

# Was wirklich hinter guter Social-Media-Arbeit steckt

Hinter guter Social-Media-Arbeit steckt das PR-Gen. Wer es nicht in sich trägt, wird sich zwar redlich bemühen, doch ein Crack wird er nie. Es stellt sich also die Frage: Was ist das PR-Gen und wie wirkt es sich aus?

Starten wir mit etwas Dynamit und sprengen die Definition frei. PR – Public Relations – zu Deutsch «Öffentlichkeitsarbeit» heisst: «gute Leistungen in Kopf und Herz der Kontaktgruppen gut verankert». Die Definition heisst nicht: «Artikel in Medien publiziert». Einträgliche PR folgt der Beobachtung, welche Nutzer wie und wann und vor allem womit angesprochen werden möchten. PR mit einem hohen Wirkungsgrad hat somit nicht nur mit Medienberichten im klassischen Sinne zu tun, sondern bezieht professionelle Vermarktungspolitik wie Veranstaltungen, klug arrangierte Radio- und Fernseh-Interviews oder persönlich geführte Round Tables ebenso mit ein wie clever inszenierte Social-Media-Kommunikation. Die Fähigkeiten eines Social-Media-Beauftragten sollten also weiter reichen, als rein technische Abläufe verstehen zu wollen. Neuheiten mit einem kommunikativen Feuerwerk in Szene zu setzen, verlangt nach konzeptionellem Denken und schnellem, zielgerichtetem Handeln. Brillante PR verlangt nach Menschen, die mit Schaufel und Pickel umgehen können und sich durchzusetzen wissen. Und das ist das PR-Gen. Wem also Blasen an den Händen Angst einflössen, sollte lieber Schmetterlinge fangen gehen. PR-Verantwortliche mit guten Social-Media-Kenntnissen sind kontaktfreudig und lieben es, die Nacht zum Tag zu machen – mit Engagement und immer neuen Einfällen. PR ist also keine Disziplin, die man Mitarbeitenden gibt, die zu Hause zum Abendessen erwartet werden. Selbstredend schiebt man diese Arbeit auch nicht einer internen Person als Nebenjob zu. Denn der Versuch, diese Tätigkeit nicht den Besten zu überlassen, geht immer schief. Mit Garantie.

Hinter guter Social-Media-Arbeit steckt das PR-Gen. Wer es besitzt, hat für die nächsten Jahre ausgesorgt.



**ROLF GRUBER**  
Inhaber Richards & Gold  
Markenexperten, Zürich