

Soziale Medien für das Engagement nutzen

Kommunikation steht immer am Anfang eines jeden Engagements. Engagierte Menschen wollen die Gesellschaft verbessern und andere für die eigenen Ziele begeistern. Ich behaupte, das Internet und im Speziellen die Sozialen Netzwerke sind das beste Medium um die Kommunikation zu fördern und andere für die eigenen Ziele zu begeistern.

Ich habe das Internet schon sehr früh genutzt. Für mich ist es vor allem ein Medium, um Informationen zu bekommen und zu kommunizieren. Die Kommunikation online und offline sind dabei miteinander verschmolzen und beeinflussen sich gegenseitig. Es bleibt dabei nicht nur bei der Kommunikation, sondern das Internet beeinflusst mein gesamtes Leben.

Dieser Beitrag ist in drei Teile unterteilt. Im ersten Teil werden drei Vorteile von Sozialen Medien für das Engagement beschrieben. Der zweite Teil beschreibt die drei Schritte zur Nutzung von Sozialen Medien, um mehr engagierte Menschen zu erreichen. Im dritten Teil werde ich zeigen, wie das Internet und Soziale Medien Verbesserungen in der realen Welt ermöglichen.

Die drei Vorteile von Sozialen Medien für das Engagement

Die Vorteile von Sozialen Medien unterteilen sich in drei Punkten:

- Die Vorteile der neuen Art der Kommunikation
- Die Vorteile der neuen Art der Informationsverbreitung
- Die Vorteile der neuen Verbindungen zwischen Menschen

Die Vorteile der neuen Art der Kommunikation

Ein großer Teil der Menschen engagiert sich, weil sie direkt angesprochen und um Unterstützung gebeten werden. Dies geschieht oft beiläufig als Teil einer Konversation. Ein Großteil der alltäglichen Konversationen findet jedoch mittlerweile über das Internet statt. Die ausschlaggebenden Gründe hierfür sind:

- Zeitversetzte Kommunikation – Die Kommunikationspartner müssen nicht zum gleichen Zeitpunkt Zeit haben. Die Kommunikation findet zeitversetzt statt. D.h. jeder kann die Kommunikation aufbauen und fortsetzen, wenn er die Zeit hat.
- Partizipation – Klassisch wurde oft zwischen Informieren und Kommunizieren unterschieden. Zeitungen und Bücher haben z.B. die Verbreitung von Informationen im Fokus. Bei einem

Treffen mit Freunden steht eher die Kommunikation im Vordergrund. Bei einer Kommunikation in Sozialen Netzwerken verschwindet diese Grenze. Nachrichten in einem Sozialem Netzwerk, erreichen wie eine Zeitung mehrere Empfänger. Die Empfänger können diese Nachricht jedoch nicht nur konsumieren, sondern auch kommentieren und teilen. Dadurch verschwindet die Grenze zwischen Empfänger und Sender.

Diese Art der zeitversetzten und partizipativen Kommunikation ermöglicht sozialen Organisationen auf einfache Weise, in den Kontakt mit ihren Unterstützern zu kommen.

Die Vorteile der neuen Art der Informationsverbreitung

In meiner Kindheit gab es ein wöchentliches Highlight, das eine gewisse gesellschaftliche Relevanz hatte. Das gemeinsame Schauen einer Samstagabend Show. Dabei ging es oft nicht um die Show an sich, sondern oft um die Gespräche über das Gesehene am Wochenanfang. Wer die Show nicht gesehen hatte, konnte nicht mitreden und wurde zu einem stillen Zuhörer.

Mittlerweile ist es oft nicht mehr die Samstagabend Gala, die diskutiert wird. An ihrer Stelle treten immer mehr kleine Videoschnipsel, Bilder oder Geschichten, die sich über das Internet verbreiten. Die Verbreitung funktioniert dabei nicht anders als sich schon immer Nachrichten verbreiteten. Durch das Weitererzählen. Die Digitalisierung hat das Weitererzählen nur vereinfacht.

Engagierte Menschen sind überzeugt von den Zielen ihres Engagements. Dies können soziale Organisationen nutzen, indem sie Geschichten schreiben, die von den Unterstützern kommentiert, geteilt und dadurch verbreitet werden.

Die Vorteile der neuen Verbindungen zwischen Menschen

Die Verbreitung von Geschichten und Informationen ist abhängig von den Verbindungen der sozialen Organisation mit ihren Unterstützern und den Unterstützern untereinander. Diese Verbindungen bilden die Grundlage von Sozialen Netzwerken und beeinflussen den Informationsfluss.

