

DIE PAITL ÜBER SINN UND SINNHAFTHIGKEIT VON SOCIAL MEDIA

Kürzlich las ich auf Twitter „I tweet, therefore I am“. Erkennt sich jemand in diesem Satz wieder? Ich mich durchaus. Ich bin Twitter-Userin der sehr frühen Stunde und war und bin von diesem raschen Nachrichtenkanal begeistert. Ich habe über 7000 Follower und bin auf dem Netzwerk nach wie vor sehr aktiv. Wir kennen alle die Vorteile des schnellen Nachrichtenkanals Twitter, der unsere Botschaften zielgerichtet und rapide nach draußen trägt. Im Falle von außergewöhnlichen Ereignissen kann nichts diese Geschwindigkeit toppen. Und doch beginne ich langsam, aber sicher, mein Twitter-Verhalten zu überdenken ...

Allen, wirklich allen meinen Kunden habe ich während der letzten Jahre intensiv empfohlen, sich dem Kreis der Twitter-Gemeinde anzuschließen. Meine Kunden sind Vortragsredner, Trainer und Coaches. Es macht für sie absolut Sinn, sich auf diese Weise sichtbar und damit bekannt zu machen. Nicht nur auf Twitter, sondern via alle anderen Social Media Kanäle.

Heute denke ich noch immer, dass wir alle Vorteile dieser Kanäle nutzen sollen, aber vielleicht in einer neuen, anderen Art und Weise ... Denn nun geht es um einen „Shift in Thinking“. Die Frage, die ich mir mehr und mehr stelle ist: Wo genau sollen wir vertreten sein? Ist es noch angebracht - so wie zu Beginn der Social Media Welle - auf allen Kanälen präsent zu sein, und sich dort - auch zeitlich - zu verlieren? Alles, wirklich alles, was uns beruflich - und teilweise privat - so passiert auf allen Kanälen wie einen Einheitsbrei papageienhaft zu verbreiten?

Oder sich doch nur einige Kanäle zu schaffen, auf denen wir das Prinzip „Gießkanne mit breitem Strahl“ etwas vernachlässigen und wirklich DIE Zielgruppen aufbauen, mit denen wir in sinnvollen Dialog treten können? Kurz gesagt, Kanäle, auf denen wir uns wohlfühlen und uns einfach gerne bewegen? Ich wage zu behaupten: Das Gesetz der Anziehung bewirkt dann, dass wir dort, wo wir uns zugehörig und wohl fühlen, auch genau die Menschen und Zielgruppen treffen, die in diesem Moment gerade kommen sollen, die zu uns passen und zu denen wir passen!

Glauben Sie bitte nicht, dass ich nun jegliches Business-Denken über Board werfe und blauäugig auf ein von manchen als esoterisch empfundenes Wohlfühl-Gebaren aufspringen will. Nein, ganz und gar nicht. Wir alle machen Social Media - mit Ausnahme von einigen Menschen auf Facebook, die dort wirklich privat kommunizieren mit ihren echten Freunden - um unsere Themen, unsere Expertise, vorzustellen und voranzubringen.

Es geht vielmehr darum, das Nützliche mit dem Angenehmen sinnvoll zu verbinden. Wenn wir uns auf einigen Kanälen nur deswegen bewegen, weil wir meinen, wir müssen, dann wird die Kommunikation dort nicht authentisch und echt sein. Wir schreiben halt was. Weil „man“ es tut. Diese Worte werden auch niemanden so richtig erreichen. Denn jeder Text hat energetische Schwingung. Jeder Text, egal ob ein kurzer Tweet, ein längerer Facebook-Eintrag oder ein vollständiger Artikel. Text schwingt. Und zwar in der genauen momentanen Schwingung desjenigen, der ihn schreibt.

Ist diese Energie und Schwingung des Verfassers eine positive, freudige, strahlt der Text dies aus. Dann lädt er automatisch zum Lesen, Kommentieren und Weiterleiten ein. Stereotyp gepostete Texte - wo auch immer - schwingen bestenfalls gar nicht, weil sie in einem total neutralen Gefühl eingestellt wurden. Schlimmstenfalls transportieren sie die Hektik, Gereiztheit oder Langeweile, die der Verfasser gerade verspüren mag. Achtung: Das hat nichts mit den Worten zu tun, die sind meistens sehr OK. Aber es ist die Stimmung im Hintergrund die durchkommt, immer.

Jeder von Ihnen merkt das, ganz unbewusst und genauso unbewusst entscheiden Sie dann darüber, ob Sie diesen Eintrag teilen oder kommentieren werden oder nicht. Wenn Sie nun also auf einem Kanal posten, den Sie eigentlich nicht mögen - Sie finden Facebook eigentlich unmöglich, aber weil alle sagen, da muss man hin, sind Sie auch dort, wird genau diese Einstellung bei jedem Ihrer Postings durchkommen. Und Sie werden auf Facebook keine wirkliche Resonanz finden. Es geht also vor allem um die Stimmung, in der wir kommunizieren, die einen fulminanten Social Media Erfolg von einem mittelmäßigen Social Media Auftritt unterscheidet. Deswegen sollen wir genau wählen, wo wir uns aufhalten! Und wie gerne wir dies tun. Denn: Wir müssen nirgends sein!! Dieser Satz gibt - mir zumindest - ein herrliches Gefühl von Freiheit. Wenn ich mir zugestehe, dass ich nur dort hingeh, dort wirklich aus dem Herzen kommuniziere, wo ich dies gern tue und auch eine Kommunikations-Gemeinde um mich habe, die mich darin total unterstützt, die mir zeigt, wie gerne sie meine Nachrichten liest, dann bin ich richtig. Dann kommuniziere ich aus meinem Innersten. Dann bin ich frei.

Das Ziel ist bewusstes, achtsames Kommunizieren mit Wert und Wertschätzung, aber immer im Sinne unseres Business-Fokus. Immer im Sinne unserer geschäftlichen Ziele. Immer im Sinne unseres - auch monetären - Erfolges. Das eine schließt das andere definitiv nicht aus. Ganz im Gegenteil. Ich bin überzeugt, dass bewusstes und achtsames Vorgehen langfristig der einzige Weg für den wahren - auch inneren - Erfolg ist. Wer ganz bei sich im Inneren verweilt, bei dem werden äußere Erfolge nicht auf sich warten lassen.

www.gendersdialogociety.com GDS

Monika Paitl

www.communications9.com

communications9 ist die inhabergeführte PR-Agentur für Keynote Speaker, Trainer und Coaches und verbindet diese gemäß dem Motto „linking the speaking world.“ mit der Welt der Medien. Monika Paitl gründete nach ihrer internationalen Karriere in der Automobil- und Elektronikindustrie communications9 und bringt ihre Erfahrungen in den Bereichen PR, Social Media und Weiterbildung in ihre Agentur ein.

