

Corporate Twitter

Timo Heuer

<http://www.timoheuer.com>

<http://twitter.com/theuer>

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

mail@timoheuer.com

Corporate Blogs dürften den meisten Lesern ein Begriff sein. Neulingen auf diesem Gebiet, jenen, die mehr über Corporate Blogs erfahren wollen und andersweitig Interessierten empfehle ich das Buch „Corporate Blogs“ von Klaus Eck, das im orell füssli Verlag erschien. Corporate Twittering ist jedoch nicht jedem ein Begriff und deshalb entstand diese kurze Erklärung.

Twitter

Twitter ist ein Mikroblogging-Anbieter, bei dem man nach dem Registrieren eines Accounts Nachrichten an Freunde und die Allgemeinheit schicken kann. Jedoch mit der Begrenzung auf 140 Zeilen¹ pro Nachricht.

Es besteht jedoch nicht nur die Möglichkeit, neue Nachrichten per Webinterface zu übermitteln. Vielmehr kann ein Benutzer auch durch zahlreiche Programme² sowie per Instant Messenger, SMS und Jabber neue Nachrichten einreichen.

Wie man Twitter sonst nutzen kann, zeigen diese Seiten:

- <http://twitter.pbwiki.com/NonHumanNonIndividuals> – Nichtmenschliche Twitteraner
- <http://twitter.pbwiki.com/Weather> – Twitter-Accounts fürs Wetter
- <http://twitter.pbwiki.com/Events> – Eventplanung mit Twitter
- <http://twitter.pbwiki.com/Organizations> – Organisationen und Unternehmen

Welche Mikroblogging-Dienste soll ich denn mit Nachrichten füllen?

Neben den bereits genannten Programmen und Tools, gibt es noch ein weiteres sehr nützliches Tool, genannt Brabblr. Brabblr bedient gleich verschiedenste Twitter-ähnliche Dienste mit den Nachrichten, darunter Jaiku und frazr. Bei letzterem handelt es sich um ein deutsches Copycat.

Stellt sich die Frage, welche Dienste man überhaupt in seinen Corporate Microblogging-Bereich aufnehmen sollte. Twitter definitiv, soviel ist klar. Auch Jaiku bietet sich an, da dieses über einige gute Funktionen verfügt, die Twitter (noch) nicht hat.

Eine gute Auflistung von Twitter-Klonen gibt es hier: <http://twitter.pbwiki.com/Clones> – Man sieht bereits, dass die meisten aus Deutschland kommen. Jaiku ist übrigens kein Twitter-Klon, sondern entstand separat und sieht sich eher als Ergänzung denn als Konkurrent. Die Gründer von Jaiku, Jyri Engeström und Petteri Koponnen, kommen aus Finnland.

¹ Konkurrenten bieten hier jedoch mehr, wenn auch nicht erheblich. Frazr beispielsweise bietet 150 Zeichen an.

² Die bekanntesten sind Twitterrific (<http://iconfactory.com/software/twitterrific>) für den Mac und TwitBin. Mit letzterem kann man Nachrichten in einer Browser-Sidebar lesen und versenden.

Ich habe Angst, dass ich unseriös wirke

Unseriös zu sein ist nicht das größte Problem, unauthentisch zu sein ein viel größeres. Eine Mitteilung auf 140 Zeichen zu begrenzen, ist teilweise nicht so einfach. Sie müssen auch nicht immer förmlich schreiben.

Direct Messages

Direkte Nachrichten können Sie entweder aus einem Menüpunkt schicken³ oder über das Profil des jeweiligen Benutzers. Bei letzterem gibt es im Menü (rechts) folgende Punkte: message, nudge, leave, remove⁴. Klicken Sie auf "message" und schicken Sie eine Nachricht.

Wenn der Kunde Ihnen zuerst schreibt, bekommen Sie eine E-Mail an die angegebene Adresse. Dort klicken Sie auf den Link nach "reply on the web at" und schon können Sie Ihre Nachricht versenden. Vielleicht sollten Sie zu dem Zweck eigens eine E-Mail-Adresse einrichten, beispielsweise twitter@unternehmensdomain.de, die dann separat gecheckt wird. Denn wie gesagt, 140 Zeichen ist das Maximum – auch für Direct Messages. Wollen Sie dem Kunden mehr Text schicken, fragen Sie doch einfach nach seiner E-Mail-Adresse und senden Sie Ihre (ausführlichere) Antwort an diese.

Begehen Sie keinesfalls diese Fehler:

- **Seien Sie sich darüber im Klaren, dass Sie nicht publizieren, sondern kommunizieren:** Wie bei Blogs gilt auch hier: Der Ball kommt zurück. Bedeutet: Wenn Sie etwas schreiben, werden sich auch Leute darauf beziehen und antworten.
- **Massenhinzufügen:** Das sogenannte Massenhinzufügen bietet sich *nicht* an. Dort geht es darum, möglichst viele Kontakte zu sammeln, um Aufmerksamkeit zu erregen und eine größere Reichweite zu bekommen. Von den meisten Leuten wird sinnloses Kontaktehinzufügen jedoch nicht gerne gesehen und man erreicht eher das Gegenteil: die Kunden sind verärgert. Oliver Gassner, ein bekannter deutscher Blogger, bezeichnet das als Social Spamming⁵. Wenn Leute Ihren Account zu ihren Freunden hinzufügen, dürfen Sie natürlich auch die Person zu einem Ihrer Freunde machen.
- **Pressemitteilungen:** Es bringt nichts, wenn Sie einfach nur die Überschrift von Pressemitteilungen plus eventuell einen dazugehörigen Link twittern. Das kann man auch machen, sollte aber nicht alles sein.
- **Zu unpersönlich sein:** Sprechen Sie den Kunden über Twitter direkt an. Antworten Sie auch mal mit @ auf einen Tweet.
- **Nicht auf Direct Messages antworten:** Antworten Sie unbedingt auf Direct Messages – so schnell wie möglich. Eine schnelle Antwort stärkt die Zufriedenheit des Kunden.
- **X Messages schreiben, da 140 Zeichen nicht ausreichen:** Haben Sie einmal mehr zu schreiben, als Zeichen, kann man das zwar gliedern, aber nach meiner Erfahrung nicht in mehr als zwei Messages. Längere Beiträge können auf dem Corporate Blog veröffentlicht und durch den Twitter-Account verlinkt werden.

