

## Twitter als Marketing-Instrument

# Werbung mit 140 Zeichen

Eine der neueren Errungenschaften des Internets ist Twitter. Ein Dienst, über den sich Kurzmitteilungen von 140 Zeichen verschicken lassen, die sofort für die Nutzer lesbar sind. Kleinen und mittelständischen Firmen öffnet Twitter neue Möglichkeiten der Kundenansprache.

» „Liebe Nachbarn, in zwanzig Minuten kommen unsere Croissants aus dem Ofen. Wir freuen uns auf Sie!“ Wer solche Nachrichten auf sein Handy bekommt, schaut vielleicht häufiger beim Bäcker vorbei. Oder: „Einsparpotenziale bei Ihrer Heizung jetzt prüfen. Wir beraten gern“, vom Installateurbetrieb an mögliche Kunden – gerade kleine Unternehmen können den Internetdienst Twitter gut für die direkte Kundenansprache einsetzen. Dafür übertragen sie das bewährte

Prinzip der Mundpropaganda in den virtuellen Raum. In den USA betreiben einem Bericht der „Welt“ zufolge etwa 70 % aller Firmen Marketing über Internet-Blogs, Foren und soziale Netzwerke. Deutsche Unternehmer dagegen haben noch Nachholbedarf. Rund 30 % nutzen die Vielfalt des sogenannten Web 2.0 geschäftlich.

## Dialog statt Monolog

Doch ihre Zahl steigt stetig. Denn für viele Chefs von kleinen und mittleren

Unternehmen lohnt es sich, ein eigenes Twitter-Konto anzulegen und zu zitschern, dass es sie gibt und was sie tun. So können sie mit Kunden und Interessenten einen Dialog führen und bekommen aufschlussreiche Rückmeldungen, statt nur Werbe-Botschaften abzusetzen. Dafür vernetzen sie sich mit Interessenten und Kunden und versorgen diese mit Informationen. Das funktioniert natürlich auch mit Blogs und Newslettern. Doch Twitter bietet mehr Möglichkeiten: Der Dialog findet öffentlich statt; Interessierte lesen automa-



## Der\_Ludwig

„Seit Januar 2009 habe ich die neuen und ungeahnten Möglichkeiten von Twitter entdeckt und mir schnell meinen Namen gesichert. Es ist zum einen eine wunderbare Ergänzung zu meiner Homepage. Zum anderen erreiche auf diese Weise ganz neue Kunden und Berufskollegen und kann mich sogar mit ihnen austauschen.“

Dirk Ludwig, Fleischermeister aus Schlüchtern – [www.twitter.com/Dirk\\_Ludwig](http://www.twitter.com/Dirk_Ludwig)



## junioeren

„Im Web spielt sich die Zukunft ab. Durch den US-Wahlkampf von Barack Obama sind auch wir bei den Handwerksjunioren auf Twitter aufmerksam geworden und haben uns angemeldet. Mittlerweile ist es ein wunderbares Instrument, unsere Verbandsarbeit zu dokumentieren. Das schafft Transparenz und spricht zudem auch insbesondere die junge Handwerkergeneration an.“

Carsten Röttgers, Bundesvorsitzender der Handwerksjunioren – [www.twitter.com/junioeren](http://www.twitter.com/junioeren)

tisch mit. Anders als bei einer Homepage geht es beim Twittern zudem nicht allein um die Veröffentlichung von Firmeninformationen. Unternehmer können Sender, aber auch Empfänger von Botschaften sein. Und wer möchte, spricht auf gleicher Augenhöhe mit seinen Kunden. Damit liefert er besonders wertvolle und ehrliche Informationen über die eigenen Produkte und Dienstleistungen.

## Information in 140 Zeichen

Jeder, der über Computer oder Handy Zugang zum Internet hat, kann Nachrichten, Fotos und Videos veröffentlichen. Je besser der Nutzer vernetzt ist, umso schneller verbreiten sich die Informationen weltweit. In der Twitter-Sprache sind es die Follower, die mit einem Mausklick ihr Interesse bekunden und künftig automatisch informiert werden. Dabei werden sie nicht mit langen Texten überschüttet. Twitter-Botschaften sind nur bis zu 140 Zeichen lang. Auf weitere Informationen kann zum Beispiel ein Link verweisen.

