

## Gastbeitrag: Facebook&Co. – Fluch oder Segen?

Können Sie es noch sehen? Facebook und „Verfolgen Sie uns auch auf Twitter“, das deutsche WM-Team ist #BereitWieNie und überhaupt: Was ist eigentlich ein Hashtag? Alle schauen nur noch auf ihre Smartphones. Also, früher, da war alles besser. Oder? Zugegeben, die Welt war früher einfacher. Und anders. Aber besser?

Das Heft vor Ihnen ist aus Papier. Das ist gut so, denn Papier hat immer etwas Wertiges. Aber gleichzeitig können Sie es im Internet herunterladen. Sie können darüber online diskutieren, Sie erreichen die Autoren direkt. Sie können sie kritisieren oder loben. Und hier steckt der Unterschied zu früher. Hät-

ten Sie damals beim Lesen zum Telefon gegriffen? Oder einen Leserbrief geschrieben? Die Erfahrungen zeigen: Eher nein.

Aber genau dies passiert jetzt und ständig um uns herum. Die Digitalisierung bewirkt einen solch bedeutenden gesellschaftlichen Wandel wie zur Zeit der Erfindung des Buchdrucks. Digitale Techniken und Kommunikationsmöglichkeiten beschleunigen und verändern unsere Gesellschaft wie keine Technologie zuvor. Dies kann Angst machen, bietet aber ebenso enorme Potenziale und Chancen. Gerade auch für Diakonie und EVIM. Denn noch nie konnte man auf einen Klick verstehen und mit-

empfinden, was ein Mensch benötigt - weltweit.

Wir brauchen daher nicht weniger Facebook & Co., sondern noch viel mehr und vor allem einen unverkrampfteren Umgang damit. Bereiten wir unserem Allzeitskeptiker-Land eine Überraschung: Nutzen wir die Chancen, die in der digitalisierten und vernetzten Welt stecken. Das sehen Sie anders? Prima, dann lassen Sie uns diskutieren. Gerne online.

*Maik Meid*

*Fundraising und Digitale Kommunikation*

*Mail: info@fundraisingnetz.de*

## Die Online-Kommunikation von EVIM

**Die Entwicklung der EVIM Website war ein Kraftakt: Hunderte von Seiten mussten erstellt, getextet, strukturiert, gestaltet und programmiert, zahlreiche Fotos geschossen werden. Mehrere Monate beanspruchte die Arbeit der EVIM Pressestelle und der Kommunikationsagentur. Der Aufwand zeigt deutlich, welchen Stellenwert mittlerweile die Kommunikation via Internet genießt. Längst ist es mehr als nur eine elektronische Version einer Imagebroschüre. Die Website ist Verkäuferin, Kontaktabahnerin und Orientierungshilfe für Kunden, Klienten und Mitarbeiter. Von der Qualität und Authentizität der Darstellung hängt häufig der Erfolg bestimmter Angebote ab.**

Beispielsweise suchen Angehörige einer älteren Person Betreuung in ihrer Nähe und machen sich bereits am Bildschirm



ein klares Bild von Leistungen und Anspruch der EVIM-Betreuungsangebote. Potenzielle Mitarbeiter informieren sich in erster Linie online über ihre zukünftigen Arbeitgeber – und senden ihre Bewerbungsunterlagen via Web-Interface.

Damit ist die Website zum Dreh – und Angelpunkt der Kommunikation von EVIM geworden. Dies zeigen auch die

Nutzungsstatistiken, die wir regelmäßig erheben, um das Angebot weiter zu optimieren: Derzeit verzeichnet die Seite monatlich über 7.000 Besucher. Am häufigsten werden die Stellenangebote angesehen, weshalb hierauf bei der Neuentwicklung ein starkes Augenmerk lag. Von den vier Tätigkeitsbereichen wurden "Seniorinnen und Senioren" mit 14.000 Seitenansichten innerhalb von 11 Monaten am häufigsten aufgerufen.

## Die Online-Kommunikation von EVIM

Maßgabe für die Entwicklung des Web-auftrittes war es, trotz des großen Angebotes von derzeit über 50 Einrichtungen, den Besuchern eine einfache und schnelle Orientierung zu ermöglichen. Damit ist auch der Leitgedanke sämtlicher Online-Aktivitäten erklärt: Das Informations- und Kommunikationsbedürfnis von Klienten und Mitarbeitern steht im Vordergrund, für sie haben wir das Angebot entwickelt, getreu dem EVIM- Motto: „Wir sind da, wo Menschen uns brauchen“.

