

1. Social Media: von der Einweg- zur Mehrwegkommunikation

1.1. Was sind Social Media?

Social Media bedeutet: die Nutzerinnen und Nutzer melden sich zu Wort. Die Webdienste ermöglichen auf weitgehend offene Art den gegenseitigen Austausch von Meinungen und Erfahrungen. Sie stellen nur die Technik zur Verfügung, die Inhalte kommen von den Nutzerinnen und Nutzern. Social Media erreichen die Menschen dort, wo sie sich ohnehin aufhalten.

Bisher: 1:1-Kommunikation wie Brief oder Telefon oder 1:n-Kommunikation wie Zeitung, Radio, Fernsehen (klassische Massenkommunikation). **Social Media sind neu:** n:n-Kommunikation. Viele Sendende verbinden sich mit vielen Empfängerinnen und Empfängern. Die Lage wird unübersichtlicher und komplexer, die Steuerung der Kommunikation schwieriger bis unmöglich. Die Ein-Weg- wird zur Mehr-Weg-Kommunikation: Social Media bedeuten Dialog mit Interessierten und Anspruchsgruppen.

Checkliste für Social Media allgemein

- Online-Aktivitäten koordinieren und verknüpfen: Die sichtbare oder teilweise auch nicht sichtbare Vernetzung der verschiedenen Kanäle bringt erst eine gute Ausbeute.
- Online-Aktivitäten benötigen Zeit. Deshalb: priorisieren (nicht überall dabei sein) und begrenzen
- Datenschutz beachten: genau überlegen, welche Informationen ich preisgeben will

1.2. Weshalb Social Media nutzen?

- Informationen von Dritten werden wichtiger, um sich in der Informationsflut zurechtzufinden
- Social Media transportieren Emotionen und können Menschen für die EVP begeistern
- Menschen haben ein Vernetzungs- und Mitsprachebedürfnis
- Social Media ergänzen andere Kanäle
- Analog zum Alltag können auch via Social Media Gemeinschaften (Communities) entstehen, die einen unterstützen und wählen können.
- Mit den Botschaften zu den Menschen gehen: in der vernetzten Online-Welt ist es nicht mehr wichtig, **wo** ein Benutzer etwas sieht, sondern **dass** er es sieht.

1.3. Related Documents

- Social Media Policy: 12 Hilfestellungen zum Bewegen in der Online-Welt
- Social Media: Der Einstieg

Zu finden auf <http://www.evpev.ch/de/service/social-media.html>.

1.4. Richtlinien zur Namensgebung

Benutzernamen müssen eindeutig und kurz sein (vor allem für Twitter!) und dürfen keine Sonderzeichen enthalten. Soll ein Account auf die Partei lauten, wähle ich als Benutzername am besten das Webkürzel der Sektion, die ich vertrete:

Sektion	Webseite	Beispiel Twittername
EVP Schweiz	www.evpev.ch	twitter.com/evpev
EVP Kanton Zürich	www.evpzh.ch	twitter.com/evpzh
EVP Kanton Bern	www.evp-be.ch	twitter.com/evpbe
EVP Oberaargau	www.evpoberaargau.ch	twitter.com/evpoberaargau
EVP Lyss	www.evp-lyss.ch	twitter.com/evplyss

1.5. Tipp: Einleben

Social Media sind eine weitere Dimension unserer Umwelt. Nur sporadisch (z.B. in einem aktuellen Wahlkampf) mitmachen, bringt nur beschränkt Frucht. Zudem ist solch offensichtliche „Eigenwerbung“ für Leute, die sich wirklich in Social Media bewegen, unglaublich. Für Social Media gilt ähnliches wie für jedes Niederlassen an einem neuen Ort: Ankommen, sich umschaun, Gebräuche kennen lernen, Beziehungen schaffen – und dann kontinuierlich dranbleiben. Lieber ein Beitrag pro Woche, als eine Woche zehn Beiträge und dann vier Wochen Funkstille. Wer im Herbst auf Social Media präsent sein möchte, muss spätestens jetzt die betreffenden Kanäle eröffnen und zu pflegen beginnen.

2. Die Dienste im Detail

Von den Benutzerzahlen her bedeutende und damit empfehlenswerte Dienste sind: **Facebook**, **Twitter**, **Youtube**. Für Kandidierende und vor Wahlen sind zusätzlich smartvote.ch und allenfalls ein Profil auf politnetz.ch (kostenlose Variante) von Bedeutung. Auch ist eine kostenlose und sehr einfach zu erstellende Website bei „About.me“ empfehlenswert.

