

„Das Ohr ganz nah am Markt haben“

Tipps. Was das Gezwitschere bringt.

Dieter Rappold (31) ist Chef und Gründer der Web-Agentur Knallgrau, die selbst Twitter einsetzt (<http://twitter.com/knallgrau>). Der Web-Dienst bietet die Chance, „das Ohr ganz nah am Markt haben zu können“, so Rappold, weil Twitter ein „Seismograf der aktivsten Internetnutzer“ sei. Seine Tipps für sinnvolles Web-Gezwitschere:

- **Zuhören** „Die erfolgreiche Nutzung von Twitter beginnt mit Monitoring“, so Rappold. Man solle zuerst mitlesen, was die Nutzer über die eigenen Produkte denken, und erst dann ins Gespräch einsteigen. Begriffe kann man über die Suchfunktion leicht aus den Tweets, wie die 140-Zeichen-Botschaften genannt werden, herausfiltern.

- **Dialog suchen** „Twitter wird oftmals falsch als Broadcasting-Kanal verstanden“, sagt Rappold. Man solle nicht einfach Schlagzeilen und einen Internet-Link posten. Besser sei, als Person und nicht als Unternehmen aufzutreten und den direkten Dialog zu suchen. Das heißt auch, klar zu sa-

gen, wer twittert, und sich nicht hinter dem Firmennamen zu verstecken.

- **Keine Reklame** Werbeslogans sind bei Twitter fehl am Platz. Wer glaubt, über den Web-Dienst kostenlose Anzeigen laufen lassen zu können, irrt sich – die Zahl der „Follower“ (Nutzer, die die eigenen Tweets abonniert haben) wird so sofort wieder sinken. Firmen sollten den Usern einen Nutzen bieten, etwa Feedback zu Produkten einholen, auf Reklamationen und Kritik eingehen oder Einsicht in die Produktentwicklung geben. Dann sei auch die Chance größer, dass sich die eigenen Botschaften via sogenannter „Retweets“ viral weiterverbreiten, so Rappold.



DIETER RAPPOLD

Knallgrau-Chef Rappold