

Dieser Webbeitrag ging leider bei einem Servercrash verloren. Anbei eine Rohfassung ohne Fotos:

Instagram Stories vs. Snapchat, YouTube Analytics, Tools und Trends - Networking auf dem Barcamp Köln

Digitale Trends und Neuentwicklungen im Social Web waren Kernthemen, über die die mich mit anderen Webstrategen zwei Tage lang auf dem Kölner Barcamp austauschte. Am 3. und 4. September erlebte ich die offene Konferenz mit vielen Präsentationen, Diskussionen und Gesprächen in den Räumlichkeiten der QSC AG in Köln-Ossendorf. Das Team um Katja und Stefan Evertz, Brigitte Glatzel und Anne Kraemer sorgte in den großzügigen Räumlichkeiten für eine angenehme Atmosphäre und ein geschmackvolles Catering. Eine besondere Dynamik entfaltete sich unter den Besuchern (wie auch bei von mir zuvor besuchten Barcamps in Bonn und Stuttgart), als die Teilnehmer im Rahmen der Sessionplanung dazu aufgerufen waren, Sessions an den Konferenztagen selbst zu gestalten und anzubieten.

Mit Ulrike Breuer, Claudia Isringhaus und anderen tauschte ich zunächst Erfahrungen hinsichtlich einer digitalen Gründungsidee aus. Eine Gründung birgt immer ein hohes Risiko. Ein mögliches Geschäftsmodell muss skalierbar und eine kapitaleinbringende Leistung verbindlich sein, damit das Projekt mögliche Kapitalgeber überzeugt. Über Social Media lassen sich Communitys insbesondere auch durch emotionale Inhalte aufbauen. Wichtig ist jedoch, dass der Businesscase systematisch durchdacht und strukturiert wurde.

Oliver Ueberholz, Gründer und Geschäftsführer des Bonner Unternehmens mixxt GmbH, berichtete als Anbieter für Social-Enterprise-Software über seine ausgefeilten Kundenakquise-Strategien. Für suchmaschinenoptimiert aufbereiteten Content sind eine Keyword-Dichte und eine polarisierende Headline ausschlaggebend. Oliver bestätigt die These, dass auf den Datenschutzhinweis kaum jemand klickt, bevor er ein Online-Geschäft abschließt. Nach Geschäftsabschluss werden die Kunden oft befragt, wie der Kaufprozess für sie war.

Instagram ist mit über 500 Millionen aktiven Nutzern die beliebteste Foto-Plattform im Internet. Seit August bietet der kostenlose Online-Dienst für das Teilen von Fotos und Videos via Smartphone die Möglichkeit sogenannte „Instagram Stories“ zu erstellen. Michèle Lichte und Trajan Tosev von der

Marketingagentur IG4Business erzählen in zwei aufeinander aufbauenden Sessions darüber, was es mit diesem neuen Feature auf sich hat. Instagram Stories sind Kurzvideos, die sich aus fünf bis sechs Fotos oder kurzen Videoeinstellungen chronologisch zusammenfügen lassen. Das Feature Instagram Stories ist angelehnt an das soziale Netzwerk Snapchat, verfügt jedoch über mehr Reichweite und höhere Interaktionsraten. Ähnlich dem Foto- und Video Messenger Snapchat, löschen Instagram Stories die Videos nach 24 Stunden automatisch wieder. Michèle und Trajan vergleichen die beiden Netzwerke und sprechen auch über ihre Möglichkeiten, wie etwa die Gesichtserkennung.

David Brych, Unternehmer bei Frog Motion, betreut mehrere Youtube-Kanäle und lädt regelmäßig neue Videos hoch. Auf dem Kölner Barcamp präsentiert er die Ergebnisse des Monitorings seiner Kanäle „5 Ideen“, „Braincamp“ und „3 Tipps für starke Mädchen“ mit YouTube Analytics. Auf Grundlage seiner Ergebnisse meint David etwa, dass insbesondere die jüngere Zielgruppe nicht klassisch mit einem Desktop Videos guckt, sondern Videos eher mit dem Smartphone über Facebook direkt teilt und dort auch guckt.

Olaf Langenbeck gestaltete eine unterhaltsame Session, indem er gestenreich und mit starker Mimik über international verbreitete Rhetorikclubs namens Toasmasters erzählte. In Köln gibt es drei Toasmasters-Clubs, in Bonn einen. Hier üben Interessierte in einer vertraulichen Atmosphäre für eine geringe Teilnahmegebühr das freie Reden, Stehgreifreden, den sogenannten Elevator Pitch oder vorbereitete Reden. Olaf, selbst Präsident bei den Cologne Toasmasters, erzählt, dass Lob und positiv erfahrenes Feedback, aber auch ein sogenanntes Powerposing oder eine bewusste Gedankenreise das Lampenfieber vor Reden senken können.

Datensilos, eine Überfülle an Informationen und fehlende Ressourcen für das Ausprobieren von Tools sind Probleme, die Unternehmen mit Blick auf Social Media beschäftigen. Über aktuelle Social Media Herausforderungen und Trends berichtete Stefan Evertz in einer gut strukturierten Session. Mehr erfährt ihr auch hier. <https://www.brandwatch.com/de/2016/08/status-quo-und-trends-im-social-media-monitoring-interview-mit-stefan-evertz/>

Erwähnt sei auch, dass 2016 in Bonn ein ganz besonderes Themen-Barcamp stattfinden soll, von dem ich erstmals in Köln erfuhr. Ursula Fuchs plant das

erste Literaturcamp NRW, das voraussichtlich im April stattfinden soll. Sessions zu Themen wie Creative Writing, Storytelling oder Selfpublishing sind sehr wahrscheinlich.

Da ich am Samstag im Anschluss an des Barcamp die Musiktheateraufführung „Die Fremden“ in der Zeche Auguste Victoria in Marl besuchte, verpasste ich leider die abendliche Pizzaschlacht.