Menschen kommen nicht zum Zeitvertrieb auf eine Organisationsseite, sondern dann, wenn sie ein Hilfsbedürfnis haben. Das beginnt damit, dass rund die Hälfte der Besucher über eine konkrete Suche bei Google auf EVIM.de gelangt. Auf der Seite selbst möchten sie dann möglichst schnell zu den gewünschten Informationen gelangen. Deshalb gibt es auf der EVIM Website viele Suchmasken und Karten, Ansprechpersonen und Kontaktmöglichkeiten.

Und wer das Verhalten von Menschen im Web beobachtet weiß, dass sie das Lesen langer Texte am Bildschirm ver-

meiden. Statt langer Worte werden lieber kurze Filme angesehen. Deshalb starteten wir auch einen YouTube Kanal mit kurzen Videos, die regelmäßig aktualisiert werden. Mit ihrer Hilfe lassen sich authentische Einblicke in die Arbeit von EVIM erhalten.

### Mehr Dialog und Nähe mit Hilfe von YouTube und Facebook

Mehr Dialog und eine größere Nähe zu den Menschen – und das trotz der Größe von EVIM. Dies ist eine große Herausforderung für die zentrale Kommunikation. Neben der Website entwickelten wir daher auch den Facebook-Auftritt der, jenseits von üblichen Pressemitteilungen, das Leben bei EVIM dokumentieren soll.

Facebook hat sich als kurzweiliges Kommunikationsmittel etabliert. Emotionalität steht hier im Vordergrund. Entsprechend muss die Themenauswahl erfolgen und die Sprache eingesetzt werden: kurz und persönlich, dabei aktivierend und animierend. Die Facebook-Präsenz lädt die Leserinnen und Leser dazu ein zu kommentieren und beizutragen.

Mittlerweile verfolgen fast 500 Menschen die EVIM Facebook-Seite. Über sie erreichen wir auch deren Freunde, so dass einzelne Beiträge von weit über 1.000 Menschen gesehen werden. Und die Nutzerzahl wächst wöchentlich. Auf der Facebook-Seite geht es um einen persönlichen Einblick in die zahlreichen Aktivitäten von EVIM. Jeder Beitrag enthält ein Foto oder Video. Besonders gut kommen Beiträge wie die Filme über die Werkstätten an, oder der Link zum Video von Henry, ein an Alzheimer erkrankter Bewohner, der bei Musik wieder richtig aufblüht. Es sind die Geschichten, die unterhaltsam und emotional zugleich sind, die für Facebook besonders geeignet sind. Weitere Videos sind dann zusätzlich auf dem YouTube-Kanal von EVIM zu sehen. Zwölf Videos stehen hier zur Verfügung und wurden teilweise bis zu 800 Mal aufgerufen.

Das Angebot zeigt nicht nur in der öffentlichen Wahrnehmung seine Wirkung, sondern auch intern: Es geht um die Wertschätzung der Arbeit der EVIM-Mitarbeiter, um das Bewusstsein einen wichtigen Teil zur Gestaltung unserer Gesellschaft beizutragen - im Großen wie im Kleinen.

Angestoßen von den Möglichkeiten des Internets vollzieht sich so allmählich auch ein Kulturwandel in der Organisationskommunikation. Deutlich wird dies bereits in der Zusammensetzung der Facebook-Redaktion: Elf engagierte Kolleginnen und Kollegen aus allen EVIM Geschäftsbereichen berichten darüber was EVIM bewegt – über die Entstehung von Projekten und über kleine und große Erfolge. „Hier können wir sicher noch viel mehr über Menschen berichten, die hinter EVIM stehen. EVIM bietet so viele Geschichten, unseren Claim lebendig werden zu lassen“ sagt Heide Künanz, die das Facebook-Team leitet. Mit die-

The screenshot shows the EVIM website interface. At the top, there is a navigation bar with icons for home, search, YouTube, and Facebook, followed by menu items: Unternehmen, Stiftung, Presse, Mitarbeit, Engagement, Kontakt, and a search field. Below this is the EVIM logo with the tagline "Wir sind da, wo Menschen uns brauchen" and the text "EVANGELISCHER VEREIN FÜR INNERE MISSION IN NASSAU". A horizontal menu contains buttons for "Über EVIM", "SeniorInnen & Senioren", "Beeinträchtigte Menschen", "Kinder & Jugendliche", and "Schüler und Kita-Kinder". The "Über EVIM" section is expanded, showing a sidebar with links to "Unternehmen", "Aktuelle Meldungen", "Presse", "Flyer & Broschüren", "Mitarbeit" (with sub-links for "Fort- und Weiterbildung", "Altenpflegeausbildung", and "Freiwilligendienste"), "Engagement", "Freiwilligendienste", "Cook&Chill", and "Kontakt". The main content area features a photo of a smiling woman, Romina Gabriel, with a quote: "Ich finde es super, wie wir alle gefördert werden. Fortbildungen und Fachtage sind richtig wertvoll." Below the photo is a red banner with the text "Kommen Sie zu uns: Dorthin wo Menschen Sie brauchen". At the bottom, there is a "STELLENANGEBOTE" section with the text: "Sie arbeiten gerne mit Menschen? Sie suchen einen interessanten, herausfordernden Arbeitsplatz? EVIM ist diakonischer Träger von über 40 Einrichtungen in Wiesbaden, dem Main-Taunus-Kreis und dem Rheingau-Taunus-Kreis."

