass Websites / Blogs Beiträge aus den Presseportalen übernehmen. Diese bringen oftmals wesentlich mehr Besucher auf die Website als die Presseportale. So wird mit einem kleinen Umweg das gewünschte Ziel doch noch erreicht.

Kommentar von [Walter B. Walser](#) — 6. September 2010 um 08:09

Da haben wir jetzt insgesamt eine tolle Tipp- und Linksammlung zusammenbekommen, vielen Dank an alle!

Auch über weitere Kommentare freue ich mich...

Kommentar von [Karin Janner](#) — 6. September 2010 um 08:19

Einen Kommentar hinterlassen

	Name (erforderlich)
	Email (wird nicht angezeigt) (erforderlich)
	Website
	Schutz: Was ist die Summe von eins und zwei 7
<input type="submit" value="Submit Comment"/>	

[RSS Feed für Kommentare zu diesem Post..](#) [TrackBack URI](#)

Fotos, Videos, Audiofiles etc. einbinden - in Blog, Website, Facebook,...

2 Möglichkeiten für Fotos, Videos, Audiodateien, Präsentationen etc.

1. **direkt im Blog**, Website, Facebook hochladen

2. Auf **Plattform** hochladen

(z.B. Flickr=Fotos, YouTube=Videos,

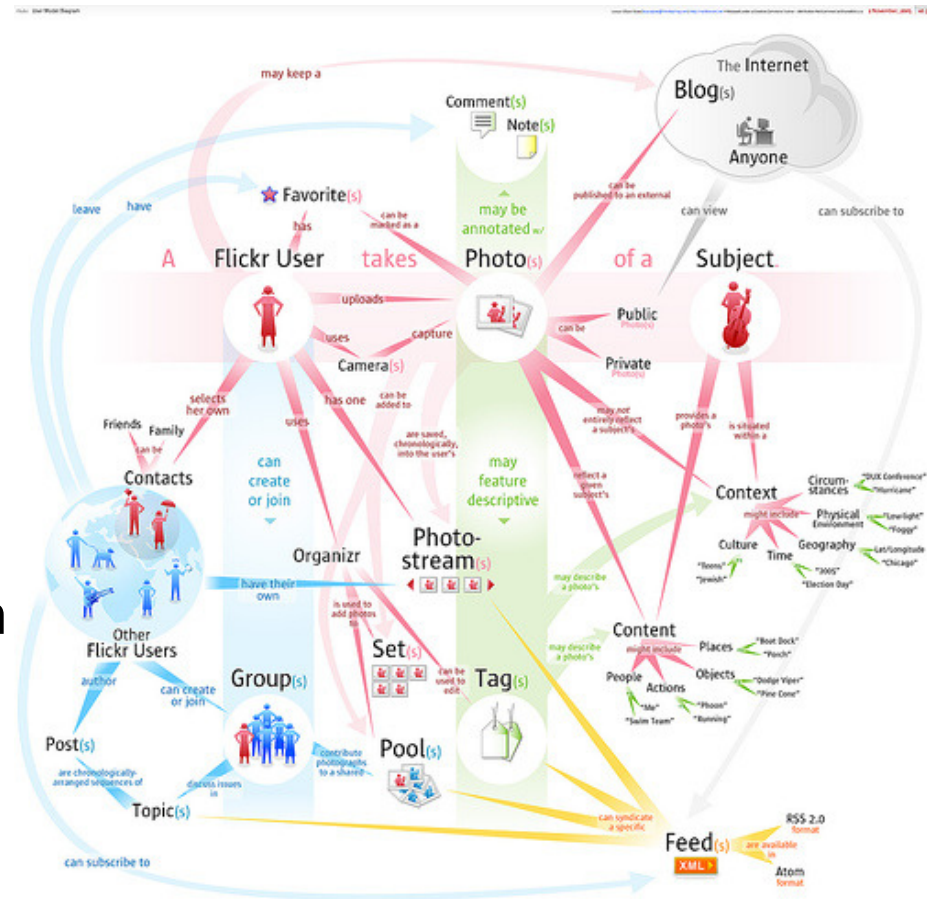
Slideshare=Präsentationen, Programmhefte etc.)

und von dort über URL oder Widget in Website/Blog und Facebook etc. **einbinden**.

Plattformen: Jedes Dokument bekommt eigene URL und einen HTML-Code zum Einbetten.

(Bsp. YouTube = Videos, Flickr = Fotos)

- Verbreitung, Vernetzung
- Fotos liegen auf der Plattform (nicht auf Ihrem eigenen Webespace)
- 1 mal Fotos / Videos / Präsentationen hochladen (bei Fotos Alben + Slideshows erstellen) – an verschiedenen anderen Orten im Netz einbinden (Website, Blog, Facebook...) → Zeitersparnis