Durch das Teilen und dem Erstellen von interessanten Informationen kann das eigene Netzwerk und somit die Reichweite der Informationen vergrößert werden. Wie man dabei vorgeht, wird im folgenden zweiten Teil mit den drei Schritten zur Nutzung von Sozialen Medien beschrieben.

Die drei Schritte zur Nutzung von Sozialen Medien

Die Mechaniken von Sozialen Medien wie sie beschrieben wurden, sind für viele Menschen bereits in ihrem Alltag integriert. Vor allem die Generation Y, die mit dem Internet aufgewachsen ist, macht sich keine theoretischen Gedanken zu ihrer Internetnutzung, sondern verwendet die Werkzeuge einfach. Um diese Menschen zu erreichen, lässt man sich am besten auf ihre Art der Kommunikation ein.

Wenn man noch keine Sozialen Netzwerke genutzt hat, sind die Flut der Informationen und der Funktionsumfang am Anfang erdrückend. Mit den Informationen umzugehen, muss gelernt werden wie das Lesen einer Zeitung. Ein Buch liest man meist von vorne bis hinten. Eine Zeitung dagegen

selektiv. Welche Artikel interessant sind, findet jeder für sich selber heraus. Die folgenden drei Schritte erleichtern den Umgang mit Sozialen Medien:

- Erster Schritt: Umschauen und verstehen
- Zweiter Schritt: Teilnehmen und Teilen
- Dritter Schritt: Inhalte erzeugen

Erster Schritt: Umschauen und verstehen

Der erste Schritt zur Teilnahme an Sozialen Netzwerken ist das passive Beobachten. Lesen was einen interessiert und alles andere überspringen. Oft werden Soziale Netzwerke als rein private Kommunikationsplattformen gesehen. Es ist aber auch möglich, Soziale Medien als Informationskanal zu nutzen. Dies geschieht durch Folgen oder „Liken“ einzelner Personen oder Organisationen. Auf diese Weise wird ein ganz persönlicher Informationskanal geschaffen, ähnlich einer Zeitung, dessen Inhalt nur die eigenen Interessen umfasst. Die empfangenden Informationen werden immer besser an den eigenen Interessen angepasst.

Zweiter Schritt: Teilnehmen und Teilen

Mit der Zeit wächst oft der Wunsch, interessante Informationen und Geschichten mit anderen zu teilen. Dies ist der erste Schritt zum aktiven Teilnehmer des Netzwerks. Es ist jedoch entscheidend, mit wem die Information geteilt wird.

1. Mit meinen „Freunden“ teilen.
2. An eine Gruppe senden.
3. Öffentlich teilen.

Wenn Nachrichten nur an einem zuvor festgelegten Personenkreis geteilt werden, entspricht das einer Unterhaltung mit Freunden bei einer privaten Party. Durch das Verschicken an eine bestimmte Gruppe, werden auch Menschen außerhalb des eigenen Netzwerks erreicht. Die Entscheidung, ob die Nachricht in die jeweilige Gruppe hinein passt, ist jedoch nicht immer einfach zu beantworten. Besser ist es, die Informationen öffentlich zu teilen. Bei dieser Art zu Teilen gibt man jedem die Möglichkeit, den dadurch entstehenden Informationskanal zu verfolgen.

Eine gute Erläuterung der Mechaniken von Sozialen Netzwerken, in Hinblick auf die Verbreitung der eigenen Inhalte, gibt das Buch „Crush It!“ von Gary Vaynerchuk.

Dritter Schritt: Inhalte erzeugen

Beim Anschauen der Werbung und Präsentation von großen Firmen und deren Produkte wird sichtbar, dass es immer weniger um das Produkt selber, sondern um ein Erlebnis geht. Es werden Geschichten erzählt, die Emotionen hervorrufen.

Soziale Organisationen haben hier einen riesigen Vorteil, den sie leider noch nicht zu Genüge nutzen. Sie müssen sich keine Geschichten zu ihrem Produkt ausdenken. Sie können emotionale Geschichten

und Erlebnisse aus den Erlebten erzählen. Während Firmen durch die Werbung ihr Produkt verkaufen wollen, ist das Ziel von sozialen Organisationen u.a. Unterstützer zu finden.

Dies wird am besten mit Hilfe der folgenden Punkte erreicht:

- Den Empfänger über eine Geschichte auf der persönlichen und emotionalen Ebene ansprechen.
- Ihm eine einfache und offensichtliche Möglichkeit geben, Teil der Geschichte zu werden.
- Die Geschichte ist so geschrieben, dass der Teilende in einem positiven Licht gerückt wird.

