

**Stefan Berns • Dirk Henningsen**



# **Der Twitter Faktor**

**Kommunikation auf den Punkt gebracht**



**BusinessVillage**  
Update your Knowledge!

# Inhalt

<b>Geleitwort von Helmut Ament</b> .....	3
<b>Über die Autoren</b> .....	9
<b>1. Zuallererst</b> .....	11
1.1 Was ist der Twitter-Faktor? Und warum Sie dieses Buch unbedingt lesen sollten! .....	16
1.2 Web 2.0? Was ist das? .....	18
1.3 Druck versus Sog-Marketing .....	22
1.4 Aktuelle Nutzungszahlen im Social-Media-Marketing .....	24
1.5 MicroBlogging .....	26
1.6 Was ist dieses Twitterdings? .....	27
1.7 Aktualität der Internetadressen .....	29
<b>2. Twitter-Fakten</b> .....	31
2.1 Entwicklung von Twitter .....	33
2.2 Twitter-Nutzungszahlen global .....	34
2.3 Twitter-Nutzung in Deutschland.....	38
<b>3. Vorteile und Nutzen von Twitter im Marketing</b> .....	41
3.1 Fix zum Wissen = Frag Dein Netzwerk! .....	43
3.2 Trends: In & Out .....	44
3.3 Expertensuche .....	46
3.4 Neukunden ohne Grenzen – Netzwerk ist alles! .....	47
3.5 Marken- und Unternehmens-Monitoring .....	50
3.6 Me 2.0 – Sie sind die Marke! .....	52
3.7 Viral-Twitter oder der Susan-Boyle-Effekt .....	54
3.8 Event-Promotion .....	57
3.9 Sag mir Deine Meinung! – Umfragen mit Twitter.....	57
3.10 Kundendienst-Tool .....	58
3.11 Kostenloser Traffic für die eigene Homepage und den eigenen Blog .....	61
3.12 Gruppen-Kommunikation.....	62

<b>4. Twittern! Just do it!</b> .....	63
4.1 Ziele setzen – auch beim Twittern? .....	64
4.2 Die Twitter-Startseite.....	66
4.3 Profil-Grundeinstellung .....	69
4.4 Mein Twitter-CI oder: Schön sein auf Twitter .....	73
4.5 Power Twitter 1.30 .....	76
4.6 Twitter-Deutsch .....	78
4.7 Follow-Friday.....	82
4.8 Wie baue ich mein Netzwerk auf – Klasse oder Masse?.....	86
4.9 Die zehn wichtigsten Twitter-Charaktere .....	91
4.10 Verified Accounts .....	100
4.11 Wie und was kann ich twittern? Wie kann ich kommunizieren?.....	101
<b>5. Vorsicht Falle – So nutzen Sie Twitter rechtlich unbedenklich</b> .....	107
5.1 Account-Name .....	108
5.2 Profilbild .....	109
5.3 Impressum .....	111
5.4 Wettbewerbsrecht.....	113
5.5 Äußerungsrecht und Link-Haftung.....	114
5.6 Twitter Unternehmensrichtlinien.....	115
5.7 Spam-Falle Direct-Messages .....	116
5.8 Account-Grabbing.....	116
<b>6. Best-Practice-Beispiele – Unternehmen im Interview</b> .....	119
6.1 Wie die Teilnehmer ihren Coach finden – die Sichtbar-Macherin Martina Hautau.....	122
6.2 Wie die Wellness-Branche Kunden anzieht .....	128
6.3 Wie außergewöhnliche Weingläser und extrem scharfe Kochmesser zu Ihnen in die Küche finden .....	133
6.4 Wie der größte Mobilfunkkonzern der Welt, die Vodafone Group, in Deutschland twittert .....	138
6.5 Hier werden die besten Deals des Internets getwittert .....	145
6.6 Warum der Nasenfaktor auch beim Twittern stimmen muss.....	151
6.7 Digitale Signaturen – auch beim Twittern.....	158
6.8 Event- und Marketing-Beratung über Twitter – Easy Marketing Angelika Dorsch .....	163
6.9 Norwegen, Ostsee & Co. – twittern mit der Color Line .....	169
6.10 The Grooves – wie der Popstar unter den Sprachkursen twittert.....	176

