

# Experten PORTRAIT

TANJA ADLER - FIRMENHERZ, Social Media Expertin

## „DIE QUALITÄT BRINGT DIE KLICKS.“

DAS MAN ALS UNTERNEHMER – EGAL OB GROSS ODER KLEIN – ZUM ZWECKE DER WERBLICHEN KOMMUNIKATION DIE SOZIALEN MEDIEN „BESPIELEN“ SOLLTE, SOLLTE MITTLERWEILE ALLGEMEIN BEKANNT SEIN. HIER JEDOCH FANGEN FÜR DIE MEISTEN FIRMEN DIE PROBLEME AN. **REICHTE ES BIS VOR WENIGEN JAHREN NOCH, AB UND ZU „ETWAS“ AUF FACEBOOK ODER INSTAGRAM „REIN ZU STELLEN“, IST HEUTE DIE GANZE ANGELEGENHEIT DEUTLICH KOMPLEXER GEWORDEN. TANJA ADLER, INHABERIN DER SOCIAL MEDIA AGENTUR „FIRMENHERZ“ IN DEGGENDORF, RÜCKT FÜR UNS EINIGE VORSTELLUNGEN ZURECHT. EIN INTERVIEW.**

**T**anja Adler lebt Social Media. Kommunikation ist ihre Berufung. Ihre Gedanken kreisen unablässig um Postings und Beiträge, Klickraten und Reichweiten. Konzepte und Kampagnen sprudeln aus ihr heraus wie aus einer Ideenmaschine im Dauerbetrieb. Doch es gibt auch Schattenseiten: das Rennen um die begehrten Klicks und Likes ist härter geworden und es kostet mitunter einige Überzeugungsarbeit, Vorurteile und Wunschvorstellungen der Klienten in Sachen Social Media Marketing mit den Möglichkeiten der Realität in Einklang zu bringen. Wir treffen sie bei einem Tässchen Cappuccino und sprechen über Kunden, Klicks und die Zukunft der Kommunikation.

**Tanja, seit wir uns zuletzt getroffen haben, hat sich viel getan in der Social Media Welt. Diese Branche ist unglaublich dynamisch.**

**Kann man da überhaupt noch Schritt halten?**

**Tanja Adler:** Das kommt ganz darauf an, was man erreichen möchte. Social Media erlebt zur Zeit einen unfassbaren Hype. Jeder will irgendwie dabei sein, jeder Unternehmer, egal ob groß oder klein, der nicht auch „bei Social Media ist“, hat das Gefühl, er verpasst etwas ganz Großes. Das hat einerseits für mich den Vorteil, dass man niemandem mehr erklären muss, was Social Media ist. Aber es hat auch Nachteile.

**Lass mich raten: unrealistische, überzogene Wunschvorstellungen?**

**Tanja Adler:** Ich würde es nicht so negativ ausdrücken. Social Media hat es in den letzten Jahren gut verstanden, sich selbst mit einigen spektakulären Erfolgsgeschichten das Image eines Kommunikations-Wundermittels zu verpassen. Wie aus dem Nichts sind durch diese

Medien plötzlich neue Superstars aufgepoppt, die scheinbar über Nacht zu Millionären geworden sind. Diese Stories haben – und das war wohl auch die Absicht – beim normalen Unternehmer den Eindruck erweckt, dass man nur irgendwie „mit dabei“ sein müsste, und schon kommt der Erfolg von ganz allein.

**Wir beide wissen aber, dass das so nicht ganz stimmt. Praktisch alle Spieler, die heute in den sozialen Medien extrem erfolgreich sind, sind so genannte „First Mover“, Leute die von Anfang an dabei waren und ihre Reichweiten nur mit unglaublichem Arbeits- und Kapitalaufwand erreicht haben, richtig?**