## Die Online-Kommunikation von EVIM

sem Ansatz zählt EVIM zu den mutigsten und innovativsten sozialen Trägern in Deutschland und gilt für viele Einrichtungen als Orientierungspunkt.

### Umfangreiche Planungen im EVIM-Team

Den Aktivitäten vorausgegangen war ein intensiver Prozess sowohl für die Website als auch für die Facebook-Kommunikation. Im Zentrum standen die Bedürfnisse der Besucher: Wonach fragen sie bei der ersten Kontaktaufnahme mit einer Einrichtung, was sind die häufigsten Bedarfe? Diese Fragen wurden allen Geschäftsbereichen gestellt, um dann gemeinsam das Online-Angebot zu entwickeln. Über mehrere Wochen erstellten wir gemeinsam mit den Geschäftsbereichen das Konzept.



Auch der Facebook-Seite gingen umfangreiche Vorbereitungen voraus: Interne Richtlinien für die Kommunikation wurden entwickelt, das Redaktionsteam zusammengestellt und ein Redaktionskonzept verabschiedet. Doch trotz aller Planung: (Online-)Kommunikation ist ein Prozess. Es geht auch darum auszuprobieren, die Reaktionen zu beobachten und es jedes Mal ein wenig besser machen. Das ist spannend und motivierend für alle Beteiligten.

Oliver Viest

### Arbeiten fürs Google-Ranking

Bei allen Online-Aktivitäten gilt es auch eine wichtige Firma zu berücksichtigen: Google. Jeder zweite Besucher von EVIM.de gelangt erst über diese Suchmaschine auf die Seite. Was Google nicht findet, existiert nicht. Hier zählen die Stichworte, nach denen die Nutzer suchen. Dies ist beim Schreiben von Überschriften zu bedenken, ebenso wie bei der Programmierung. Zusätzlich spielen die Facebook- und YouTube-Aktivitäten eine wichtige Rolle für die Position bei Google: Je lebendiger hier die Kommunikation ist, desto besser wird die EVIM-Website auch bei Google gefunden. Und auch hier gibt es stetige Veränderung: Beiträge auf Google+ werden immer wichtiger für die Auffindbarkeit, gleichzeitig sinkt die Reichweite von Facebook-Beiträgen.

### Die Zukunft der EVIM-Kommunikation ist mobil

Die Anforderungen an die Kommunikation bleiben in einem steten und schnellen Wandel. So sind bereits jetzt die nächsten Veränderungen abzusehen: Lesegewohnheiten verändern sich weiter, Nutzer werden anspruchsvoller, Privates und Berufliches verschmilzt zunehmend (im Business-Netzwerk Xing finden sich beispielsweise viele EVIM-Mitarbeiter, die natürlich auch Privates austauschen). Durch höhere Übertragungsgeschwindigkeiten werden Videos immer stärker genutzt und auch als Informationsmöglichkeit erwartet. Und schließlich bietet die Nutzung von Smartphones neue Kommunikationsmöglichkeiten: Nach einer Google-Studie suchen über 82% der Smartphone-Nutzer nach lokalen Inhalten (14% sogar täglich), 80% sind in Folge des Suchergebnisses aktiv geworden. Das

bedeutet in Zukunft auch für EVIM, sich noch stärker an den Kommunikations- und Suchgewohnheiten der Menschen auszurichten, lokalisierte, multimediale Informationen anzubieten und: Dialogbereit zu sein.

Oliver Viest

*Dr. Oliver Viest ist Geschäftsführer der Kommunikationsagentur em-faktor. Er betreut mit seinem Team EVIM seit vielen Jahren in der Kommunikation. em-faktor zeichnet für das Corporate Design als auch die Website von EVIM verantwortlich und unterstützt uns bei der Weiterentwicklung im Internet wie im Print. Mehr Informationen unter [www.em-faktor.de](http://www.em-faktor.de)*