



Protokoll zur Werkstatt B4

**Wo die jungen Menschen wohnen - Soziale Medien für die Soziokultur**

Die neuen Kulturangebote gibt es schon

**Werkstattgespräch** mit Frank Tentler, The social web company, Oberhausen

**Moderation:** Christine Brinkmann (zakk)

Den Zuschauern saß ein energetischer, smarter Mann mit schwarzem Hut und Hashtag-Ohrring links gegenüber – Frank Tentler. Er befasst sich seit 10 Jahren mit Multimedia und dem Social-Web. Seine Spezialität ist das Web-Marketing. Er gibt Antworten auf Fragen wie: „Wie kann ich das sich rasend ausbreitende Internet für meine eigenen Zwecke nutzen? Was sind Trends, die kommen und was muss jede Soziokultur haben, um mehr Menschen für das Kulturprogramm zu begeistern?“

Vor allem die zakk-Mitarbeiter wurden zuerst aufmerksam als Frank vom Ton Steine Scherben Konzert berichtete. Er selbst, großer Fan und Zuschauer des Konzertes vor einigen Tagen, postete ein Bild mit so etwas wie „ich war da“ als Unterzeile. Soweit so normal. Eine Alltagshandlung inzwischen. Doch der Experte nannte eine Zahl, die unvorstellbar ist: 2,8 Millionen retweets, shares und likes, also Internetaktivitäten, wurden nur an diesem Abend getätigt. Ohne das geringste Zutun der Öffentlichkeitsarbeit vom zakk. Wenn die Aktivitäten genutzt und gesteuert werden könnten, welche ungeahnte Reichweite mit so einem Konzert erzielt werden könnte. Frank Tentler hatte nun auf jeden Fall einige Augen und Ohren für seine bevorstehende Powerpoint-Präsentation geöffnet. Diese gab einen groben und vereinfachten Einblick in seine Arbeit und die Möglichkeiten, die das world wide web bieten.

Zuerst machte er uns klar, dass die alten Werbemittel Poster und Flyer nur eine sehr geringe Haltbarkeit haben. Poster werden abgerissen, Flyer weggeschmissen oder gar nicht erst mitgenommen. Das Internet jedoch vergisst nie. Alle Informationen sind solange vorhanden, bis sie gelöscht werden und selbst dann sind sie nicht für immer verloren.

Sechs Punkte nannte er, um den Erlebnisraum Web begreifbar zu machen: 1. Mobil, 2. Social Media, 3. Big Data, 4. Location Based Technology, 5. Sensoren, 6. Psychologie - Soziologie. Diese Punkte beleuchtete Frank Tentler im Laufe seines Vortrages.

Was wohl vielen klar ist, beschrieb Frank in Punkt 1. Inzwischen beherrschen Mobile Geräte den Markt. Tablet und Smartphone sind den festen Computern und Laptops im Absatz weit überlegen. Tendenz steigend. Das heißt für das Marketing sind mobile Seiten unabdingbar. W-LAN sollte in jedem Haus verfügbar sein und auch mit großen Mengen an Datenversand zurechtkommen. Damit wird während eines Konzertes eine digitale Wohlfühlstimmung erzeugt, welche die Besucher erfreut.

Der zweite Punkt war gerade für die Soziokultur interessant. Wie macht man 14- bis 25-Jährige auf ein Kulturzentrum aufmerksam. Facebook reicht hierfür nicht mehr aus. Inzwischen werden geschlossene Systeme immer beliebter. Es wird über Whatsapp oder Snapchat kommuniziert. Es ist also wichtig eine eigene Strategie zu entwickeln, um Jugendliche auf sich aufmerksam zu machen. Dabei ist es egal, welche Plattformen genutzt werden. Die Hauptsache: man ist präsent – möglichst oft! Vorschläge waren zum Beispiel Bilder von hinter der Bühne zu schießen, ins Publikum hinein. Fotos und Einblicke, die die Besucher nicht auf einem Konzert erhalten können. Ein YouTube-Channel und ein eigener Blog sind inzwischen unersetzlich, um ein jüngeres Publikum zu erreichen.

Der dritte Punkt begann mit einem neuen Begriff, dem „Social Web Command Center“ (SWCC). Dies ist das „Social Web-Hauptquartier“ eines Unternehmens. Von dort aus können alle Informationen und Medien mit allen daran angeschlossenen Netzwerken geteilt werden. Außerdem werden dort alle Reaktionen zusammengeführt und gleichzeitig analysiert sowie bewertet. Dies dient zur besseren Anpassung des eigenen Projekts an die Gegebenheiten und Wünsche der Nutzer. Überdies kann der Aufwand an Zeit, Menschen und Geld enorm gesenkt werden.

In diesem Protokoll geht es weiter mit Punkt 6, der die bereits aufgeführten Punkte zu einem Abschluss bringt. Auf die Punkte 4 und 5, die entstehende Projekte von Frank Tentler beinhalten, wird verzichtet. Im letzten Punkt wurde angesprochen, wie wichtig es ist, sich auf eine Zielgruppe zu konzentrieren. Hierfür stellte er das „Hook Model Canvas“ vor. An diesem Modell wurde deutlich, dass der Besucher nicht nur das eine Konzert oder die eine Lesung gut finden soll, sondern wie dieser nachhaltig an das Zentrum gebunden werden kann. Eine kleine Belohnung z.B. ein Tweed mit den Worten „Danke, dass du hier warst“ oder ähnliches reicht oft, um länger im Gedächtnis zu bleiben. Die Frage, die sich immer im gesamten Marketingprozess gestellt werden muss, ist folgende: Warum machen wir was und welche Verantwortung haben wir? Nun ist nicht jedes Event ein Ton Steine Scherben Konzert. Also wie schafft man es, auch kleinere Projekte attraktiv im Internet zu vermarkten? Die Antwort, die Tentler gibt, ist so einfach wie einleuchtend. Das Medium bestimmt den Konsumenten. Ein kleines Projekt mit einem Buch als Endresultat bedient und zieht andere Menschen an als ein experimentelles Video oder ein eigens erstellter Blog.

Die letzte Folie fasste dann alles in einem Schaubild zusammen. Menschen sind emotional mit Orten verbunden. Diese Emotionen und Erlebnisse möchten sie mit andern auf sozialen Netzwerken teilen. Und die Schnittstelle zwischen Orten, Menschen und dem Web nennt er Smartplaces. Genau hier befindet sich der Platz, an dem gutes Marketing gefragt und notwendig ist. Damit schloss Frank Tentler seine Powerpoint-Präsentation und hatte wohl allen Stoff zum Nachdenken gegeben.

Wer mehr über die Arbeit von Frank Tentler erfahren möchte, kann ihn unter [www.franktentler.com](http://www.franktentler.com) sowie unter seinem Blog [www.echzeitgeist.tumblr.com](http://www.echzeitgeist.tumblr.com) finden.