2.1. Facebook

Soziales Netzwerk und weltweit grösste virtuelle Gemeinschaft. Für September 2011 werden in der Schweiz rund 3 Millionen Nutzerinnen und Nutzer prognostiziert, also bald die Hälfte der Bevölkerung. Ideales Werkzeug, um soziale Beziehungen virtuell abzubilden.

Im Unterschied zum **persönlichen Facebook-Profil** können Organisationen (aber auch „offizielle Grössen“ wie AmtsträgerInnen) eine **Fan-Page** erstellen: Mit einem Klick auf „Gefällt mir“ abonnieren Nutzer die News-Beiträge dieser Seite und machen sie bekannt. **Gruppen** eignen sich für weniger anonyme Teams besser, haben aber tendenziell an Bedeutung verloren.

Achtung vor Wildwuchs: Es gibt bereits mehrere EVP-Gruppen und -Seiten, welche teilweise von Dritten verantwortet werden. Die offizielle EVP- Seite heisst „**EVP / PEV**“ (facebook.com/evppev).

Es gibt zwei Möglichkeiten, etwas „**auf Facebook zu teilen**“ und so zu verbreiten:

- Mit dem „Gefällt mir / i like“-Button wirst Du Fan einer Facebook-Seite . Dies wird einmalig in der Timeline erwähnt (und von Deinen Freunden so gesehen).
- „Teilen / share“-Button: Damit verlinkst Du eine beliebige Internetseite mit Deinem Facebook-Profil. Deine Freunde können diese Empfehlung sehen und anklicken.

In beiden Fällen können Deine Freunde Deinen Eintrag kommentieren und mittels „gefällt mir“ oder „teilen“ weiterverbreiten. Je mehr Personen einen Link teilen oder kommentieren, desto prominenter erscheint er in der gefilterten Timeline.

Neue EVP-Seiten auf Facebook: grundsätzlich wie Sektion benennen, Seite erstellen statt Gruppe, Vorstand über Gründung informieren.

Checkliste für Facebook

- Ein persönliches Facebook-Profil (lautend auf meinen Namen).
- Eine Facebook-Fanpage für meine Organisation, welche Nutzer mit einem Klick auf „Gefällt mir“ abonnieren und bekannt machen können. (Achtung: EVP-Seite besteht bereits! Generell zuerst suchen, ob eine Seite bereits besteht, bevor man eine neue eröffnet.)
- Ein ansprechendes Profilbild.
- Regelmässige Statusmeldungen = Posts an meiner Timeline.
- Interaktion mit anderen Benutzern ist in Facebook besonders wichtig, da viele „Gefällt-mir-Klicks“ die Wahrscheinlichkeit erhöhen, dass auch andere die Meldung in der gefilterten(!) Timeline sehen. → Einander gegenseitig unterstützen.
- Datenschutz beachten: Einstellungen zur Privatsphäre nutzen.

Quellen: Leitfaden Online-Wahlkampf von Blogwerk, Beiträge von EVP-Mitgliedern

2.2. Twitter

Kurznachrichtendienst oder Mikroblog. In maximal 140 Zeichen langen „Tweets“ (von engl. to tweet, zwitschern) kann mitgeteilt werden, was einen momentan gerade beschäftigt. Im Unterschied zu Facebook, wo Freundschaften gegenseitig geteilt werden, ist Twitter hierarchisch organisiert. Ich kann deine Meldungen abonnieren („Dir folgen“), ohne dass Du mir zu folgen brauchst.

Spezielle Dienste verkürzen lange Webadressen (z.B. www.bit.ly) oder ermöglichen es, Fotos zu posten (z.B. www.yfrog.com).

Neue EVP-Twitter-Accounts: siehe Richtlinien zur Namensgebung, Vorstand über Gründung informieren.

Mehrsprachig twittern: Separate Kanäle oder zweisprachige Meldungen auf demselben Kanal? Best Practice eruieren!

Statistik-Tools für Twitter: Ambitionierte User benutzen unbedingt Statistik-Tools wie klout.com oder twittercharts.ch. Die Tools analysieren, was für eine Art Twitterer man ist, wie viel Einfluss man hat etc. und man wird auf öffentlichen Ranglisten aufgeführt.