## Starten Sie sofort

Mit mehr als 50 Mio. Nutzern ist Twitter im Jahre 2009 explosionsartig gewachsen. Viele interessante Nutzernamen sind inzwischen vergeben, und Sie sollten sicherstellen, dass Ihren nicht auch bald jemand anderer nutzt. Die Anmeldung auf Twitter ist kostenlos und sehr einfach. Sie gehen auf [www.twitter.com](http://www.twitter.com) und drücken auf das grüne Schaltfeld „Sign up now“. Dort tragen Sie Ihren Namen, Ihren Nutzernamen, Passwort und Ihre E-Mail-Adresse ein. Ab sofort können sie die ersten Tweets – so heißen die Nachrichten – schreiben und abschieken.

## Der erste Eindruck zählt

Wie in anderen sozialen Netzwerken sollten Sie auf Twitter die gestalterischen

Möglichkeiten für ein ansprechendes Profil ausnutzen. Ihr Corporate-Design sollte auch in Ihrem Twitter-Hintergrund zur Geltung kommen. Ein neuer Follower kann so gleich erkennen, welchem Unternehmen er auf Twitter folgt, und was ihn bei den Tweets erwartet. Dafür ist kein eigener Grafiker notwendig. Viele kostenlose Programme im Internet helfen bei der Gestaltung. Zudem sollten Sie Ihr Twitter-Profil als Link in Ihre Homepage einbauen und gegebenenfalls mit anderen sozialen Netzwerken verknüpfen.

## Relevanz statt Spam

Auch bei Twitter zählt Substanz. Was schreiben Sie Ihren Followern? Wichtig ist eine Mischung von Nachrichten, die für Ihre Zielgruppe hilfreich, nützlich und gern auch unterhaltsam sind. Veröffentlichern Sie Informationen zu Ihrem Unternehmen, zu Ihren Produkten – zum Beispiel besonderen Angeboten – und Ihnen selbst als Person. Stellen Sie Fragen! Dadurch entstehen Dialoge mit Followern, also potenziellen Kunden. In solchen Gesprächen können Sie sich als Experte in Ihrem Fachgebiet positionieren – auch das bringt Kunden.

## Beziehungen aufbauen

Ihr Ziel sollte sein, möglichst langfristige Beziehungen aufzubauen. Damit schaffen Sie eine Gemeinschaft um Ihr Unternehmen. Aus Interessenten, die über Twitter zu Ihnen gefunden haben, können treue Kunden Ihrer Angebote werden. Klar ist auch: Wie bei Mundpropaganda in traditioneller Form zahlen sich Ihre Aktivitäten bei Twitter erst langfristig aus. Oder in zwanzig Minuten, wenn die Menschen aus Ihrem Viertel Croissants kaufen kommen. <<



Autor Stefan Berns ist Twitter-Coach aus Krefeld.  
E-Mail: [sb@twittcc.com](mailto:sb@twittcc.com)  
[www.twitter.com/TwittCoach](http://www.twitter.com/TwittCoach)

## Twitter-Sprache

Obwohl es der Begriff „twittern“ wie auch das „Web 2.0“ und die „Blogosphäre“ dieses Jahr in den Duden geschafft haben, kennen noch wenige Menschen Twitter und den Begriff „twittern“. Hier eine Übersetzung der Twitter-Sprache:

**Twitter** (englisch für Gezwitscher)  
Eine Plattform für Kurznachrichten

**twittern** (englisch für zwitschern)  
In 140 Zeichen kommunizieren

**Tweet**  
Eine Kurznachricht mit maximal 140 Zeichen.

**TweetUP** (Twitter + Meetup)  
Twitternutzer treffen sich im realen Leben.

**following** (englisch für jemandem folgen)  
Tweets eines anderen Nutzer lesen oder abonnieren.

**Retweet** (Abkürzung RT)  
Eine weitergeleitete Nachricht

**Hashtag** (verwendetes Zeichen: #)  
Wird zur Verschlagwortung genutzt

**@** (jemanden direkt ansprechen)  
Wird danach der Nutzernamen geschrieben, erreicht die Nachricht den Nutzer direkt.

**Twitter-Duden** (Twitter-Duden)  
Ein Glossar, das Twitter-Begriffe erklärt

**Twitter + Bild** (Twitter + Bild)  
Damit können Bilder veröffentlicht werden.

Stefan Berns, Dirk Henningsen; Der Twitter Faktor, Kommunikation auf den Punkt gebracht, 312 S., BusinessVillage, ISBN: 9783869800004; 2009, 24,80 €.