**Tanja Adler:** Richtig. Ein Beispiel ist „Sally backt“. Hinter diesem scheinbar einfachen Torten- und Kekes-Blog und Youtube-Kanal steht ein Team von über 100 fest angestellten Mitarbeitern. Soviel dazu,

dass man „einfach ein bisschen Social Media machen“ muss (lacht). Das weiß der normale Kunde aber nicht. Aber Du sagst etwas sehr wichtiges: nur sehr wenige Unternehmer haben eine realistische Vorstellung darüber, welchen Aufwand es heute erfordert, erfolgreich Social Media Kommunikation zu betreiben. Am Anfang unterschätzen es praktisch alle. Früher reichte es, wenn man nebenbei ein bisschen Facebook und ein bisschen Insta machte. Das haben Chef oder Chefin selbst gemacht. Vielleicht aber auch ein Mitarbeiter, der „unser Facebook“ neben seinem eigentlichen Aufgabenbereich „betreut“ hat. Am Anfang reichte das manchmal sogar. Heute sieht die ganze Sache anders aus, die Community ist unglaublich anspruchsvoll geworden.

**Bedeutet das, dass ein einfacher, aus der Hüfte geschossener Beitrag heute nicht mehr funktioniert?**





**Tanja Adler:** Was bedeutet „funktionieren“? Das ist schon mal die erste Frage. Ein paar Likes von guten Freunden die man auch im realen Leben persönlich kennt ist nicht das, was man unter Erfolg versteht. Mein Anspruch an erfolgreiche Social Media Kommunikation ist es, unternehmerischen Erfolg zu erzielen.

**Definiere Erfolg.**

**Tanja Adler:** Sehr gerne. Wir reden über erfolgreiche Kommunikation. Erfolgreiche Kommunikation bedeutet, dass das, was man als Unternehmer sagen möchte, möglichst viele Menschen potenziell erreicht. Das ist die Reichweite. Ich möchte also eine möglichst große Reichweite mit meinen Social Media Kanälen aufbauen. Dann möchte ich aber auch noch, dass aus dieser potenziellen Reichweite eine tatsächliche Wahrnehmung meiner Botschaft wird. Also möchte ich, dass das, was ich veröffentliche, auch tatsächlich angesehen und nicht nur weiter gewischt wird. Beide Ziele erreicht man heute vor allem durch die Qualität des Beitrags. Hohe visuelle Qualität, hohe inhaltliche Qualität und hohe strategische Qualität.

**Was bedeutet strategische Qualität?**

**Tanja Adler:** Ich muss Zeitpunkt, Inhalt und Aufmachung des Beitrags auf die Strömungen im Netz anpassen, damit ich genau zur richtigen Zeit mit dem richtigen Thema am richtigen User dran bin. Das erfordert eine kompetente Analyse der Kanäle und der Zielgruppen, der Trends und der Klickraten. Es ist Arbeit. Viel Arbeit, die vom Kunden oft nicht sofort gesehen wird. Aber ohne Arbeit keine Qualität und ohne Qualität keine Klicks...



**„Wenn man weiß wovon man spricht entstehen die besten Entscheidungen.“** (Tanja Adler)

Social Media Kommunikation ist heute zu einer regelrechten Materialschlacht geworden. Die Community will regelmäßig neue, interessante und unterhaltsame Inhalte präsentiert bekommen. Die Qualitätsanforderungen sind sehr hoch, in der Regel hat ein Beitrag nur wenige Sekunden zur Verfügung, um entweder genauer betrachtet oder sofort weiter gewischt zu werden. Dazu kommt, dass Beiträge möglichst regelmäßig veröffentlicht werden müssen, zudem sollen sie an die jeweiligen Anforderungen der einzelnen Plattformen wie Facebook, Insta oder TikTok angepasst sein.

Tanja Adler, Inhaberin der Spezialagentur „Firmenherz“ in Deggendorf hat sich mit ihrem Team genau dieser Aufgabe verschrieben. Professionelles Social Media Management erfordert heute fundiertes Fachwissen in den Bereichen Analyse, Produktion, Strategie und Planung. Zwischen all dem soll außerdem ein stringenter „Roter Faden“ gezogen werden, der den Auftritt eines Unternehmens in den sozialen Medien stimmig mit den Firmen- und Markenwerten verknüpft.

Information von:

**Firmenherz Marketing GmbH & Co. KG**  
 Grafingerstr.192 | Deggendorf  
 Tel.: 0991 40599012  
 info@firmenherz.de | www.firmenherz.de