

Social Media

Im Herzchen-Rausch

Bestimmt allein unsere Follower-Zahl über unseren Erfolg?

Von Mandy Ahlendorf

Kaum haben wir unser neues Bild auf Instagram gepostet, schauen wir alle fünf Minuten nach, wie schnell die Zahl der Likes und Kommentare nach oben schnell.

Kommt Ihnen das bekannt vor? Machen Sie den Erfolg Ihrer Sichtbarkeit an der Resonanz auf Ihre Beiträge fest? Bewegt sich Ihre Business-Stimmung mit der Aufmerksamkeitskurve nach oben oder unten? Ich gebe zu, ich bin nicht ganz frei davon. Denn wer will schon NICHT wahrgenommen werden? Aber halt, sind 50 Likes für ein Bild nichts und von niemandem?

ZEITRAFFER

Wie viel Zeit geben wir unseren Leser*innen, um unsere Beiträge in den sozialen Medien zu lesen? Wir haben uns ausgiebig Gedanken gemacht, über welches Thema wir als Nächstes schreiben. Unsere Story ist wohl durchdacht, die

Heldengeschichte überzeugt und der Call-to-Action hält, was er verspricht. Wir haben ein geniales Bild gewählt, es weckt Aufmerksamkeit und macht neugierig.

PERFEKT.

Kaum gepostet, checken wir im Minutentakt die Reaktionen. Aber die Likes trudeln nur spärlich ein und Kommentare gibt es gar keine. Wir werden unruhig. Was stimmt nicht? Liegt es am Thema, am Bild, am Text? Ja, wir erwarten schnell starke Resonanz. Dazu müssten unsere Kontakte allerdings ständig auf allen Kanälen online sein und unsere Beiträge überhaupt für sie sichtbar.

Lassen Sie uns das Tempo herausnehmen. Geben wir den anderen ausreichend Zeit und vertrauen darauf, dass unser Post die richtigen Empfänger*innen erreicht.

ERFOLGSSPUREN

Wann sind wir erfolgreich? Wie viele Herzchen zeigen das an? Und was macht Erfolg überhaupt aus, wirklich die Reichweite? Führt mehr Aufmerksamkeit automatisch zu besseren unternehmerischen Ergebnissen? (Für Influencer*innen trifft das wohl weitgehend zu, wobei sie allerdings die Zielgruppe der Auftraggebenden erreichen müssen.)

Wünschen wir uns nicht eher stimmige Projekte, angemessenen Umsatz und vor allem Gewinn? Wie erfolgreich sind unsere „Vorbilder“ mit Tausenden Followern tatsächlich? Für mich zählt beides: Qualität und Quantität. Was bringen mir 1.000 Follower, wenn mein Angebot nicht für sie infrage kommt, sie also nie meine Leistung buchen oder mein Produkt kaufen oder empfehlen würden. Lieber folgen mir „nur“ 300 Personen, die voll meiner Zielgruppe entsprechen. Denn so komme ich in Kontakt mit meinen Wunschkund*inn:en.



IM GESPRÄCH

Trotz der vermeintlichen Messbarkeit ist es im digitalen Raum ein bisschen wie im wahren Leben: Hundertprozentig zutreffende Analysen und Vorhersagen gibt es nicht. Zudem ist Sichtbarkeit jenseits von Likes, Herzchen und Kommentaren möglich. Ich werde zum Beispiel immer wieder auf meine Beiträge in Social Media angesprochen. Die Leser*innen haben dabei weder ein Like hinterlassen noch meinen Post kommentiert oder mein Profil besucht. Ohne das Gespräch hätte ich nie davon erfahren (außer anonym in den Kanälen, die die Zahl der Ansichten anzeigen).

MEHRWERT

Statt in Storys verpackter Werbung wünsche ich mir mehr echten Mehrwert. Wenn wir unser Wissen verschenken, vergeben wir uns nichts und verlieren nichts. Was unser Angebot ausmacht, ist unsere Persönlichkeit, das Wie. Ohne

ausgeklügelten Strategieplan im Hintergrund auch mal den Impulsen zu folgen und authentisch sichtbar zu sein. So entsteht echter Dialog zwischen den Menschen hinter den Profilen. Damit erreichen wir genau die Menschen, zu denen passt, was wir anbieten. Geben statt verkaufen. Und so könnte der Austausch im Netz aus meiner Sicht wieder gehaltvoller und interessanter werden. Wenn wir unsere Beiträge mehr als Angebote sehen, müssen wir nicht mehr um Aufmerksamkeit ringen.

AUF LANGE SICHT

Sichtbarkeit setzt voraus, langfristig und beständig präsent zu sein. Es hilft wenig, einen prallen Redaktionsplan aufzustellen, den wir dann nur wenige Wochen durchhalten. Beständigkeit heißt das Zauberwort. Wichtig dafür sind drei Komponenten: Authentizität, Wunschkund*innen und Budget. Wenn wir tun, was uns entspricht, kommt die Leichtigkeit von allein. Wählen

wir also die Formate, Inhalte und Kanäle, die zu uns – und unserer Zielgruppe – passen. Wesentlich ist auch das Budget: Wie viel Energie, Zeit und Geld möchten wir investieren? Unter den für uns richtigen Bedingungen gelingt es leichter, mit Freude zu wachsen, und wir können eine echte Fangemeinde aufbauen.

Lassen Sie uns im Netz wirklich vernetzen, statt nur Follower zu sammeln. Richtiger Austausch und echte Gespräche sind möglich. Das letzte Jahr hat mich überzeugt, dass online wunderbare Kooperationen unterschiedlichster Art entstehen können. In Challenges und Projekten, Onlinekursen und -gruppen sind wir über die pure Wissensvermittlung hinausgegangen. So konnten wertschätzende Gemeinschaften wachsen.



Mandy Ahlendorf / Foto privat

Als Mentorin für Sichtbarkeit im Business unterstützt und bestärkt Mandy Ahlendorf (<https://apilio.life>) Unternehmer*innen und Autor*innen dabei, ihre wertschätzenden Botschaften und ihr Angebot in die Welt zu bringen. Zudem berät und unterstützt die PR-Beraterin seit über 20 Jahren Unternehmen aus Elektronik, Energie und Mobilität bei ihrer Öffentlichkeitsarbeit. Sie ist aktiv in der Regiogruppe Bayern des Frauennetzwerks Webgrrls e.V., um Frauen in der Berufswelt zu stärken.