<b>7. Suchen und Finden: Zehn Wege, die richtigen Follower zu finden</b> .....	183
7.1 Das vorhandene Netzwerk .....	184
7.2 Nach Orten suchen – Advanced Search.....	186
7.3 Nach Schlagworten suchen .....	193
7.4 Nach Berufen oder Interessen suchen: twellow.com .....	195
7.5 Nach Empfehlungen suchen.....	197
7.6 In Tweets suchen .....	198
7.7 #Hashtag-Suche .....	199
7.8 In Social Networks suchen .....	202
7.9 In Rankings suchen und finden .....	206
7.10 In der Profil-Bio suchen.....	208
7.11 Direkte Suchbefehle .....	210
<b>8. 1, 2, 3, ganz viele – Profilverwaltung mit Multi-Account-Managern</b> .....	213
8.1 hootsuite.com .....	216
8.2 tweetdeck.com .....	218
8.3 splitweet.com.....	219
8.4 twhirl.com .....	223
<b>9. Twittern auf Autopilot</b> .....	225
9.1 Automatisch neue Follower gewinnen .....	227
9.2 Begrüßungsnachrichten & Co. – tweetlater.com .....	229
9.3 Automatisierter Content – Twittern im Schlaf mit twitterfeed.com .....	230
9.4 Twitter-Alert-Dienste .....	232
<b>10. Twitter-Erfolg schwarz auf weiß</b> .....	235
10.1 twitteranalyzer.com .....	236
10.2 tweet-rank.de .....	239
10.3 foller.me .....	240
<b>11. Twitter-Marketing-Tools</b> .....	243
11.1 Bilder twittern – twitpic.com .....	245
11.2 Videos twittern – seesmic.com, twideo.com & Co. ....	246
11.3 Sprachnachrichten twittern – twittwoop.com .....	248
11.4 bit.ly URL-Verkürzung und Tracking .....	249
11.5 twibbon.com .....	252
11.6 Klickbare Twitter-Layouts – clickablenow.com .....	253

11.7 Sonderzeichen twittern.....	254
11.8 ping.fm.....	255
11.9 Twitter-Monitoring – monitter.com.....	256
11.10 Ein Webshop, der twittert – Twox.....	257
11.11 Online- und Offline-Marketing verbinden.....	259
<b>12. Twitter Real-Live auf Messen und Events.....</b>	<b>261</b>
12.1 Live-Berichterstattung.....	262
12.2 Event-Promotion.....	262
12.3 Twittern in jeder Lebenslage.....	265
12.4 Twittwoch, Twittagessen und BarCamps.....	265
12.5 Do you poken? – Die digitale Visitenkarte im Social-Media-Bereich.....	268
<b>13. Bezahlte Werbung auf Twitter.....</b>	<b>271</b>
13.1 be-a-magpie.com.....	272
13.2 revtw.com.....	274
<b>14. Einsatzmöglichkeiten von Twitter im Unternehmens-Alltag.....</b>	<b>277</b>
14.1 Der Webdesigner und Web-Worker.....	279
14.2 Das Restaurant oder die Pizzeria twittert.....	280
14.3 Das Hotel twittert seine Gäste in die Betten.....	284
14.4 Die twitternde Stadt – Köln.....	285
14.5 Die deutsche Bahn und Twitter.....	285
14.6 Wie der Winzer seinen Wein zu seinen Kunden twittert.....	286
14.7 Twitt-Recruiting und Headhunting via Twitter.....	287
14.8 Jobsuche über Twitter.....	290
14.9 Deutsche twitternde Unternehmen.....	292
14.10 Neue Geschäftsideen.....	293
<b>15. Das 140-Zeichen-Interview.....</b>	<b>295</b>
<b>16. Der Twitter-Faktor-30-Tage-Aktions-Plan.....</b>	<b>299</b>
<b>17. Danke!.....</b>	<b>307</b>

# 1.

# Zuallererst



- 1.1 Was ist der Twitter-Faktor? Und warum Sie dieses Buch unbedingt lesen sollten!..... 16
- 1.2 Web 2.0? Was ist das? ..... 18
- 1.3 Druck versus Sog-Marketing..... 22
- 1.4 Aktuelle Nutzungszahlen im Social-Media-Marketing..... 24
- 1.5 MicroBlogging..... 26
- 1.6 Was ist dieses Twitterdings? ..... 27
- 1.7 Aktualität der Internetadressen ..... 29

## 1.1 Was ist der Twitter-Faktor? Und warum Sie dieses Buch unbedingt lesen sollten!

Über Twitter spricht die ganze Welt! Twitter hat wie kein anderes soziales Netzwerk das Web 2.0 in kürzester Zeit verändert. Der 2006 gegründete 140-Zeichen-Dienst ist seit der Wahl von Barack Obama zum 44. Präsidenten der Vereinigten Staaten von Amerika aus den Medien nicht mehr wegzudenken. Es folgten seither immer wieder Ereignisse, die im Zusammenhang mit Twitter und sozialen Netzwerken standen.