Checkliste für Twitter

- Ein Twitter-Account: persönlich oder auf den Namen meiner Organisation.
- Ein eindeutiges Twitter-Kürzel für meinen Account (wenn ich für die EVP twittere: Webadresse)
- Ein ansprechendes Profilbild.
- Regelmässige Tweets (lieber nur ein Tweet pro Woche und dafür jede Woche einen)
- Auf ein gutes Verhältnis achten zwischen Followern und User, denen ich folge: ein Account mit massiv mehr Following als Followern wirkt unattraktiv.
- Interaktion betreiben und Twitter nicht nur als Linkschleuder benutzen: Andere Meldungen kommentieren, favorisieren, Retweeten (fremde Beiträge weiterzwitschern) usw.

Quellen: Leitfaden Online-Wahlkampf von Blogwerk, Beiträge von EVP-Mitgliedern

2.3. Youtube

Grösste Videoplattform der Welt. Man kann Videos ansehen, kommentieren, bewerten, eigene Videos hochladen und in einem youtube-Kanal organisieren und vor allem Videos auch in eigenen Blogs oder auf Facebook weiterverbreiten. Gleichzeitig die grösste Sammlung an Peinlichkeiten. Gerade PolitikerInnen müssen sich ganz gut überlegen, was sie hier veröffentlichen wollen

2.4. Minimale Dachmarke: <http://about.me>

Als Alternative zu einer eigenen Webseite bietet sich ein Auftritt auf about.me an. Er beinhaltet genau eine Seite mit Titel, Bild und Text und bietet eine ausreichend attraktive Webadresse (z.B. <http://about.me/joelblunier>). Dient vor allem als „Dachmarke“ für alle Auftritte im Netz und verknüpft Facebook-, Twitter- und eine Vielzahl weiterer Profile, aber auch Links auf EVP-Seiten, etc.

2.5. Eigene Webseite

Die eigene Webseite bietet grösstmögliche Individualität, bedeutet aber auch Aufwand bezüglich Errichtung, Unterhalt und Aktualisierung. Und aufgepasst: Wer beispielsweise via Facebook kommuniziert, erreicht die Leute dort, wo sie sich ohnehin aufhalten, während nur ein Bruchteil der Interessierten den Weg auf die eigene Webseite finden wird. (Selbstverständlich ist es aber möglich, mit regelmässigen und guten Beiträgen auf der eigenen Webseite, welche auf Facebook geteilt werden, Besucherinnen und Besucher auf die Webseite zu holen.)

Was ist ein Blog? Ein Blog ist eine Webseite, die konsequent auf datierte und entsprechend historisierte News-Beiträge setzt, höchstens mit ein paar wenigen statischen Seiten ergänzt (wie ich es auch für 95% der übrigen EVP-Seiten als beste Praxis wärmstens empfehle). Ein zweiter Unterschied ist technischer Art: Blogs werden häufig nicht selber programmiert und gestaltet, sondern mittels frei verfügbarer Blogtools (wie Blogspot oder Wordpress) und den entsprechenden „Themes“ erstellt.

Für geübte User ist der Aufwand für Einrichtung und Unterhalt eines eigenen Blogs einigermaßen überschaubar. Es ist gut möglich, mit einem Blogtool eine Webseite zu gestalten, die nicht wie ein Blog aussieht. Zu empfehlen ist insbesondere Wordpress. Blogtools sind gegenüber selbst programmierten Seiten im Vorteil, da erstere sehr viele technische Möglichkeiten zur Interaktion mit anderen Blogs und Social Media bereits an Bord haben, die sonst mühsam integriert werden müssten.

Checkliste für die eigene Webseite / Blog

- **Zentral positionierter Newsbereich.**
- Funktion, um **die News**-Artikel bei Facebook oder Twitter weiterempfehlen zu können.
- **Eingebundene Facebook Like-Box, damit Besucher auf Facebook Fan von mir werden können.**
- **Möglichkeit, Artikel als RSS-Feed zu abonnieren.**
- Regelmässige Beiträge
- Möglichkeit, Artikel einzeln zu adressieren (über so genannte «Permalinks»).
- Blog-Tools: Verwenden von thematischen „Tags“ zur Markierung von einzelnen Einträgen. Mit der Zeit kommt so ein schönes Themenarchiv zusammen.
- Mittels Trackbacks Bezug nehmen auf andere Blogseiten und so Community pflegen

Quellen: Leitfaden Online-Wahlkampf von Blogwerk, Beiträge von EVP-Mitgliedern