Quelle: Flickr <http://www.flickr.com/photos/bryce/58299511/sizes/o/#>

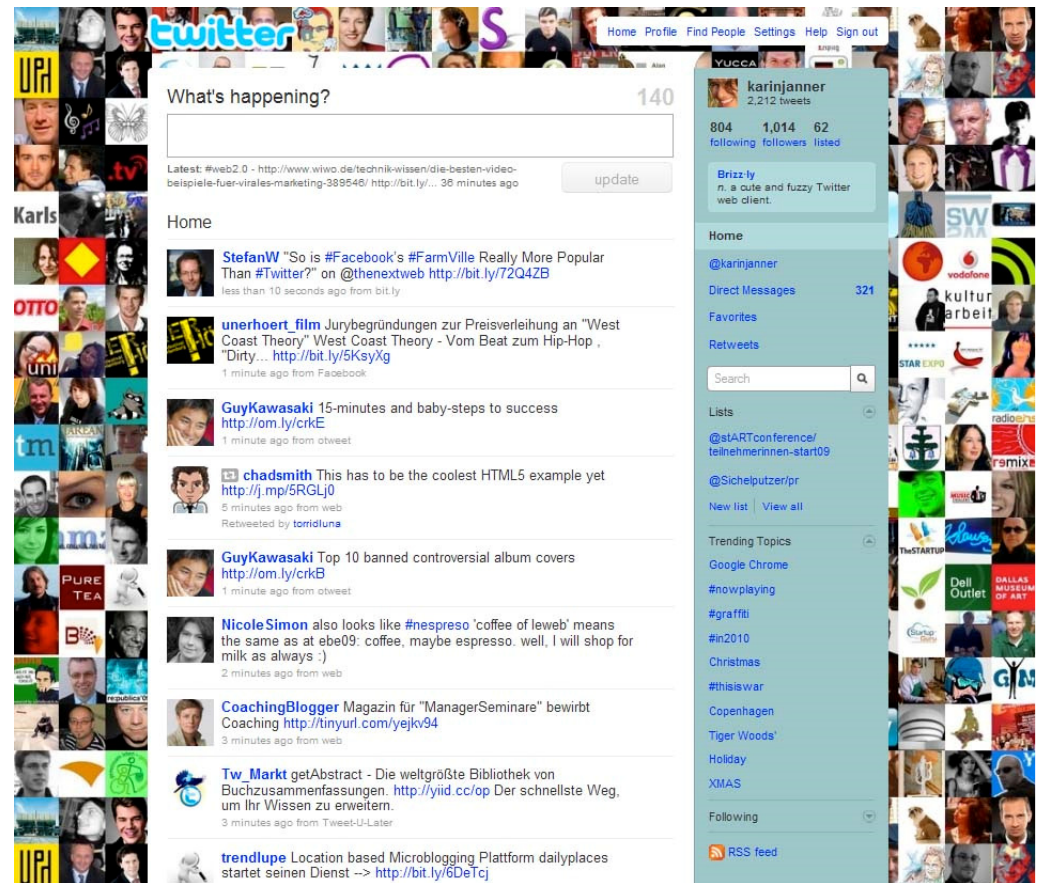
Glossar - Twitter

- ❑ Dienst zum Austausch von Kurzmitteilungen via Internet (Computer oder Handy)
- ❑ 140 Zeichen
- ❑ „Chatten“ mit Vielen gleichzeitig
- ❑ Vernetzung, Diskussion, Austausch, Empfehlung, Information; Schneeballeffekt
- ❑ Geschwindigkeit, einfache Handhabung
- ❑ Schnell + effizient zu durchsuchen



Twitter – der eigene Stream

Sie bekommen in Ihrem Stream zu sehen, was die Personen twittern, denen Sie „folgen“ – in Echtzeit.



Twitter <http://twitter.com> – (hier: Account Karin Janner)

Twitter – so sehen andere Ihr Profil

Wenn andere Ihr Profil besuchen, bekommen sie zu sehen, was Sie getwittert haben (Meldungen orientieren sich an der Zeitschiene).



Twitter <http://twitter.com/karinjanner>

„Verfolgte“ und „Folger“ (Followers)



Bild: RainerSturm / pixelio.de

Vernetzung bei Twitter ist
NICHT automatisch beidseitig!

**Wessen Tweets
bekommen Sie zu
sehen?**

- Tweets von Personen,
denen Sie folgen

**Wer bekommt Ihre
Tweets zu sehen?**

- Personen, die Ihre Tweets
abonniert haben (Ihre
„Follower“)

Social Media Tools im Vergleich

Blog: Platz für längere Artikel + ausführliche Kommentare, permanente Links, lange Aufmerksamkeitsdauer.

Twitter: kurzer, schneller Austausch, Bekanntmachen v. Themen, Schneeballeffekt, viele Multiplikatoren dort unterwegs, gute Suchfunktion: Live-Tweets von Veranstaltungen (z-B- Museums-Tweetups), Hashtag Tweets zu Themen. Sehr kurze Aufmerksamkeitsdauer.

Facebook: etwas mehr Platz für Texte; Bilder und Videos zufügen, Austausch mit Freunden und Fans, hohe Bereitschaft f. Kommentare und Likes, schlechte Suchfunktion, kurze Aufmerksamkeitsdauer

Flickr, YouTube: Arbeit mit Fotos und Videos. Sollten zusätzl. in Blog + Facebook eingebunden werden

Kampagnen, Aktionen mit User-Beteiligung, Stories etc.:

Ausgangspunkt / Zentrale: Blog. Verteilen / verbreiten: Facebook, Twitter, Google plus etc.

Dokumentation

Folien + Fragen

<http://erdbeerchili.de/viadrina-kulturmanagement-symposium/>

Passwort: viadrina

Vielen Dank!

Karin Janner, Berlin

Email: janner@erdbeerchili.de
<http://www.erdbeerchili.de>

Blog + Social Networks

<http://kulturmarketingblog.de>

<http://twitter.com/karinjanner>

https://www.xing.com/profile/Karin_Janner

<http://www.facebook.com/karinjanner>