Ob im Februar 2009 die Notwasserung im Hudsonriver. Oder Susan Boyle, die völlig unscheinbare Mitt-Vierzigerin, die bei der britischen Talentshow Britains got Talent praktisch über Nacht weltberühmt wurde.

Oder die Ereignisse nach der Parlamentswahl im Iran im Juni 2009, bei der die sozialen Netzwerke und Twitter die einzigen Kommunikationskanäle in und aus dem Iran waren und eine derart wichtige Rolle spielten, dass das US-amerikanische Außenministerium Twitter darum bat, geplante Wartungsarbeiten zu verschieben, damit die Kommunikation mit den Menschen im Iran aufrechterhalten werden konnte.

Oder als am 24.06.2009 die Schockwelle beim Tode des Genies und Superstars Michael Jackson durch das Netz ging, die Twitter sogar zeitweilig zum Zusammenbruch gebracht hat.

Dieser Twitter-Hype, der noch lange nicht vorbei ist und sich sicherlich noch intensivieren wird, hat dazu beigetragen, dass sich Unternehmen, Unternehmer und deren Manager nun intensiv Gedanken machen, wie sich das Web 2.0 und somit die sozialen Netzwerke und vorrangig Twitter für ihre Unternehmenskommunikation nutzen lassen.

Der Twitter-Faktor ist kein Hype, der morgen wieder verfliegen ist. Er ist auch nicht zu vergleichen mit dem Hype um die virtuelle Welt Second Life, und schon gar nicht ist er vergleichbar mit dem Platzen der DotCom-Blase im Jahr 2000/2001.

Unserer Überzeugung nach wird Twitter unser aller Leben noch nachhaltiger verändern, als wir es uns heute vorstellen können oder wollen.

Es geht beim Twitter-Faktor in erster Linie um Kommunikation und Vernetzung von allem mit allem.

Niemals zuvor in der Geschichte der Menschheit besaß der einzelne Mensch die technischen Möglichkeiten und die Macht, sich mit unzähligen Menschen auf dem gesamten Globus zu vernetzen und in Echtzeit Wissen und Informationen auszutauschen. Jeder, der in diesem Netz aktiv und präsent ist, ist gleichzeitig Sender und Empfänger, und nicht mehr nur Konsument der Informationen einer Medienelite!

Das bedeutet, dass Menschen sich entsprechend auch über Unternehmen, Produkte und Dienstleistungen austauschen. Kein Unternehmen kann es sich heute in global vernetzten Märkten noch leisten, sofern es die aktuellen wirtschaftlichen Herausforderungen, in denen wir uns befinden, meistern will, Twitter nicht zu nutzen oder gar völlig zu ignorieren. Entweder Sie hören den Menschen im Internet zu, wie sie über Ihre Produkte und Ihr Unternehmen sprechen, oder Sie kommunizieren mit Ihnen und nutzen diese wertvollen Informationen, um Ihr Unternehmen erfolgreicher und effektiver wie noch nie zu machen.

Und der Fokus liegt bei den Gesprächen im Internet zuallererst einmal auf dem Zuhören, einer Fähigkeit, die wir schon in der realen Welt der Kommunikation nicht immer ohne Weiteres umsetzen können.

In der digitalen Welt der sozialen Netzwerke wird sie aber immer wichtiger. Dort ist die Kommunikation niemals eine Einbahnstraße. Es kommt auf den Austausch an von Menschen – früher nannten wir sie Zielgruppe – mit den Unternehmen über deren Produkte und deren Service.

### **Twitter-Faktor**

Der Twitter-Faktor bedeutet, dass zukünftig alles mit allem kommuniziert und jeder mit jedem interagiert.

Die digitale Welt wird zum Dorf, Entfernungen schmelzen auf dem Weg jedes Einzelnen zum nächsten Internetzugang.

Twitter ist hierbei nur der Anfang von einem Prozess eines neuen Zeitalters der Vernetzung und der Kommunikation mit allem!

Warum es so wichtig ist, diese Entwicklung nicht zu verschlafen, und wie Sie Twitter mit all seinen vielfältigen Möglichkeiten, möglichst mit maximalem Nutzen für sich und Ihr Unternehmen verwenden, das zeigt Ihnen dieses praxisorientierte Buch.