Der Kontakt zu anderen wird am besten über zwischenmenschliche Emotionen und Geschichten erreicht. Förmliche Bekanntmachung sind zwar informativ, laden aber nicht zum Teilen ein. Die Wahrscheinlichkeit, dass eine Nachricht gerne geteilt wird, erhöht sich durch Emotionen und das Gefühl die Welt durch das Teilen ein bisschen verbessern zu können. Zwei extreme Beispiele, die auf diese Weise eine Nachricht erzeugten, die sich viral verbreitete, waren die „ALS Ice Bucket Challenge“ und das Video „Kony 2012“. Beide nutzten auf sehr unterschiedliche Weise Emotionen, gaben die Möglichkeit Teil der Aktion zu werden und ermöglichten den Teilenden in einem positiven Licht zu stehen.

Mehr Informationen über die Herangehensweise, die eigene Nachricht wirkungsvoll zu verbreiten, sind in den Büchern „Made to Stick“ von Chip Heath und Dan Heath, und „Contagious“ von Jonah Berger beschrieben.

Mehr als nur Informationen

Das Internet ermöglicht es nicht nur Informationen zu verbreiten, sondern vereinfacht auch Aktionen zu planen und zu realisieren. Die partizipative Kommunikation ermöglicht es, Menschen auf einer nie zuvor möglichen Weise zu mobilisieren und so eine tatsächliche Verbesserung der Gesellschaft außerhalb des Internets zu realisieren.

Ein schönes Beispiel war die Aktion „Geflüchtete willkommen in Bielefeld“, bei der ein Flüchtlingsheim renoviert wurde. Die Aktion entstand aus der Idee, 10 Mitstreiter zu finden, um das Flüchtlingsheim neu zu streichen und wohnlicher zu machen. Das Internet und insbesondere Soziale Medien wurden genutzt, um Mitstreiter zu mobilisieren. Die Resonanz auf den Aufruf war überwältigend. 70 Freiwillige hatten ihre Freizeit geopfert, um das Flüchtlingsheim zu verschönern.

Partizipation

Soziale Medien sind nur der erste Schritt, um das Engagement zu fördern und reale Änderungen in der Gesellschaft zu ermöglichen. In den nächsten Jahren wird es immer mehr Werkzeuge geben, die die Partizipation des Internet nutzen, um ihre Wirkung in sichtbaren Veränderungen, außerhalb des Internets, zu entfalten. Im Folgenden werden einige dieser bereits bestehenden Werkzeuge vorgestellt, die ohne das Internet und die dadurch geförderte Partizipation nicht möglich wären.

Crowdfunding

Crowdfunding ermöglicht es, die Finanzierung einer Idee mit der Hilfe von einer Vielzahl an (privaten) Kapitalgebern zu realisieren.

Online-Petitionen

Online-Petitionen nutzen das Internet, um die Unterstützung für ein Thema kenntlich zu machen und es durch die Masse an Unterzeichner in den Fokus zu rücken.

Engagement fördern

Es gibt eine Reihe von Plattformen, die das Ziel haben, durch die Partizipation im Internet neue Arten von Engagement zu ermöglichen und zu fördern.

- **wheelmap.org** – Bei dem Kartierungsprojekt wheelmap.org kann jeder die Rollstuhltauglichkeit von Orten bewerten.
- **youvo.org** – Auf youvo.org können Kreative ihr Wissen für soziale Projekte einbringen.
- **helpteers.net** – Das von mir gestarteten helpteers.net macht Engagement online sichtbar, um offline etwas zu bewegen.
- **socialbar.de** – Socialbars nutzen dezentral organisierte lokale Treffen als Anstoß für die online Vernetzung, wodurch Aktionen geplant werden, die etwas offline bewegen.

Alle diese Werkzeuge nutzen Soziale Medien, um die Reichweite zu erhöhen und funktionieren aufgrund der verstärkten Partizipation im Internet. Ich finde es sehr schade, dass immer noch viele soziale Organisation und engagierte Menschen diese neuen Möglichkeiten nicht ausschöpfen, um ihre Ziele zu erreichen und somit die Welt zu verbessern.

Macht was, bewegt was!

Autor:

Georg Staebner ist Hausmann und Entrepreneur mit dem Schwerpunkt auf Technologie und Sozialem. Er startete helpteers.net, damit Helfen einfach planbar wird. Helpteers.net macht Engagement online sichtbar, um offline etwas zu bewegen.

Kontakt: georg.staebner@helpteers.net

Weitere Informationen: www.helpteers.net

Redaktion:

BBE-Newsletter für Engagement und Partizipation in Deutschland

Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE)

- Geschäftsstelle -

Michaelkirchstr. 17-18

10179 Berlin-Mitte

+49 (0) 30 6 29 80-11 5

newsletter(at)b-b-e.de

www.b-b-e.de