Wie verfolge ich, was die Benutzer mir antworten?

³ http://twitter.com/direct_messages – Dort einfach den Namen aus dem Dropdown-Menü auswählen.

⁴ Voraussetzung ist, dass die Person ein Kontakt von Ihnen ist.

⁵ Auf seinem (nicht mehr weitergeführten) Blog typo.twoday.net beschreibt er Kontaktehinzufügen wie folgt: "Send a contact request if you met the person, introduced yourself and spoke more than half a sentence, you have been in contact though another channel, you have a reason to." - (<http://typo.twoday.net/stories/3232181/>). Diese drei einfachen Grundregeln sollten auch beim Corporate Twittering bestehen bleiben!

Auf Nachrichten antworten kann man mit einem @ plus dem Benutzernamen. Wenn Sie also zum Beispiel dem Benutzer mit dem Account "PetraB" die Nachricht schicken wollen, dass er Pressemitteilungen im Pressebereich Ihres Unternehmens findet, schreiben Sie folgendes in das Textfeld:

@PetraB: Unsere Pressemitteilungen finden Sie im Bereich "Presse" - >>link

Sehen, ob jemand nach diesem Prinzip auf Ihr Getwittertes (auch "Tweet" genannt) geantwortet hat, sehen Sie unter dieser Adresse: <http://twitter.com/replies>. Vor dem Stern (der übrigens dazu da ist, einen Tweet zu Ihren Favoriten⁶ hinzuzufügen), finden Sie "in reply to X". Klicken Sie auf diesen Link, landen Sie auf den Tweet, auf den sich die Antwort bezieht. Da stimmt nicht immer, denn oft schreiben Twitteraner statt einer "Direct Message" eine Nachricht mit @ und die zuletzt von Ihnen getwitterte Nachricht verbirgt sich hinter dem "in reply to"-Link. Lassen Sie sich davon nicht verwirren!

Weitere Informationen gibt es auf der offiziellen Hilfeseite von Twitter im Unterbereich "What does @username do?"⁷.

Welche Sprache soll ich wählen?

Das liegt eher an den Kunden und denen, die Ihren Twitter-Feed verfolgen und lesen. Sind Sie ein internationales Unternehmen, können Sie auf Englisch twittern. Sind Sie nur in deutschsprachigen Ländern tätig und / oder lesen nur deutschsprachige Personen mit, ist Deutsch angebracht.

Siezen oder Duzen?

Das hängt von Ihrer Zielgruppe ab. Generell ist aber siezen die bessere Variante bei unbekanntenen Personen. Sind Ihre Zielgruppe beispielsweise junge Menschen, kann man ruhig zum Du greifen.

Beispiele für gute Corporate Twitter Accounts:

- <http://twitter.com/cellity> – Das Hamburger Unternehmen cellity AG, das sich im Mobilesektor auf kostenreduzierende Telefonsoftware spezialisiert hat, begann im April mit dem Corporate Twittern. Damals begann das ganze in Englisch, heute sind die Tweets deutsch.
- <http://twitter.com/jajah> – Das im Silicon Valley ansässige Unternehmen publiziert unter ihrem Account "jajah", wo die Firma in den Medien erwähnt wird.
- <http://twitter.com/QYPE> – Von Ute Moritz begonnen, führt jetzt Stephan Mosel, besser bekannt als Moe, den Corporate Twitter Account der Firma Qype, die es ermöglicht, spannende Plätze, Restaurants und Hotels zu bewerten. Es wird in Deutsch getwittert.
- <http://twitter.com/sevenload> – Der Account des Videohostingunternehmens Sevenload aus Köln wird nicht sehr oft betwittert. Und wenn, dann in Englisch.
- <http://twitter.com/SixApart> – Das amerikanische Unternehmen stellt Software für Blogs her.
- <http://twitter.com/technorati> – Eine amerikanische Blogsuchmaschine. Mit 1320 Followern einer der größten Corporate Twitter Accounts.

Selbst Konferenzen haben den Weg in die Twitter-Welt gefunden. Die Community Summit beispielsweise verfügt über einen: <http://twitter.com/communitysummit>.

⁶ <http://twitter.com/favorites>

⁷ <http://help.twitter.com/index.php?pg=kb.page&id=63>

Stop, ich habe noch Fragen!

Gerne beantworte ich diese per E-Mail. Einfach eine E-Mail an mail@timoheuer.com senden. Darüber hinaus dürfen Sie mich auch gerne bei XING kontaktieren oder mein Blog besuchen: <http://www.timoheuer.com>. Bei Twitter bin ich unter dem Namen theuer erreichbar: <http://www.twitter.com/theuer>.