## **1.2 Web 2.0? Was ist das?**

Hieß es 2008 in dem ersten deutschsprachigen Twitterbuch von Nicole Simon und Nikolaus Bernhardt noch im Titel *Twitter – Mit 140 Zeichen zum Web 2.0*, können wir ein Jahr später sagen, dass wir mittlerweile mitten im Web 2.0 angekommen sind.

Wir schreiben das Jahr 2009, und seit Jahresanfang feiern die klassischen Medien den Twitter-Hype. Twitter ist aus den Medien nicht mehr wegzu-denken.

Twitter ist ein sogenanntes Social Network, also ein soziales Netzwerk, in dem sich Menschen mit den gleichen Interessen miteinander vernetzen und austauschen können. Damit ist Twitter aber nicht alleine. Mittlerweile gibt es eine ganze Reihe von Social Networks, deren Nutzung und explosionsartiges Wachstum geradezu schwindelerregend sind.

Doch was wird heute allgemein unter dem wohlklingenden Begriff Web 2.0 verstanden? Was sind die charakteristischen Merkmale dieses neuen Internets? Es ist wichtig, dass wir uns das kurz anschauen, damit Sie erkennen, dass Twitter nur ein weiterer Meilenstein dieser sich immer mehr vollziehenden Vernetzung auf unserem Planeten ist.

Der Begriff Web 2.0 wurde bereits im Jahre 2003 in der US-Ausgabe *Fast Forward 2010 – The Fate of IT* des *CIO Magazins*, einem Fachmagazin für IT-Manager, erstmals in der Öffentlichkeit erwähnt. Er bezeichnet spezielle Technologien für die Nutzung des Internets und bezieht sich auf die veränderte Nutzung und Wahrnehmung des Internets. Die Benutzer erstellen, bearbeiten und verteilen Inhalte in quantitativ und qualitativ entscheidendem Maße selbst, unterstützt von interaktiven Anwendungen.

Die Inhalte werden nicht mehr nur zentralisiert von großen Medienunternehmen erstellt und über das Internet verbreitet, sondern auch von einer Vielzahl von Nutzern, die sich mit Hilfe sozialer Software zusätzlich untereinander vernetzen.

Hierbei wird im Marketing versucht, vom Push-Prinzip (Stoßen: aktive Verteilung) zum Pull-Prinzip (Ziehen: aktive Sammlung) zu gelangen und Nutzer zu motivieren, Webseiten von sich aus mitzugestalten.

Nach aktuellen Schätzungen der Marktforscher nutzen bereits heute, im Sommer 2009, 734 Millionen Menschen das Web auf diese Art und Weise und sind in sozialen Netzwerken präsent.

Das entspricht 65 Prozent der 1,1 Milliarden Internetnutzer. Ganz vorne auf der Rangliste steht das aktuell größte Netzwerk Facebook mit rund 240 Millionen Nutzern. Jeden Tag kommen hier alleine 700.000 Menschen hinzu.

Trotz einzelner gegenteiliger Meinungen scheint das Wachstum anzuhalten. Die aktivsten Mitglieder kommen aus Russland. Grund wie anderswo auch: Soziale Netzwerke sind besonders in großen Ländern eine gute Möglichkeit, miteinander in Verbindung zu bleiben. Auf den anderen Plätzen folgen Kanada und Brasilien. Deutschland liegt im Mittelfeld.

Charakteristisch am Web 2.0 ist seine einfache Handhabbarkeit, denn der Nutzer kann ohne großes Vorwissen eigene Beiträge im World Wide Web publizieren und Beiträge anderer kommentieren, sich virtuell vernetzen oder in Foren präsentieren und beteiligen.

### **Doch wie sieht die aktuelle Internet-Nutzung in Deutschland aus?**

67,1 Prozent der Deutschen sind 2009 online, was 43,5 Millionen Menschen entspricht.

Bereits heute sehen nach der aktuellen ARD/ZDF-Onlinestudie 2009 34 Prozent der deutschen Onliner das Internet und das Web 2.0 als ihr „Primär-Medium“ an. Weiter wird in dieser Studie deutlich, wie sehr das Internet zunehmend in den Alltag der Menschen eingebunden und genutzt wird. Aktuell sind 71,6 Prozent aller deutschen Internetnutzer täglich im Netz. 40 Prozent haben bereits die sogenannten Online-Communitys genutzt, und 27 Prozent nutzen diese wenigsten ein Mal wöchentlich. Das entspricht einem Plus von 6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.